



MARGARINEFORENINGEN · ASSOCIATION OF DANISH MARGARINE MANUFACTURERS AND IMPORTERS
SEKRETARIAT: ADVOKAT FREDERIK MADSEN · TLF: (+45) 33 32 43 44 · FAX: (+45) 33 32 39 99 · INFO@MIFU.DK · WWW.MIFU.DK

Folketinget, Erhvervsudvalget
Christiansborg
1240 København K

Kbh. 4/1-2008
J.Nr. 9.3.64

Postboks 337
1504 København V

Danske Bank A/S
konto nr. 3118 4310974676
CVR 11 62 72 85

info@mifu.dk
<http://www.mifu.dk>

Samråd med Fødevareministeren 8. januar 2008 om Lurpak Smørbar

Jeg ønsker godt nytår.

Jeg tillader mig at vedlagt at sende supplerende materiale i forbindelse med de forestående samråd med Fødevareminister Eva Kjer Hansen tirsdag 8. januar 2008.

Jeg kan se af de besvarelser, ministeren har sendt til Folketinget, at sagen kredser om hvad der blev sagt eller ikke sagt ved overdragelsen af Lurmærket i 1997, og at det diskuteres hvorvidt Fødevarestyrelsens afgørelse kan ændres af ministeren.

Dette er efter min opfattelse et forkert udgangspunkt.

Udgangspunkt må tages i EUs rådsforordning 1898/1987 om beskyttelse af benævnelserne for mælk og mejeriprodukter, hvoraf fremgår et meget restriktivt vildledningsbegreb, (Bilag 9 i den tidligere fremsendte materialesamling til Folketinget) nemlig:

(præambelen) : det skal undgås, at forbrugerne på nogen måde vildledes

og i artikel 3 stk. 2: For produkter, der ikke er mejeriprodukter, er det forbudt at angive, lade forstå eller antyde, at produkterne er mejeriprodukter.

Det er disse bestemmelser, der er afgørende for, om LURPAK SMØRBAR lovligt kan markedsføres i Danmark, hvor LURPAK er et stærkt indarbejdet synonym for smør, hvilket ikke mindst fremgår af mejeriernes eget materiale. Da Lurmærket i 2001 fyldte 100 år, skrev mejerierne i jubilæumsbogen: "*Det lurmærkede smør er i Danmark så selvfølgelig, at det indgår i den nationale selvforståelse på linje med lysegrønne bøgeskove, bindingsværksdyller og græsmarker med gumlende køer..... Mærket er Lurpak.*" .

Det er fuldstændig uden betydning for sagen, hvad der er muligt i andre lande mht. markedsføring af LURPAK SMØRBAR.



Hovedsagen er, at eftersom LURPAK i Danmark er synonymt med smør, er der ved markedsføring af LURPAK SMØRBAR tale om, at man angiver, lader forstå eller antyder, at produktet er smør - hvilket det ikke er i følge Benævnelsesforordningen.

Længere burde den historie ikke være, for hvad der måtte være lovet mejerierne i 1997 kan naturligvis ikke være løfter, der rækker ud over det, der er lovligt.

Fødevestyrelsens afgørelse af 5. oktober 2007 (Bilag 14 i den tidligere fremsendte materialesamling til Folketinget), som ministeren kan og bør ændre hvis hun vil, er begrundet med

1) Der er tale om produktudvikling, derfor er Lurpak Smørbar lovligt.

MIFUs kommentar til dette er, at "produktudvikling" ikke er et lovligt kriterium i forhold til at afgøre, om der foreligger vildledning. Det vil komme til at stå slemt til med fødevarerensikkerheden, hvis virksomhederne fremover kan anvende "produktudvikling" som kriterium for at måtte vildlede. I øvrigt er der slet ikke tale om "produktudvikling", idet "Kærgården" har været på markedet siden 1990.

2) Siden produktet er kommet på markedet i marts 2006 er der opnået større grad af forbrugerkendskab.

MIFU har til imødegåelse af dette fået gennemført en ny uafhængig Vilstrup-undersøgelse, tilsvarende den MIFU fik gennemført i september 2006. (Bilag 12 i den tidligere fremsendte materialesamling til Folketinget). Undersøgelsen viser, at der fortsat er 72% af respondenterne, der forbinder LURPAK SMØRBAR med smør. Undersøgelsen vedlægges.

