

## Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri



Folketingets Udvalg for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri

København, den 12. marts 2008  
Sagsnr.: 11179

Folketingets Udvalg for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har i skrivelse af 20. februar 2008 (Alm. del - spørgsmål nr. 138) udbedt sig min besvarelse af følgende:

### **Spørgsmål 138:**

”Ministeren bedes kommentere henvendelsen af 19/2-08 fra Mejeriforeningen vedrørende markedsføringen af LURPAK smørbar, jfr. FLF alm. del – bilag 130.”

### **Svar:**

Udvalget har bedt mig kommentere et indlæg i diskussionen mellem Mejeriforeningen og Margarineforeningen i forbindelse med markedsføringen af blandingsproduktet Lurpak Smørbar. Jeg har begrænset mine kommentarer til faktuelle spørgsmål, som vedrører Fødevareministeriets ressort.

Jeg kan oplyse, at fødevareregionerne som et led i deres almindelige kontrol såvel som under særlige kampagner foretager en kontrol af, at der ikke sker vildledende markedsføring af fødevarer.

Hvis reklamemateriale/tilbudsaviser skulle have et vildledende indhold, vil fødevareregionen rette henvendelse til den, der er ansvarlig for reklamen/markedsføringen. I det omtalte tilfælde vil adressaten således være den butikskæde, som er ansvarlig for udsendelsen af reklamen/tilbudsavisen.

Producenten af blandingsproduktet har ifølge henvendelsen taget særlige skridt til at sikre sig, at firmaets kunder ikke markedsfører produktet på en vildledende måde. Fødevarestyrelsen har oplyst mig om, at dette er mere vidtrækkende, end hvad producenter normalt gør for at beskytte produktets omdømme og forbrugerne mod vildledning.

Det kan bekræftes, at omkostningerne for vedligeholdelse og markedsføring af Lurmærket over årene er afholdt af mejerierhvervet.

Eva Kjer Hansen

/Kristine Lilholt Nilsson