

## Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri



Folketingets Udvalg for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri

København, den 10. december 2008  
Sagsnr.: 13926

Folketingets Udvalg for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har i skrivelse af 3. november 2008 (Alm. del - spørgsmål nr. 45) som hermed besvares. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Pia Olsen Dyhr (SF).

### **Spørgsmål 45:**

”Vil ministeren kommentere artiklen i Børsen 30/10-08: ”Becel skal ændre markedsføring”, herunder hvordan det kan være, at der kan gå så lang tid, før der fandt en afgørelse sted i sagen om vildledning, og hvorfor Unilever ikke er blevet idømt bøder, set i lyset af ministerens nultolerance?”

### **Svar:**

Fødevestyrelsen påbød i juli 2003 Unilever Danmark A/S at ændre en ulovlig markedsføring af produktserien Becel Pro.activ. I brev af 8. juli 2003 redegjorde Unilever Danmark A/S tilfredsstillende overfor fødevareregionen for, hvilke ændringer virksomheden ville iværksætte som følge af Fødevestyrelsens afgørelse. Sagen fra 2003 er derfor blevet opfattet som afsluttet i Fødevareregionens kontrolafdeling.

I artiklen henvises til Forbrugerrådets klage i 2005, hvor der faldt afgørelse i 2008. I forhold til den sag, kan jeg bekræfte, at sagsbehandlingstiden ikke har været i overensstemmelse med ministeriets retningslinjer. Det er naturligvis ikke tilfredsstillende.

Med hensyn til valg af sanktioner, må jeg bemærke, at Fødevestyrelsens instruks om konsekvent bødesanktionering, som led i nultolerance-planen, forudsætter, at der er tale om en klar overtrædelse af en klar regel. Overtrædelser af reglerne om vildledning og sundhedsanprisninger forudsætter en konkret vurdering, og er derfor ikke omfattet af den konsekvente bødesanktionering i nultolerance-planen. Fødevareregionen har valgt at

benytte den sanktion, som er fundet nødvendig og tilstrækkelig til opfyldelse af målet, jf. principperne herom i kontrolvejledningen.

I denne sag er påbudsinstrumentet fundet bedst egnet til at sikre reglernes overholdelse.

Med henvisning til artiklen fra Børsen den 30. oktober 2008 synes jeg ikke, at man kan kalde afgørelsen fra Sekretariatet for Fødevarer- og Veterinærklager i oktober 2008 for blot en løftet pegefinger. Virksomheden skal senest den 25. november 2008 dokumentere overfor fødevareregionen, at de har ændret mærkning og markedsføring af produktserien. Tilbagetrækning af et produkt eller en ændring af markedsføring medfører i sig selv en ikke uvæsentlig udgift for virksomheden.

Jeg kan afslutningsvis nævne, at Fødevareregionen efterfølgende ikke har godkendt de initiativer, virksomheden måtte have iværksat på baggrund af Fødevarestyrelsens afgørelse fra 2003. En sådan godkendelse ligger udenfor de beføjelser, Fødevareregionen er tildelt. Det er virksomhedens ansvar at sikre sig, at dens aktiviteter lever op til reglerne i fødevarerlovgivningen. Fødevareregionen forhåndsgodkender således ikke virksomheders markedsføring.

Eva Kjer Hansen

/Grete Bøgh-Sørensen