3) Arla har taget kontakt til butikkerne for at sikre en korrekt benævnelse af produkterne.

MIFU vedlægges side 80 i BILKAs Udsalgskatalog for januar 2008 der viser, at produkterne fortsat sammenblandes i markedsføringen. Udsalgskataloget er et godt eksempel på, hvordan forbrugerne vildledes ved markedsføringen af Lurpak Smørbar. Prisen på de vegetabiliske olier ligger på ca. 1/6 af prisen på smørolie. I eksemplet fra BILKA fremgår det ikke alene, at Lurpak Smørbar sælges som smør, det fremgår også, at det sælges til samme pris som smør. Det er en sådan klassisk vildledningssituation, benævnelsesforordningen søger at sikre forbrugerne mod: Man sælger et billigt, ikke-mejeri produkt, til priser der svarer til dem, man opnår for mejeriprodukter, under dække af, at der er tale om et 100% mejeriprodukt.

I forhold til hvordan vi i Danmark fører os frem med at have en høj grad af fødevarerensikkerhed, er det MIFU fuldstændig ubegribeligt, at man fra myndighedernes side lukker øjnene for denne helt åbenbare vildledning af forbrugerne, en vildledning som også Forbrugerrådet resultatløst har forsøgt at få bragt til ophør.

Med venlig hilsen


Frederik Madsen
MIFU - Margarine Foreningen

NB: Skulle du mangle nogle af de her nævnte bilag, kan de alle downloades fra www.mifu.dk "vi mener". I øvrigt er enhver kontakt velkommen. Mobil 40430250 når som helst.

LURPAK Smørbar

Prepared for Margarine Foreningen

Prepared by Kim Bensby

Job Number : 5238

Date 20. December, 2007



synovate
Vilstrup

Indholdsfortegnelse

- Metodebeskrivelse
- Konklusioner
- Uddybende resultater
- Det anvendte skema



Metodebeskrivelse

Undersøgelsen er foretaget som en web undersøgelse i Synovate Vilstrups web-panel.

Web-panelet består af ca. 33.000 danskere. Disse er alle rekrutteret på national repræsentative Telefonundersøgelser, og det er ikke muligt selv at melde sig til panelet.

Der er 1.069 personer, som har svaret på undersøgelsen i perioden 23/11 – 15/12 2007



Konklusioner

- Resultaterne er i overensstemmelse med den tilsvarende undersøgelse der blev gennemført i 2006.
- Der er flest respondenter, der forbinder LURPAK Smørbar med smør frem for Kærgården og Becel, når de åbent skal svare på, hvad de forbinder med produkterne.
- Det samme gør sig gældende, når der vises billeder af produkterne.
- Spørges der specifikt til hvilke produkter der forbindes med smør, er resultatet:
 - **72% af respondenterne forbinder LURPAK Smørbar med smør**
 - 48% af respondenterne forbinder Kærgården med smør
 - 2% af respondenterne forbinder Becel med smør
- Der er således ingen tvivl om, at mange mennesker forbinder LURPAK Smørbar med smør, og at andelen er markant højere end for andre produkter til at smøre på brødet.
- Ud fra vores erfaringer er resultaterne meget entydige; en stor del af de adspurgte forbinder LURPAK Smørbar med smør



synovate

Vilstrup

Uddybende resultater I

I det første spørgsmål spørges til, hvad respondenterne åbent forbinder med LURPAK Smørbar. Her kan respondenterne skrive det de umiddelbart forbinder med produktet. Det er ca. 43%, hvor svaret handler om, at det er smør, og det er tydeligt, at flere respondenter forbinder LURPAK Smørbar med smør:

- "Vel nok det bedste og mest oprindelige smørprodukt jeg kender"
- "Rigtig smør, ikke et blandingsprodukt"
- "Dejlig dansk saltet smør!"
- "Kvalitet og et naturprodukt"
- "Dansk landbrugssmør, som er et anerkendt kvalitetsprodukt"
- "Rent produkt modsat andre blandings produkter. God og smagfuldt."
- "Hårdt gammeldags smør på et morgenbord med rundstykker"
- "Gammeldags smør - rigtig smør"
- "Den velkendte smag af smør fra de gode gamle dage"
- "Dansk smør når det er bedst "
- "Varmt hjemmebagt brød med ægte lækkert smør"



Uddybende resultater II

I det næste spørgsmål vises et billede af produktet LURPAK Smørbar, og der spørges derefter til, hvad respondenterne åbent forbinder med produktet. Her kan respondenterne igen skrive det, de forbinder med produktet.

