

PÅSTANDSFORORDNINGEN OG INDUSTRI HVORDAN SER VI FREMTIDEN?

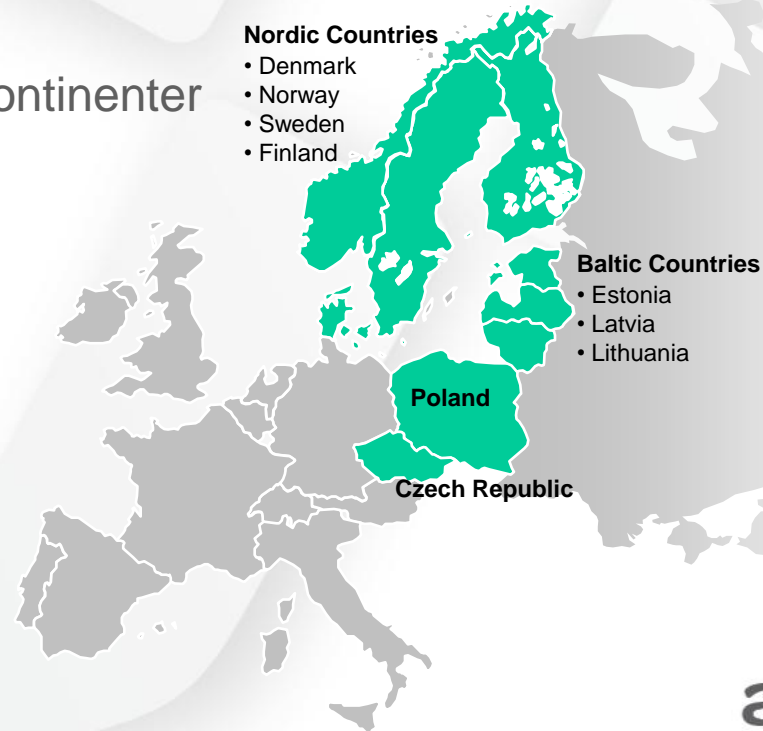
Irena Brustad
19.08.2010

axellus
healthy living made easier

Axellus business operations

The Health, Supplement & “OTC” company of the Orkla group

- Omsetning ~ NOK 1,2 billion
- Egne selskaper i 9 land
- Eksport til 30 land på 3 kontinenter
- 5 salgskanaler
- Appr. 40 Brands
- Appr. 900 SKU's
- Appr. 420 ansatte



Axellus brands



Nutrilett®



axellus
healthy living made easier

Hva påvirker forbrukervalget?

- Sult
- Smak, nytelse, sensorisk opplevelse
- Tradisjon, trender
- Pris ("Value for money")
- Trygghet
- Varemerkekjenskap, emballasje, reklame (presentasjon av produktet)
- Forventing om effekt (helse/sunnhet, slanking, energi)

Hvordan kan en forbruker velge kosttilskudd?



Hvorfor???



Effekt??



Informasjon om produktets funksjon er avgjørende for å kunne velge riktig produkt!

Påstandsforordningen

FOR 2010-02-17 nr 187: Forskrift om ernærings- og helsepåstander om næringsmidler

- Målsetting med forordningen var forbrukervern og hjelp til enklere valg

«påstand» ethvert budskap eller enhver framstilling som ikke er obligatorisk i henhold til Fellesskapets regelverk eller nasjonal lovgivning, herunder bilder, grafikk eller symboler uansett form, som angir, antyder eller gir inntrykk av at næringsmiddelet har særlige egenskaper,

Det finnes en lang rekke næringsstoffer og andre stoffer, herunder, men ikke begrenset til, vitaminer, mineraler (herunder sporstoffer), aminosyrer, essensielle fettsyrer, kostfiber samt ulike planter og urteekstrakter med en ernæringsmessig eller fysiologisk effekt som kan forekomme i et næringsmiddel og gjøres til gjenstand for en påstand. Det bør derfor fastsettes allmenne prinsipper som skal gjelde for alle påstander om næringsmidler, med henblikk på å sikre et høyt nivå av forbrukervern, gi forbrukerne de nødvendige opplysningene for at de skal kunne foreta et valg med fullt kjennskap til produktet, samt skape like konkurransevilkår for næringsmiddelindustrien.

Klassifisering av påstander

Ernæringspåstander

Framgår av vedlegg til påstandsforordningen
Innhold av næringsstoffer
Sammenlignende

Helsepåstander

Art.13 Helsepåstander

Fysiologiske funksjoner
Psykologiske/ adferdsmessige funksjoner
Vektkontroll, metthet etc.

Bygger på allment anerkjente vitenskaplige bevis

Art 13.1

Bygger på nyutviklede vitenskaplige bevis og/eller sikring av data

Art 13.5

Redusert sykdomsrisiko
Barns utvikling og helse

Art 14

Påstandsforordningen - Artikkel 13 påstander

Alment anerkjente vitenskapelige bevis.

Alle EU land + Norge sendte inn lister over lovlige påstander i 2008 – EFSA evaluering; 42000 forslag til evaluering, redusert til ca 4600

I Oktober 2009 kom første del av vurdering derav ca 27% påstander vurdert som begrunnet. Hovedsakelig vitaminer mineraler.

I Februar 2010 fulgte andre del av vurdering derav ca 2% påstander vurdert som begrunnet, mesteparten avvist.

1080 av totalt 4600 påstander evaluert hittil i EFSA, ca 3500 gjenstår (neste runde ventes I september?)

