



LURPAK SMØRBAR

Jeg er rigtig rigtig ked af igen at skulle besvære Fødevareudvalget med denne sag, men MIFU føler sig fuldstændig magtesløs overfor Arlas massive vildledning af forbrugerne og den urimelige konkurrence, som Bakkedal/Dragsbæk udsættes for. Det har været mig umuligt at få fødevareministeren i tale.

Sagen er lang lang. Her er hovedpunkterne:

I følge fødevarelovgivningen er det ulovligt at angive, lade forstå eller antyde, at et blandingsprodukt som f.eks. Kærgården, Bakkedal eller Lurpak Smørbar, kun er lavet på baggrund af mælk. Forklaringen er, at smør er langt dyrere end vegetabilsk olie, og derfor må forbrugerne ikke vildledes til at tro, at de køber smør, hvis der er blandet vegetabilsk olie i produktet.

- Marts 2006: Arla begynder at markedsføre "Lurpak Smørbar"
- 26. maj 2006: På MIFUs foranledning, nedlægger Fødevareregion Nord forbud mod markedsføring af Lurpak Smørbar, fordi det er i strid med ovennævnte regel.
- 7. september 2007: Forbrugerrådet støtter et forbud mod produktet.
- 5. oktober 2007: Arla klager og Fødearestyrelsen omgør afgørelsen med den begrundelse, at Arla skal have mulighed for at produktudvikle. Dette kriterium for "dispensation" fra vildledningsforbuddet er klart ulovligt. Arla lover desuden, at man ikke længere vil markedsføre Lurpak Smør i bæger, men kun i folie. Portionspakninger med Lurpak Smør markedsføres imidlertid fortsat i bæger. **(Bilag 1 og 2)**
- 2007/08: Sagen kommer op i Folketinget. Arla lover, at man ikke længere vil markedsføre Lurpak Smør og Lurpak Smørbar samtidig. Dette løfte er på ingen måde overholdt. MIFU kan fremlægge talrige eksempler fra supermarkeder, print, emballage og www.lurpak.dk **(Bilag 3)**
- 8. januar 2008: Fødevareminister Eva Kjær Hansen afviser at tage sagen op. I et talepapir siger hun, at afgørelsen kan indbringes for domstolene.
- FT 2007/08: En række fødevareordførere forsøger at samle flertal for et beslutningsforslag, men det lykkes ikke. **(Bilag 4)**
- 2008: På baggrund af ministerens udtalelse til Fødevareudvalget, indbringer MIFU Fødearestyrelsens afgørelse for domstolene. Under sagen gør kammeradvokaten gældende, at MIFU ikke har søgsmålskompetence, men skal anlægge sag mod Arla efter Markedsføringsloven.
- 6. september 2013: I overensstemmelse med Landsretten fastslår Højesteret, at MIFU ikke har søgsmålskompetence. Sagen afvises derfor fra domstolene. MIFU har spildt millionbeløb på denne proces.
- Februar 2014: En undersøgelse udarbejdet af MIFU godtgør at 88% af forbrugerne fortsat forbinder Lurpak med Smør. 63% forbinder Lurpak Smørbar med smør. 30% forbinder Bakkedal med smør. **(Bilag 5)**

MIFU er nu henvist til at skulle anlægge en ny sag mod Arla. Det vil tage år at gennemføre. Kan det virkelig være rigtigt, at Arla i mellemtiden skal have lov til fortsat at vildlede befolkningen og ødelægge konkurrencen, når det er ganske utvivlsomt, at Fødearestyrelsen i 2007 har truffet en ulovlig afgørelse, og når Arla på ingen måde lever op til de løfter, man har givet til Fødevareministeren og Fødevareudvalget?

Hvad er begrundelsen for på denne urimelige måde at beskytte Arla?

Kontaktinfo: Frederik Madsen 40430250 / info@mifu.dk



Lett Advokatfirma
Bruun's Galleri
Værkmestergade 25, 8.
DK 8000 Århus C

KONTOR FOR FØDEVAREKVALITET,
TEKNOLOGI OG MARKEDSFØRING

Att.: Advokat Jan Bech

J.nr.: 2006-20-272-01961

05. oktober 2007

Deres ref. nr.: LETT j.nr. 207851.

Klage over Regionens afgørelse om nedlæggelse af forbud mod salg af Lurpak Smørbar

Afgørelse

Fødevarestyrelsen omgør hermed påbud af 26. maj 2006 fra Fødevareregion Nord, Kontrolafdeling Århus om forbud mod salg af Lurpak Smørbar. Fødevarestyrelsen finder ikke, at den nuværende markedsføring af Lurpak Smørbar er vildledende, og begrundelsen for at forbyde salg af produktet er herefter bortfaldet.