Omtrent 34% af svarene handler om, at det er smør, og det er tydeligt, at flere respondenter forbinder LURPAK Smørbar med smør eller at folk bliver snydt til at tro at det er smør:

- "Farver og logo ligger tæt op ad Lurpak smør, - som igen altid har stået for dansk kvalitet
- "Smør fra købmanden
- "Nemt at smørre på morgenbrødet om søndagen
- "Klassisk smør - ny indpakning
- "Smørpakke der altid har været der!
- "Klassisk, indbegrebet af dansk frokostbords-tilbehør, kvalitet
- "Designet er meget ordinært. Ligesom produktet virker det som en udvandet udgave af klassikeren.
- "Dansk produkt - pakken ligner den alm. pakke - ville måske ikke opdage, at den er smørbar
- "Minder meget om de gamle Lurpak Smør... dog benyttes samme emballage som til alle andre smør og magarineprodukter
- Pakken og udseendet er helt tydeligt smør



Uddybende resultater III

På samme måde er der spurgt til, hvad man forbinder med Kærgården og Becel.

- For Kærgården er der i denne forbindelse ca. 21%, der har et svar der relaterer sig til smør.
- For Becel er der ca. 3,5% af svarene der relaterer sig til smør

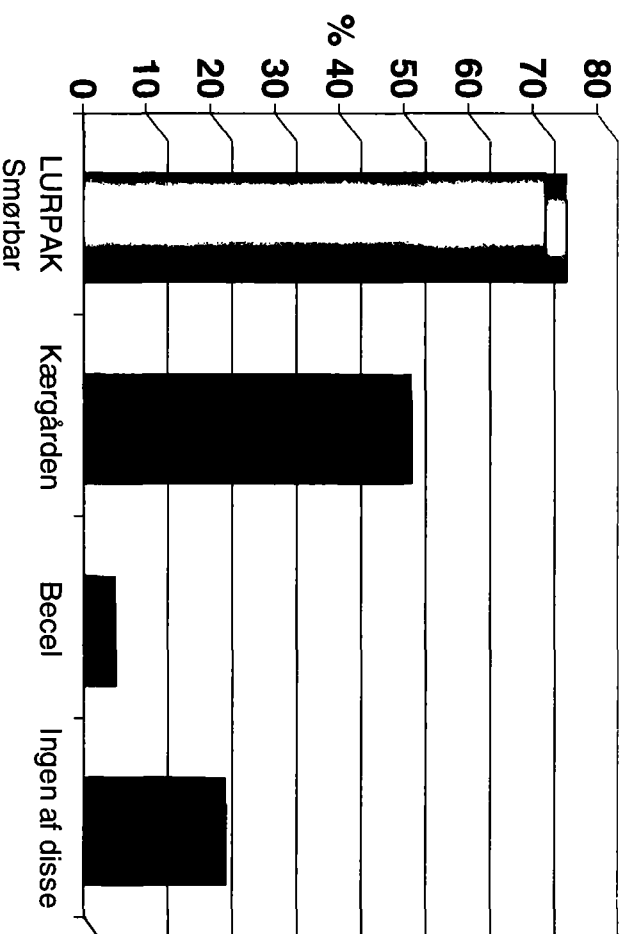
Når der vises billeder af produkterne er svarene:

- For Kærgården under 17% af svarene der relaterer sig til smør
- For Becel under 2,5% af svarene der relaterer sig til smør



Uddybende resultater IV

Derefter spørges specifikt til hvilke produkter der forbindes med smør. Svarene fordeler sig på følgende måde:

