

Kosttilskudd

– noe å bryne seg på?

I denne artikkelen gir artikkelforfatteren, som er daglig leder i rådgivningsfirmaet Cibar AS, en kort oppsummering av marked, salgskanaler, trender og regelverk for kosttilskudd. Markedssegmentet er i stadig utvikling og styres av et komplekst regelverk.

Av Marit Skotheim, daglig leder i Cibar AS

Mattilsynet har ingen entydig definisjon av begrepet helsekost. Bransjen selv bruker begrepet helsekost som en fellesbetegnelse på naturmidler, dietetiske næringsmidler, mat og kosttilskudd som hovedsakelig selges i helsekostforretninger. Dette ligger trolig nært den oppfatning forbrukerne har av begrepet.

Kosttilskudd utgjør en stor del av varesortimentet innen helsekost. Begrepet kosttilskudd har heller ikke hatt noen entydig definisjon innen Mattilsynets regelverk inntil kosttilskuddforskriften avløste den norske vitamin- og mineralforskriften i fjor vår. Her var det mange som trodde at den nye kosttilskuddforskriften bare skulle begrense seg til å omfatte vitamin- og mineraltilskudd, men det er ikke tilfelle. Også produkter med andre "aktive stoffer" som f.eks. ginseng og omega-3 omfattes av forskriften.

Hvor kraftig har markedet for helsekost ekspandert de siste årene? I følge tall fra bransjen ble det anslagsvis



Marit Skotheim er daglig leder i Cibar AS

omsatt vitamin- og mineraltilskudd, andre kosttilskudd og naturmidler for over 1,8 milliarder norske kroner (forbrukerverdi) i 2003. Det representerer en seksdobling fra 1986 til 2003. Interpolerer man bransjetallene frem til inneværende år, kan det forventes en omsetning på minst 2,15 milliarder norske kroner i 2005. Det må imidlertid tas høyde for at omsetning via vanskelig kontrollerbare kanaler – som postordre, direkte markedsføring og internett – kommer på toppen av dette tallet.

I forhold til salg av kosttilskudd, har helsekostfaghandelen etter hvert måttet tåle konkurranse fra mange kanaler. Dagligvarebransjen må selvsagt nevnes. Med krympende marginer på legemidler og økt kjededannelse, har også apotekene kastet øynene på de muligheter salg av kosttilskudd gir. Det er grunn til å tro at dette vil være ett av de raskest voksende markedene for kosttilskudd fremover. I tillegg kommer salg via alle tenke-

lige og utenkelige kanaler som drogerier, postordre-utsalg, internettbutikker, homeparties, nettverkssalg, helsestudio, intimutsalg, hudpleiesalonger, osv. osv. Til sammen representerer disse salgskanalene flere tusen ulike kosttilskudd.

Kosttilskudd er en svært mangeartet gruppe, fra de gamle, kjente tranflaskene til produkter med ingredienser som knapt noen har hørt om før. Blant de nyeste trendene er blant annet produkter som skal gagne tarmfloraen, gjøre godt for øynene og ikke minst sette fart på de mer hjemlige aktivitetene (beklager kjære leser; ikke alt i en og samme tablett). Kompleksiteten i dette spesielle markedssegmentet krever dermed mye av dem som skal selge kosttilskuddene, dersom de skal kunne følge trendene, samtidig som de skal ha kontroll på hva produktene inneholder.

Hvem er det så som kan gi svar på hva som er tillatte ingredienser i kosttilskudd? Det er hovedsakelig Statens legemiddelverk (SLV) og Mattilsynet. I spesielle tilfeller kan også andre myndigheter ha et ord med i laget. En etter hvert godt kjent hemmelighet er at ekstrakter i utgangspunktet skal vurderes av SLV før de benyttes i kosttilskudd eller andre næringsmidler. Imidlertid skjer nok dette bare unntaksvis.

Kosttilskuddene skal også merkes i henhold til norsk regelverk. Det er Mattilsynet som skal kunne gi svar på hva som kreves av obligatorisk merking. Til tross for den veiledningsplikten Mattilsynet har, kan de erfaringsvis

vanskelig avsette nok tid til at de som selger kosttilskudd får en utfyllende veiledning produkt for produkt. Dessuten har mange uklareheter dukket opp i kjølvannet av den nye kosttilskuddforskriften. Viktig er det også at kosttilskudd, i likhet med alle andre næringsmidler, omfattes av de nye bestemmelsene om allergenmerking.

Merkingen på mange kosttilskudd bærer for øvrig ofte preg av at forfatteren har mer på hjertet enn det han strengt tatt har lov til å si i henhold til regelverket. Grensedragningen mellom medisinske påstander og "spiselige" påstander, er det SLV som har ansvaret for. Det er imidlertid viktig å være klar over at selv om SLV definerer en påstand som ikke-medisinsk, så betyr ikke det at Mattilsynet automatisk anser påstanden som lovlig.

Sammensetning og merking av kosttilskudd er et mangslungent og innviklet felt. Samtidig går utviklingen mot et mer detaljert regelverk og større krav til kontroll. Myndighetenes krav til bedriftene om internkontroll, herunder egenkontroll av selve næringsmidlene, er strammet til. Helsedepartementets naturmiddelutredning varsler ytterligere fokus på forvaltning av kosttilskudd. I tillegg har bransjen selv startet en produktkontroll av de kosttilskudd som selges gjennom de tre store helsekostkjedene. Sluttledet, forbrukerne, har blitt mer kravstore og forventer å få vite mest mulig om produktene de kjøper. Den som skal bryne seg på kosttilskudd, har en utfordrende oppgave foran seg!