Forventet 2-3 runder til med vurderinger, det forventes at kun ca 5% av innsendte påstander totalt vil bli vurdert positivt.

VAR ALT VI SA TIL NÅ OM PRODUKTENES EFFEKT FEIL??

Påstandsforordningen

Artikkel 13 påstander

Alment anerkjente vitenskapelige bevis.....

- Probiotika? – Ingen effekt på tarm bakterier/funksjon???
- Antioksidanter? – Ingen helseeffekt?
- Svsker ? – Ingen effekt på tarmfunksjon?
- Urter og tradisjonell bruk av naturmidler????
- Omega 3? – Ingen effekt på ledd?

Omega 3 og effekt på ledd

Fiskeolje produkt (EPA +DHA) godkjent i Danmark og Sverige med dokumentert effekt (naturlegemiddel)

”til lindring af morgenstivhed og ømme led ved inflammatoriske tilstande”

EFSA vurdering knyttet til produkt med identisk sammensetning (kosttilskudd)

”On the basis of data available, the Panel concludes that a cause and effect relationship has not been established between consumption of EPA and DHA and.....maintenance of normal joints”

Omega 3 og effekt på ledd



Omega 3 og effekt på ledd

praktiske hensyn og implementering



Vanlig holdbarhetstid på omega 3 kapsel produkt = 2 -3 år

Sikkerhetslager ferdig produkt – 7 mnd
(Best case solgt ut av lager april 2011, på markedet til 2012-2014)

Ledetid ny emballasje/etikett - 3 måneder

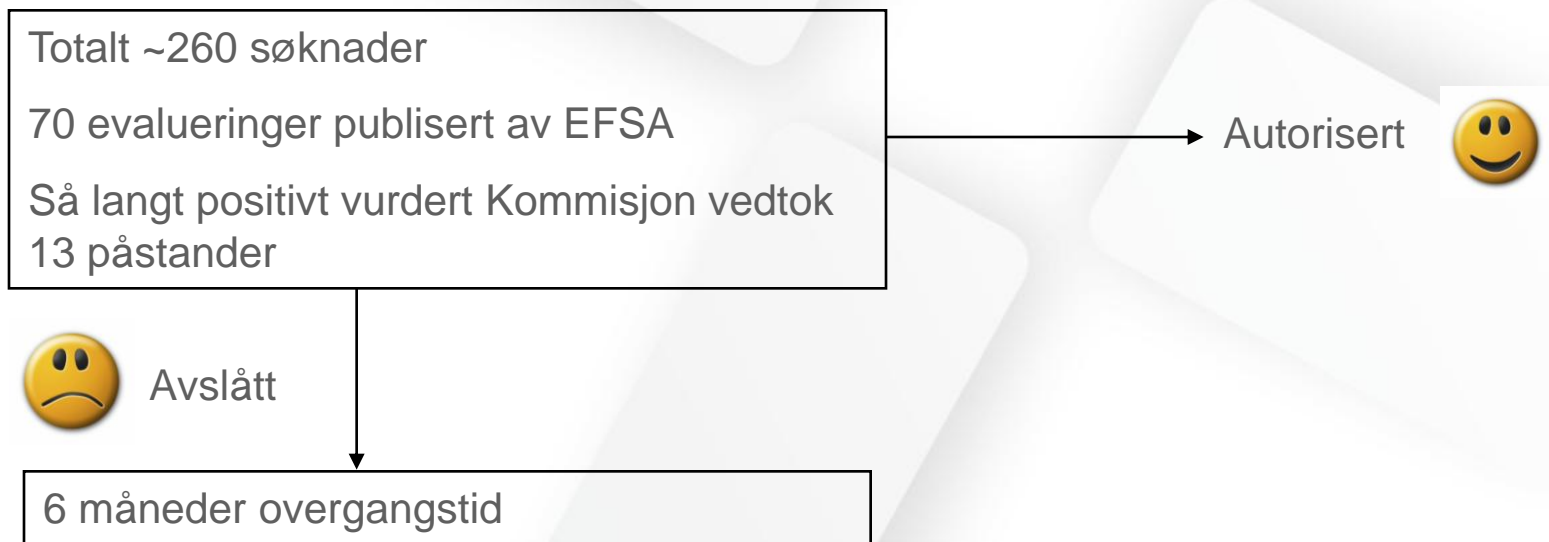
Ledetid produkt/produksjon - 5 måneder

Første levering til vår lager av "justert produkt" -> juli 2011

- Eksisterende emballasje må kastes
- Hva med produkter som ikke bli solgt ut?
- Hva med produkter i butikkene?

Påstandsforordningen - Artikkel 14 påstander

- 14.1(a) health claims referring to the reduction of a risk factor in the development of a disease
- 14.1(b) health claims referring to children's development and health



Estimert kostnad for å forberede tilstrekkelig dossier for art. 14 påstand er ca 5 millioner EURO

Konsekvenser ??

- Mange produkter forsvinner, eller blir reformulert
- Demotiverende for forskning og utvikling
- Produkter blir formulert for å ”matche” en påstand, ikke med optimal sammensetning og etter ny viten og forskning.
- Forbruker får ikke god nok informasjon fra regulerte kanaler, vil i stedet oppsøke dette selv
- Alternativer for kreativ markedsføring (internett, PR, ukeblad oppslag om vidundermidler)
- Formålet med enklere tilsyn blir ikke oppfylt fordi kommunikasjon forflytter seg til ”grå område”
- Økonomisk katastrofe for mindre aktører. Konkurransesvridning – siste bulk med vurderte påstander får lov å holde på lenger

axellus

healthy living made easier