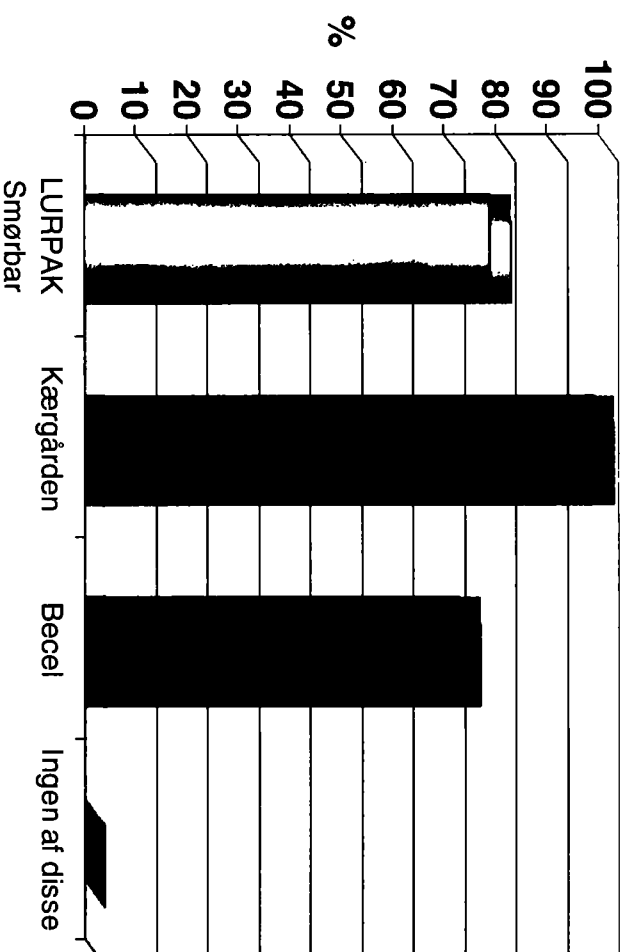


Det ses, at der er 72%, der forbinder LURPAK Smørbar med smør.



Uddybende resultater V

Nedenstående viser, hvor mange der har set de forskellige produkter før:

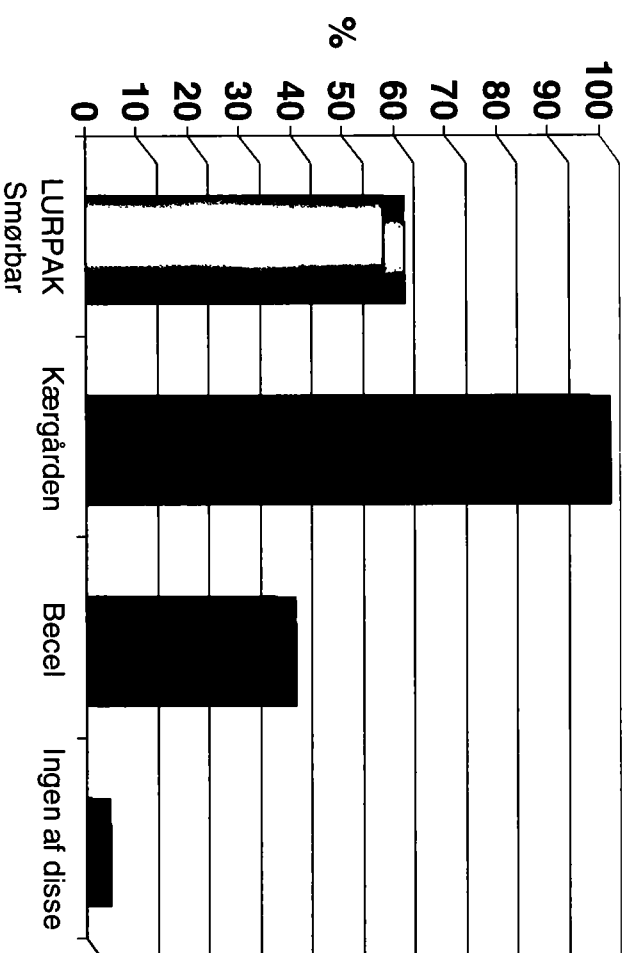


Det ses, at 79% mener de har set LURPAK Smørbar før.



