

## Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri



Folketingets Udvalg for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri

København, den  
Sagsnr.: 11241

Folketingets Udvalg for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har i skrivelse af 26. februar 2008 (Alm. del - spørgsmål nr. 145) udbedt sig min besvarelse af følgende:

### **Spørgsmål 145:**

”Ministeren bedes kommentere henvendelsen af 24/2-08 fra MargarineForeningen vedrørende markedsføringen af Lurpak Smørbar, jf. FLF alm. Del – bilag 137.”

### **Svar:**

Udvalget har bedt mig om at kommentere en henvendelse fra Margarineforeningen, hvori det fremføres at Arla Foods har gennemført vildledende markedsføringskampagner ved salg af produktet ”Lurpak Smørbar”. Jeg vil holde mig til at kommentere de spørgsmål, der vedrører Fødevareministeriets ressort.

#### *Butikskædernes markedsføring*

Det er korrekt, at der ved Fødevarestyrelsens afgørelse i oktober 2007 indgik at Arla Foods havde oplyst, at de havde taget kontakt til de forskellige butikskæder med henblik på at sikre en korrekt benævnelse af produkterne. Arla Foods har siden fremsendt yderligere information til butikkerne med henblik på at undgå vildledning i forbindelse med tilbudsaviser og annoncer.

Som nævnt i mit svar til spørgsmål 138 er denne vejledning af butikkerne ifølge Fødevarestyrelsen en ekstra indsats fra Arla Foods side i forhold til, hvad producenter af fødevarer normalt gør for at undgå vildledning af forbrugerne.

Hvis butikkerne, på trods af ovennævnte information og henstillinger fra Arla Foods, stadig markedsfører ”Lurpak Smørbar” på en måde, som vurderes vildledende for forbrugerne, skal eventuelle sanktioner rettes mod butikken, som er ansvarlig for den

reklame, annonce, skiltning m.v. der måtte findes vildledende, hvilket jeg også nævner i mit svar på spørgsmål 138.

Jeg kan i øvrigt oplyse, at Margarineforeningen har fremsendt de samme annonceeksempler til mig i et særskilt brev.

Hvis virksomheder, organisationer eller forbrugere mener, at der i et konkret tilfælde sker vildledning af forbrugerne, kan disse anmelde den pågældende markedsføring til fødevareregionerne. Jeg betragter i den forbindelse Margarineforeningens henvendelse som en anmeldelse, og vil derfor bede Fødevarestyrelsen om at lade den relevante fødevareregion foretage en vurdering af, om butikkerne i hvert af de nævnte tilfælde vildleder forbrugerne med deres markedsføring.

*Mælkeproduktlovens § 10, stk. 3*

Margarineforeningen udtrykker i deres brev undren over, at der ikke med hjemmel i mælkeproduktloven udstedes en bekendtgørelse, der regulerer brugen af Lurmærket. Muligheden for at udstede en sådan bekendtgørelse eksisterer imidlertid ikke, idet Mælkeproduktloven blev ophævet i forbindelse med ikrafttrædelse af fødevarereloven den 1. januar 2000.

Selv da bestemmelsen var gældende gav den imidlertid ikke hjemmel til at regulere brugen af lurmærket. Mælkeproduktlovens § 10, stk. 3 blev ændret i forbindelsen med overdragelsen af mærket til Mejeriforeningen i 1997, således at henvisningen til lurmærket udgik af bestemmelsen.

I et svar til Jens Kirk (V) på spørgsmål S 1360 oplyste daværende Fødevarerminister Henrik Dam Kristensen i forbindelse med lovforslagets behandling i Folketinget:

”Bestemmelsen i lovens § 10, stk. 3, giver i den nye formulering fortsat adgang til at fastsætte regler eller undlade at fastsætte regler for anvendelse af kvalitetsmærker generelt. I fjernelsen af den hidtidige henvendelse til lurmærket, ligger imidlertid en tilkendegivelse af, at denne adgang ikke længere vil blive udnyttet til at fastsætte regler om anvendelse af lurmærket”.

Det er således ikke korrekt, at den omtalte bestemmelse blev indsat i loven for at ”have snor i tingene”. Tværtimod blev henvisningen til lurmærket fjernet fra bestemmelsen for at understrege, at mærkets anvendelse ikke længere skulle reguleres af staten.

Ydermere bemærkes, at et eventuelt forbud mod anvendelse af lurmærket på blandingsprodukter uanset den citerede bestemmelse ikke ville kunne ske som en

offentligretlig begrænsning i råderetten over et privat mærke uden at krænke de rettigheder, som tilkommer ejeren af mærket.

Det bemærkes i øvrigt, at advokat Frederik Madsen, i forbindelse med en anden sag om lurmærkernes anvendelse, i et brev dateret 24. maj 2002 til daværende Fødevarerminister Mariann Fischer Boel, anførte:

”Jeg er klar over, at der ikke er lovhjemmel til at ministeren kan gribe ind, idet mærket er overdraget, men jeg beder Dem alligevel om rent politisk at gå ind i sagen...”

*Benævnelsesforordningen*

Endvidere mener Margarineforeningen at EU's regler om beskyttelse af benævnelser for mejeriprodukter overtrædes, hvis brugen af Lurmærket ikke reguleres i en bekendtgørelse.

Spørgsmålet om overtrædelse af benævnelsesforordningen indgik ikke i Fødevarestyrelsens afgørelse i oktober 2007. Fødevarestyrelsen har dog oplyst mig om, at styrelsen ikke finder at markedsføringen af ”Lurpak Smørbar” er i strid med benævnelsesforordningens bestemmelser.

Eva Kjer Hansen

/Kristine Lilholt Nilsson