



Til samtlige producenter af Lurpak Smørbar

7. april 2008

Instruktion om designændring af LURPAK Smørbar

Som bekendt blev LURPAK Smørbar lanceret som en del af LURPAK – familien i foråret 2006. Som det også er bekendt har der kørt en sag om markedsføringen af produktet. Denne sag blev afgjort endelig i oktober 2007 med Fødevarestyrelsens afgørelse om, at der ikke var tale om vildledende markedsføring.

Denne klare afgørelse var Mejeriforeningen naturligvis tilfreds med, da den bekræfter det, der hele tiden har været Mejeriforeningens opfattelse.

Efterfølgende har det været forsøgt at rejse sagen politisk i Folketinget. Sagen har været drøftet i flere udvalg, hvor der af forskellige årsager har været udtrykt divergerende syn på sagen.

Vildledningsspørgsmålet har i den forbindelse været et centralt emne.

Det skal understreges, at Mejeriforeningen er af den helt klare opfattelse, at der ikke med den nuværende emballage er - eller på noget tidspunkt har været - tale om vildledning. Det er således vores opfattelse (hvilket jo er bakket op af myndighederne), at den nuværende emballage både i form og design adskiller sig så meget fra Smør emballagen, at den almindelige forbruger ikke kan tage fejl. Vi har ligeledes gjort mere end man kan forlange af os som producenter for at vejlede detailhandelen omkring reklamer for produktet.

Når det er sagt så er det uheldigt, at der er opstået denne divergerende opfattelse mht. vildledning i det politiske system. Mejeriforeningen ønsker at komme dette i møde ved følgende tiltag, som producenterne af LURPAK Smørbar bedes rette sig efter så hurtigt det i praksis kan lade sig gøre, og er økonomisk forsvarligt.

INSTRUKS

Det er vigtigt at LURPAK Smørbar har et design, så det fremgår at produktet er en del af LURPAK familien. Derved bevares signalet om, at der er tale om et premium produkt indenfor sin kategori. Det er vor opfattelse, at dette stadig vil være tilfældet med følgende ændringer i designet:

1. Der foretages en ændring i teksten på produktet, så det endnu tydeligere fremgår, at der er tale om et blandingsprodukt og ikke om smør. Dette kan ske ved en æn-



- dring i bogstav-størrelse, -farve eller -type, for hele eller dele af teksten på produktet.
2. Der skal ske en farvemæssig ændring af designet f.eks. ved at ændre på bølgen forneden så den adskiller sig yderligere fra den, der findes på smørpakkerne.
 3. Det henstilles, at der endnu engang tages kontakt til detailhandelen, og guider dem i hvordan produktet skal markedsføres, så vildledning undgås. Det kan overvejes evt. at lave forslag til forklarende tekst, som kan bruges i forbindelse med reklameringen – tekstforslag der forklarer forskellen mellem smør og blandingsprodukter, og at LURPAK Smørbar hører til sidst nævnte kategori.

Ovennævnte designændring gennemføres hurtigst muligt, og skal som vanligt inden den sættes i produktion godkendes af Mejeriforeningen i henhold til Lurmærkeregelsættet.

Med venlig hilsen

Jørgen Hald Christensen / Søholt Hansen
Mejeriforeningen