

Motion till riksdagen 2020/21:1500

av Robert Hannah (L)

Ta bort förbudet mot att göra reklam för modersmjölksersättning

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att lagen om marknadsföring av modersmjölksersättning och tillskottsnäring bör avskaffas och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

1981 antog Världshälsoorganisationen (WHO) ett förslag om att begränsa marknadsföringen för livsmedel som ersätter amningen. Näringsmässigt är modersmjölksersättning likvärdig med bröstmjolk, men studier visar att ammade barn generellt får bättre immunförsvar och är friskare än ersättningsmatade barn. WHO:s amningsrekommendation ses ur ett folkhälsoperspektiv, små förbättringar kan få större samhällelig betydelse för folkhälsan. Sverige var en av nationerna som aktivt arbetade för det. Begränsningen tar dock inte hänsyn till att det finns kvinnor som inte kan amma sina barn på grund av sjukdom eller att produktionen inte kommit igång eller inte är tillräcklig. Dessa föräldrar får idag inte den information de borde kunna få för att göra ett aktivt val mellan olika modersmjölksersättningar.

Lagen om marknadsföring av modersmjölksersättning och tillskottsnäring tillåter idag endast marknadsföring av modersmjölksersättning och tillskottsnäring genom publikationer som är särskilt inriktade på spädbarnsvård samt vetenskapliga skrifter. All annan typ av marknadsföring bryter mot lagen. Det betyder i praktiken ett reklamförbud.

Landsbygdsdepartementet/Näringsdepartementet föreslog en ny lag om marknadsföring av modersmjölksersättning år 2012. I promemorian Marknadsföring m.m. av modersmjölksersättning och tillskottsnäring fastställdes det att den nuvarande lagen inskränker yttrandefriheten. En reglering som sätter gränser för spridningen av reklam i

samhället eller som reglerar hur viss information ska utformas innebär en begränsning av yttrandefriheten. Trots det har inget hänt sedan dess.

Oavsett om bröstmjolk är bättre eller sämre än modersmjölksersättning är det inte statens angelägenhet att påverka marknadsföringen. Framförallt inte när det alternativa valet inte är olagligt. Företag ska ha möjlighet att få marknadsföra sina produkter till konsumenter som efterfrågar modersmjölksersättning. Därefter är det upp till varje enskild ny förälder att besluta om barnet skall få födan via bröstmjolk eller modersmjölksersättning.

Robert Hannah (L)