

Helse- og omsorgsdepartementet
Postboks 8011 Dep
0030 OSLO

Vår ref:
21/00094-2

Saksbehandler:
Kjersti Botnan Larsen

Dato:
11. mars 2021

Innspill til høring om regelverksendringer for å motvirke kroppspress

Barneombudet viser til høringen om forslag til lov- og forskriftsendringer for å motvirke kroppspress. Vi takker for muligheten til å gi innspill til denne høringen. Kommersielt press og kroppspress er utfordringer mange unge opplever. Gjennom digitale medier har det vokst frem nye kanaler for markedsføring og barn som også treffer barn og unge. Reguleringen er derfor viktig for at barn og unge skal ha en trygg digital hverdag.

Barneombudet er positiv til at det lovfestes ytterligere krav for helsepersonell knyttet til kosmetiske inngrep, kosmetiske injeksjoner og behandling, samt markedsføring av slike tjenester. Samtidig vil vi peke på at forslagene som gjelder markedsføringen vil bidra til ytterligere fragmentering av regelverket om markedsføring. Her mener vi det er behov for en opprydning. Våre innspill er knyttet til forslagene som berører barn.

Regulering av kosmetiske tjenester og barn

Departementet har foreslått flere endringer i helselovgivningen for å skjerpe kravene til helsepersonell som skal utføre kosmetiske inngrep, injeksjoner og behandlinger. Endringene skal motvirke kroppspress, særlig blant barn og unge. I tillegg skal endringene bidra til at det stilles strengere krav til forsvarlig tjenesteyting for helsepersonell som skal utføre disse behandlingene. Dette er vi positive til.

Vi er positive til departementets forslag om å presisere at begrepet «helsehjelp» også omfatter virksomhet som utføres uten klar medisinsk eller odontologisk begrunnelse. Dette innebærer at helsepersonelloven kommer til anvendelse for alle kosmetiske inngrep, injeksjoner og behandlinger som helsepersonell utfører dersom "handlingen kan medføre helserisiko for pasienter og handlingen for å kunne utføres forsvarlig forutsetter kompetanse som helsepersonell har".

Departementet har foreslått endringer i helsepersonelloven og i pasient- og brukerrettighetsloven om aldersgrenser for kosmetiske inngrep, injeksjoner og behandlinger. Det foreslås at det skal reguleres tydelig i ny § 4a i helsepersonelloven kosmetiske inngrep, injeksjoner eller behandling ikke skal utføres på pasienter under 18 år, med mindre medisinsk eller odontologisk grunner tilsier det. Vi støtter forslaget. Ved at dette reguleres eksplitt vil det ikke være noen tvil om hvilken aldersgrense som skal gjelde. Samtidig er vi enig i at det skal være mulig å utføre denne typen behandlinger på barn og unge dersom medisinske eller odontologiske grunner tilsier det. Da er det andre hensyn enn kosmetiske som tilsier at dette er helsehjelp barnet bør få. Vi støtter også at det reguleres særskilt at kosmetisk tannbehandling og tannregulering er tillatt.

Karl Johans gate 7,
0154 Oslo

Postboks 8889 Youngstorget,
0028 Oslo

Departementet har også foreslått å tydeliggjøre hvilken aldersgrense som gjelder for å kunne samtykke til kosmetiske inngrep, injeksjoner og behandlinger. Samtykkereglene som er foreslått korresponderer med ny § 4a i helsepersonelloven § 4a og rydder opp i uklarerheter i dagens regelverk. Vi støtter forslaget om personer under 18 ikke kan avgi gyldig samtykke til kosmetiske inngrep, injeksjoner eller behandling uten medisinsk eller odontologisk begrunnelse. Foreldre eller andre som har foreldreansvaret for pasienten kan heller ikke avgi gyldig samtykke til slikt kosmetisk inngrep, injeksjon eller behandling. Dette gir sammenheng i regelverket.

Regulering av markedsføring av kosmetiske inngrep mv.

Departementet har foreslått at det også gjøres endringer i reglene som gjelder for helsepersonells markedsføring av kosmetiske inngrep og injeksjoner. Vi er enige i at det er nødvendig å stille tydelige krav til markedsføring og mener at det er behov for å rydde i hvilke regler som gjelder. Departementet viser til at markedsføring av kosmetiske inngrep, injeksjoner og behandlinger i dag blir regulert av ulike lover, og at det ikke er noen samlet regulering av markedsføring av kosmetiske injeksjoner, kosmetiske inngrep eller kosmetisk behandling. Regelverk som kan være aktuelt er helsepersonelloven med forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep, legemiddeloven, kosmetikkloven, lov om medisinsk utstyr, hygieneregelverket for hudpleievirksomheter mv. og markedsføringsloven. I tillegg til dette er også kosmetiske inngrep en del av mandatet til Fagutvalget for influencemarkedsføring. Vi er derfor usikre på om en særregulering i forskriften om markedsføring av kosmetiske inngrep som det foreslås her er den beste løsningen.

