



Udvalget for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri

MINISTEREN

Den

J.nr.: 422-1

Vedr. ”Multivitamin juice sagen”

Som oplyst i besvarelse af 13. juni 2005 af udvalgsspørgsmål 116 vurderede Fødevareregion Århus i notat af 1. juni 2005, at mærkningen af ”Multivitamin juice” ikke var vildledende. Vurdering skete efter anmodning fra departementet.

Forbrugerrådet anmeldte den 3. juni 2005 produktet til Fødevareregion Århus for vildledende markedsføring. Fødevareregion Århus traf den 10. juni 2005 afgørelse i sagen og fastholdte sin vurdering af 1. juni 2005 om, at mærkningen og markedsføringen ikke var vildledende.

Denne afgørelse blev af Forbrugerrådet påklaget til Fødevarestyrelsen, der som 2. instans netop har truffet afgørelse i sagen. Fødevarestyrelsens afgørelse vedrører det forbud mod vildledende mærkning og markedsføring overfor forbrugerne, som er fastsat i artikel 16 i fødevarerforordningen (178/2002/EF), hvorefter der foretages en konkret vurdering af de samlede omstændigheder ved markedsføringen og mærkningen af den pågældende fødevarer.

Fødevarestyrelsens afgørelse fremsendes hermed til udvalgets orientering. Det følger af Fødevarestyrelsens afgørelse, at virksomheden inden for en nærmere fastsat frist skal ændre produktets emballage, idet den i sin nuværende form findes vildledende. Fødevarestyrelsen ændrer herved Fødevareregion Århus’ afgørelse af 10. juni 2005.

Fødevarestyrelsen har i sin afgørelse taget stilling til om navnet ”Multivitaminjuice” set i sammenhæng med de øvrige omstændigheder ved mærkningen og markedsføringen af det konkrete produkt er vildledende. Der er derfor tale om en anden vurdering end den, som Familie- og Forbrugerministeriets departement foretog, da det i afgørelse af 25. august 2004, vurderede, at brugen af navnet ”Multivitaminjuice” ikke i sig selv er vildledende eller i øvrigt udgør en ulovlig anprisning. I afgørelsen fra august 2004 vurderedes navnet inden markedsføringen var påbegyndt, mens Fødevarestyrelsen – efter at produktet er kommet på markedet - i sin afgørelse har vurderet navnet i sammenhæng med de øvrige omstændigheder ved mærkningen og markedsføringen af det konkrete produkt.

For uddybende forklaring af denne sondring kan jeg henvise til mine besvarelser af følgende § 20 spørgsmål: S 1125, S 1126, S 1127, S 1128 og S 1129.

Lars Barfoed

/Lars Korsholm