Uddybende resultater VI

Nedenstående viser, hvor mange der har prøvet de forskellige produkter før:

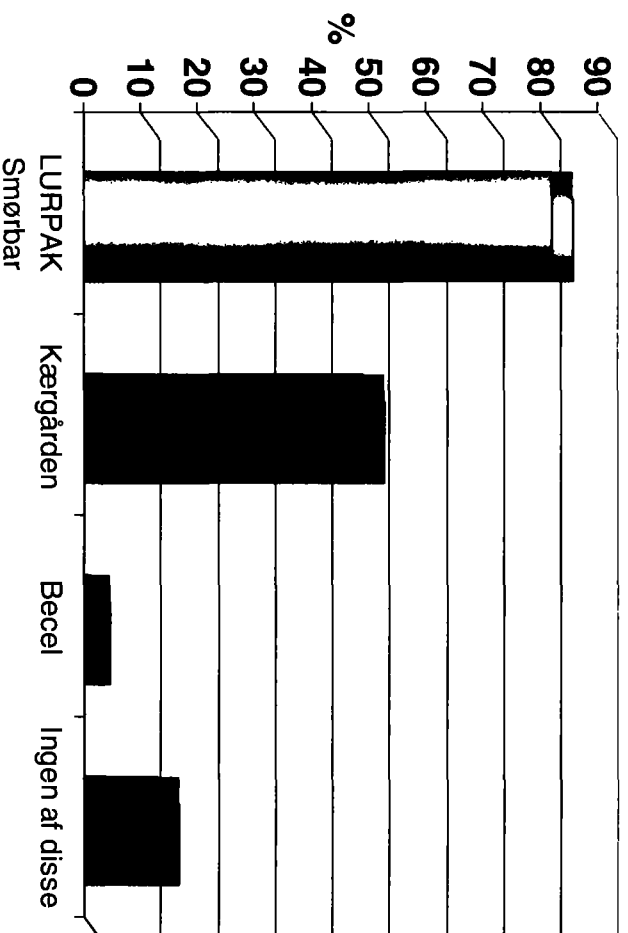


Det ses, at 58% mener, de har prøvet LURPAK Smørbar før.



Uddybende resultater VII

Sammenholdes svarene omkring hvilke produkter der forbindes med smør med hvilke af produkterne der er prøvet før, viser der sig følgende resultat:



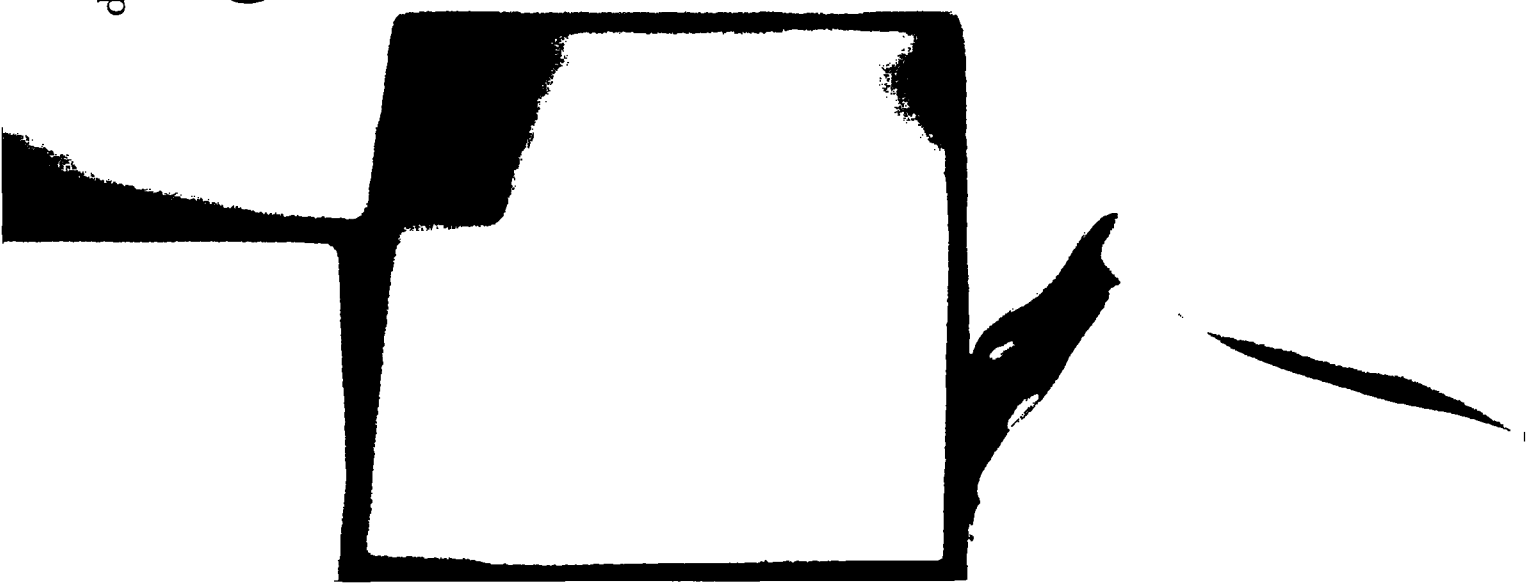
Det ses, at der er endnu flere, nemlig 82 %, blandt de der har prøvet LURPAK Smørbar, der også forbinder produktet med smør.



