

NOTAT

Til Stortingets helse- og omsorgskomiteé

10. oktober 2024

KOMMENTARER TIL REGJERINGENS FORSLAG TIL STATSBUDESJETT FOR 2025

Oppsummering:

I notatet kommenteres (1) kommunikasjonstiltak på kostholdsområdet, (2) intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold og (3) avgiftene på alkohol.

Prop. 1 S (2024-2025) Helse- og omsorgsdepartementet

Kapittel 714, Post 21 Spesielle driftsutgifter

Et usunt kosthold er blant de største risikofaktorene for sykdom og for tidlig død, både i Norge og i resten av verden.¹ Det er et stort potensial for å forebygge sykdom gjennom å få flere i befolkningen til å ha et kosthold i tråd med helsemyndighetenes kostråd.² Dette vil bidra til flere gode leveår med god helse og livskvalitet og reduserte sosiale helseforskjeller. Helsedirektoratet har tidligere anslått at de potensielle samfunnsgevinstene av at den norske befolkningen følger de norske kostrådene er totalt 154 mrd. kr per år.³

Matbransjen og helsemyndighetene har gjennom de siste åtte årene hatt et helhetlig samarbeid gjennom *Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold* der formålet er å øke andelen i befolkningen som har et balansert kosthold i tråd med kostrådene. Det er satt ambisiøse og konkrete mål for reduksjon av salt, tilsatt sukker og mettet fett, samt økt forbruk av grønnsaker, frukt og bær, grove kornprodukter og sjømat. Det er også en målsetning å arbeide for å få forbrukeren til å endre adferd for sunnere valg, blant annet gjennom å benytte merkeordningene *Nøkkelhullet* og *Brødskala* n som virkemidler. Det er positivt at intensjonsavtalesamarbeidet omtales av regjeringen som sentralt kostholdstiltak i 2025. Vi mener at en systematisk tilnærming og langsiktig samarbeid på tvers av samfunnssektorer gir de beste forutsetningene for å løse utfordringer med usunt kosthold og økende fedme i befolkningen.

For å nå de avtalte målene må alle avtaleparter bidra til å oppnå disse i fellesskap. Mat- og drikkeprodusentene bidrar til samarbeidet gjennom å utvikle og tilby sunnere mat- og drikkevarer på det norske markedet.⁴ Blant Helsedirektoratets viktigste bidrag er påvirkning av forbruker gjennom kommunikasjon og iverksette andre systematiske tiltak som gjør det lettere å ta sunnere valg helt grunnleggende. Dette er ikke minst viktig det neste året ettersom de nye, reviderte og omformulerte kostrådene ble lansert i august 2024.

¹ FHI (2024), [Sykdomsbyrde i Norge](#)

² Helsedirektoratet (2024), [Helsedirektoratets kostråd](#)

³ Helsedirektoratet (2016), [Samfunnsgevinster av å følge Helsedirektoratets kostråd](#)

⁴ [Intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold 2022-2025](#)

Økt kunnskap om kostrådene, og kommunikasjonstiltak for å motivere til å etterleve disse, er også svært viktig for å synliggjøre kostrådene i den pågående samfunnsdebatten om kosthold og folkehelse. Ulike synspunkter knyttet til hva som bør inngå i et sunt kosthold har alltid vært, og vil alltid være, en del av samfunnsdebatten. I den senere tiden har debatten, både i redaktørstyrte og i sosiale medier, fremstått som mer intens, til dels aggressiv og i noen grad også med en undertone der andre aktørers hensikter og motiver mistenkeliggjøres. Fremleggelsen av de nordiske næringsstoffanbefalingene i juni 2023 og de norske kostrådene i august 2024 har også skapt engasjement. I noen debatter trekkes troverdigheten til Helsedirektoratet, de nasjonale kostrådene, merkeordningen Nøkkelhullet og målsetningene i intensjonsavtalen om tilrettelegging for et sunnere kosthold i tvil.

NHO Mat og Drikke og flere medlemsbedrifter er bekymret over hvilken konsekvens den pågående samfunnsdebatten kan få for folkehelsearbeidet i Norge. Mat- og drikkeprodusentene er også bekymret for hvordan debatten påvirker muligheten til å oppnå det overordnede målet om å øke andelen av befolkningen som har et balansert kosthold i tråd med myndighetenes kostråd.

Vi merker oss at det er forslått en betydelig reduksjon av bevilgningen til Helsedirektoratets kommunikasjon om levevaner og helse (fra 26,5 mill. kroner i 2024 til 21,9 mill. kroner i 2025). I praksis er reduksjonen enda større grunnet prisøkning for produksjon og spredning av kommunikasjon. Dessuten må bevilgningen benyttes til kommunikasjon på alle levevaneområdene, det vi si tobakk, alkohol, psykisk helse og fysisk aktivitet i tillegg til kosthold. Det er derfor meget beskjedne midler som kan øremerkes målrettede kommunikasjonstiltak for sunt kosthold i tråd med kostrådene.

Vi mener det er avgjørende å sette Helsedirektoratet i stand til å nå frem til forbrukerne med relevant og faktabasert informasjon om hva som bør inngå i et sunt kosthold. For at tiltaket skal ha ønsket effekt mener vi bevilgningen må styrkes betydelig og øremerkes kosthold. Som et minimum mener vi bevilgningen må legges på samme nivå som den foreslåtte bevilgningen til gjennomføring av nasjonal befolkningskampanje for god psykisk helse, *ABC for god psykisk helse*, som er tallfestet til 25 mill. kroner (jf. Kap. 714, post 21 og 60).

NHO Mat og Drikke mener at bevilgning til kommunikasjonstiltak på kostholdsområdet må økes betydelig, i størrelsesorden 25 mill. kroner, for å legge til rette for at flere befolkningen kan ha et kosthold i tråd med helsemyndighetenes kostråd og med dette forebygge sykdom.

Kapittel 5526, Post 70 Avgift på alkohol

I budsjettforslaget foreslås det å prisjustere avgiftssatsene for alkoholholdige drikker med 3%. Når nabolandet ikke gjør tilsvarende justeringer, øker dette den norske avgiftsulempen i forhold til Sverige og må antas bidra til økt grensehandel og økt uregistrert konsum. Det norske avgiftsnivået på grensehandelsutsatte varer må gradvis harmoneres med det svenske for å motvirke handelslekkasjer og dermed et svekket vinmonopol.

NHO Mat og Drikke støtter ikke prisjustering av alkoholavgiftene og mener alkoholavgiftene må senkes for å redusere grensehandel og opprettholde Vinmonopolet som alkoholpolitisk redskap.

Vi viser i denne sammenhengen til innspillene fra Vin- og brennevinleverandørenes forening (VBF) og Bryggeri- og drikkevareforeningen (BROD).