Barneombudet er bekymret for at regelverket som gjelder for markedsføring er for fragmentert og uoversiktlig. Det er svært vanskelig å få oversikt over hva som er lov og hvem som håndhever regelverket. I tillegg til regelverket vi listet opp over, har for eksempel også tobakkskadeloven, alkoholoven, kringkastingsloven og likestillings- og diskrimineringsloven regler om markedsføring og kan ha betydning for barn. Det er også flere mekanismer for selvregulering som for eksempel Fagutvalget for influencemarkedsføring og Matvarebransjens faglige utvalg. GDPR og personopplysningsloven kan også få betydning. I sum gir dette et svært komplisert bilde som det er nesten umulig å få overblikk over, hvor det er mange ulike myndighetsorgan som har ansvar for å håndheve regelverket. Barneombudet mener at i sum gir denne fragmenteringen av regelverket barn og unge (og voksne) et svakere forbrukervern.

For barn og unge som vil kunne ha mange ulike roller i digitale medier, vil det være veldig vanskelig å forstå hvilke regler som gjelder. Annonserer, nettverk og enkeltpersoner som influencere forventes å kjenne til regelverket som gjelder og operere i samsvar med det, men erkjenner at slik regelverket er i dag er dette unødvendig vanskelig. Vi mener at regjeringen bør nedsette et utvalg for å gjennomgå regelverket som gjelder for markedsføring i ulike sektorlover, inkludert helselovgivningen, og vurdere om det er mulig å samle dette i en felles lov. Her bør også håndhevingen av regelverket vurderes særskilt.

Til forslaget til endringer i forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep

Barneombudet støtter likevel, som en løsning på kort sikt før det kan gjøres en helhetlig gjennomgang av regelverket om markedsføring rettet mot barn, innstramminger i forskrift om markedsføring av kosmetiske inngrep rettet mot barn. Vi er enige i at helsepersonell må være særlig varsomme i utforming av sin markedsføring av kosmetiske inngrep mv. slik at den ikke

oppfattes av barn under 18 år å være rettet mot deres aldersgruppe, eller slik at markedsføringen på annen måte bidrar til kroppspress blant barn.

Vi støtter at det gjøres endringer i § 3 slik at forskriften også omfatter kosmetiske injeksjoner ved bruk av fillers og legemidler, og ikke bare skal være knyttet til plastisk kirurgiske inngrep i hud og underhud som i dag. Dette betyr at mer vil omfattes av bestemmelsen i § 4 om markedsføring rettet mot barn. Samtidig ser vi at dette ikke omfatter kosmetiske behandlinger slik som helsepersonelloven gjør, og ber departementet vurdere om dette også bør omfattes.

Departementet har foreslått at § 4 andre ledd skal lyde «Markedsføringen må ikke utformes slik at den oppfattes av barn å være rettet mot deres aldersgruppe, eller slik at markedsføringen på annen måte bidrar til kroppspress blant barn». Vi er positive til at det skal vurderes om markedsføringen er rettet mot barn og om den bidrar til kroppspress blant barn. Dette vil være en helhetlig vurdering. Samtidig ser vi at det er en annen ordlyd for vurderingen av om markedsføringen er rettet mot barn enn i markedsføringsloven § 20. Etter § 4 andre ledd skal det vurderes om markedsføringen kan «*oppfattes av barn å være rettet mot deres aldersgruppe*». Vi mener at «oppfattes av barn som» komplisere vurderingstemaet. Dette kan vurderingen mer subjektiv og vanskeligere etterprøvbart enn det som følger av markedsføringsloven og aktsomhetsvurderingen som er innarbeidet praksis der. Vi ber departementet vurdere om «oppfattes som» bør strykes i § 4 andre ledd slik at bestemmelsens ordlyd blir likere reguleringen i markedsføringsloven § 20. Det vil også bidra til bedre sammenheng mellom lovene.

Vi enig i at når det skal vurderes om markedsføringen er tillatt eller ikke, skal dette være en helhetlig vurdering av tekstlig omtale og bruk av bilder eller illustrasjoner. Dette skal blant annet vurderes ut fra det umiddelbare inntrykk markedsføringen skaper.

Reglene i forskriften § 4 vil gjelde for helsepersonell. Vi ber departementet klargjøre om dette også omfatte de tilfellene hvor klinikker og liknende bruker influencere ol. som ledd i sin markedsføring av sine tjenester i sosiale medier. Vi mener dette også bør omfattes slik at helsepersonell også er ansvarlige for hvordan får andre til å markedsføre sine tjenester.

Barneombudet ber også om at det vurderes om Helsetilsynet eller Forbrukertilsynet skal føre tilsyn med § 4. Siden dette gjelder markedsføring rettet mot barn, mener vi det kan være gode grunner til å vurdere om Forbrukertilsynet bør ha ansvaret. Dette vil sikre at reglene her ses i sammenheng med reglene i markedsføringsloven om markedsføring rettet mot barn, og særlig de foreslått reglene om markedsføring som bidrar til kroppspress der.

Med vennlig hilsen

Camilla Kayed
fagsjef

Kjersti Botnan Larsen
seniorrådgiver

Brevet er godkjent elektronisk og har derfor ingen signatur.

Karl Johans gate 7,
0154 Oslo

Postboks 8889 Youngstorget,
0028 Oslo