Our curiosity is all yours.
Thank you.



Research driven by curiosity



BILKA

ÅBENT ONSDAG 8 - 21 • TORSDAG - FREDAG 9 - 21 • LØRDAG 8 - 17

Tilbuddene gælder fra onsdag d. 2. januar til og med lørdag d. 5. januar, så længe lager haves.



Estelle
Jackie

2 stk. T-shirt

Estelle S-XXL og
Jackie 44/46-52/54.

Skjorte eller jeans

Estelle 36-46 og Jackie 46-52.

FRIT VALG

Estelle

79⁹⁵

Jackie 99⁹⁵

UD
OG ANDRE GODE TILBUD
Salg



SONY 32" Bravia LCD TV

Model KDL-32U3000.
HD-ready. Oppløsning:
1366 x 768. Kontrast:
1800:1. Lys: 500 cd/m².
Tekst-TV. 2 scart og
1 HDMI tilslutning.
Vor normalpris 6979,-

32" LCD TV

4979,-

SPAR 2000,-



KØKKENCHEF

6 DELE

299,-

SPAR 400⁹⁵

Køkkenchef grydesæt - 6 dele

Består af kasserolle 1,6 ltr, gryde 2,2 ltr og gryde 3,1 ltr
med låg og indvendige litermål. Låg med damphuller.
18/10 stål. Velegnet til induktion. Tåler brug af metal-
redskaber. Vor normalpris 699,95



2048 MB RAM

4999,-

acer Extensa
Athlon 64 X2 1,8
GHz

Model EX5420-6A2G16M1. AMD Athlon 64 X2 TK-55
(1,8 GHz) Dual Core, 2048 MB DDR2 RAM, 160 GB hard-
disk, op til 896 MB ATI Radeon X1250 grafik (delt) m/
TV-Out, DVD+-RW brænder, 15,4" WXGA CrystalBrite TFT,
indbygget webcam, trådløst netværk 802.11b/g, 5-i-1
kortlæser, 4 x USB 2.0, Windows Vista Home Premium.
Inkl. Microsoft Office Ready 2007 60 dages prøveperiode.
Norton Internet Security 2007 med 90 dages opdatering.

ÆGTE LÆDER

2999,-

SPAR 3000,-

KØB NU

AFHENT OM 12 HVERDAGE

Modena lædersofa
med chaiselong

257 x 158 cm. Vor normalpris 5999,-

UDSALGET STARTER ONSDAG DEN 2. JANUAR KL. 8



2 stk. Cheasy yoghurt

a 1000 g. Flere varianter.
Vor normalpris op til 29,90
Pr. kg 11,-

2 STK.

22.-

SPAR OP TIL 7⁹⁰



2 stk. drikkecultura
a 500 ml. Flere varianter.
Vor normalpris op til 23,90

2 STK.

18.-



3 stk. Engholm yoghurt
a 1000 g. Flere varianter.
Vor normalpris op til 32,85
Pr. kg 8,92

3 STK.



26⁷⁵

Valsøllille juice eller græsk eller tyrkisk yoghurt
1 liter/ 1 kg Flere varianter.
Vor normalpris op til 24,95

FRIT VALG

20.-



3 pk. Lurpak

a 250 g. Flere varianter.
Vor normalpris op til 43,50
Pr. kg 37,27

3 PAKKER

27⁹⁵

SPAR OP TIL 15⁵⁵



3 stk. Engholm piskefløde, creme fraiche eller syrnet fløde

a 500 g/ 500 ml.
Vor normalpris op til 32,25
Pr. kg 16,67

3 STK.

25.-



5 stk. mellemmåltider

a 85 - 175 g/ 250 - 290 ml.
F.eks. Tiramisu, Mini Meal, Risifrutti eller Cultura med top.
Vor normalpris op til 43,75
Pr. kg max. 68,24
Pr. liter max. 23,20

5 STK.

29.-