Baggrund

Margarineforeningen har den 5. april 2006 anmeldt blandingsproduktet Lurpak Smørbar til Fødevareregion Nord ud fra en betragtning om, at markedsføringen er vildledende. Margarineforeningen finder endvidere, at produktet markedsføres med angivelser som et mejeriprodukt, hvilket er i strid med benævnelsesforordningen¹, idet der er tale om et blandingsprodukt. Margarineforeningen finder ligeledes, at selve brugen af Lurmærket på et blandingsprodukt er i strid med meningen med Lurmærket.

Kontrolafdeling Århus har vurderet spørgsmålet om benævnelsesforordningen sammen med vildledningsspørgsmålet. Kontrolafdelingen har ikke taget stilling til branchens regler om brug af Lurmærket, da dette spørgsmål ikke findes at høre under Fødevarestyrelsens kompetenceområde. Det blev af kontrolafdelingen vurderet, at præsentationen af Lurpak Smørbar samlet set er vildledende, idet varen præsenteres på en måde, så forbrugerne opfatter blandingsproduktet som smør.

Regionens afgørelse bygger på følgende betragtninger:

- At Lurmærket har været benyttet på smør i så mange år, at forbrugerne forbinder Lurmærket med smør.
- At Lurpak Smørbar er pakket i et bæger, der i form, farve og typografi er meget lig pakninger med Lurmærket smør. Regionen finder ikke, at det forhold at produktet er mærket med beskrivelsen "blandingsprodukt" samt det forhold, at rapsolie er skrevet i varedeklarationen, opvejer hovedindtrykket af, at blandingsproduktet ligner en pakke smør.
- At der på emballagen henvises til www.lurpak.dk, men at der på denne hjemmeside kun er angivet smør under produkter og opskrifter, hvilket kan medvirke til at give forbrugeren indtryk af, at varen er smør.

¹ Rådsforordning 1898/1987 om beskyttelse af benævnelserne for mælk og mejeriprodukter i forbindelse med afsætning

- At regionen har spurgt et antal forbrugere og ansatte i detailhandel om deres opfattelse af ”Lurpak Smørbar”, og næsten alle de spurgte har givet udtryk for, at varen er smør.
- At anvendelsen af Lurmærket på blandingsprodukter, uanset brancheregler, kan vildlede forbrugerne til en opfattelse af, at varen er smør, hvilket er en overtrædelse af benævnelsesforordningen.

Afgørelsen er påklaget af Advokatfirmaet Lett, som repræsentant for Arla Foods A.m.b.a. og Mejeriforeningen, herefter klager. Der har sideløbende været en sag, hvor det er afvist, at Margarineforeningen kan betragtes som part i denne sag.

Klager har bl.a. fremført, at følgende er ændret siden regionens afgørelse:

- Lurmærket smør forhandles ikke længere i bæger men kun i cellofanpakning, der ikke kan forveksles med det bæger, som blandingsproduktet Lurpak Smørbar sælges i.
- Teksten på emballagen er ændret, således at ”rørt med en anelse rapsolie” er ændret til ”rørt med rapsolie”.
- Arla Foods har taget kontakt til de forskellige butikskæder med henblik på at sikre en korrekt benævnelse af produkterne.
- Der benyttes ikke længere markedsføringsmateriale, hvor det ikke fremgår, at der er tale om et blandingsprodukt.

Begrundelse

Fødevarestyrelsen finder, at uanset at Lurmærket har været benyttet til andre produkter end smør, er Lurmærket for de fleste danskere forbundet med smør. Fødevarestyrelsen finder endvidere, at emballagens grafiske udtryk er meget ens på Lurpak produkterne. Styrelsen finder dog, at der bør være mulighed for produktudvikling også indenfor indarbejdede varemærker, og at der er taget højde for den potentielle vildledning af forbrugerne ved, at der på låget er angivet, at der er tale om et blandingsprodukt, samt at det på bagsiden forklares, hvad et blandingsprodukt er. Herudover angives det i en overgangsperiode, at der er tale om en nyhed. Styrelsen finder herudover, at forhandlingen af produktet siden regionens afgørelse medfører et større forbrugerkendskab til produktet.

Styrelsen har i sin afgørelse endvidere lagt vægt på, at Lurmærket smør ikke længere forhandles i bæger, således at emballageformen for Lurmærket smør og Lurmærket blandingsprodukt nu er forskellig. Regionen henviser i sin afgørelse til, at hjemmesiden www.lurpak.dk under produkter og opskrifter kun omfatter smør. Blandingsproduktet Lurpak Smørbar fremgår nu på lige fod med andre produkter på hjemmesiden. Der lægges endvidere vægt på, at Arla Foods har oplyst, at markedsføringen er ændret således, at der ikke længere benyttes markedsføringsmateriale, hvor det ikke fremgår, at der er tale om et blandingsprodukt, samtidig med at Arla Foods har oplyst, at de har taget kontakt til de forskellige butikskæder med henblik på at sikre en korrekt benævnelse af produkterne.

Klagevejledning

Fødevarestyrelsens afgørelse er endelig og kan således ikke indbringes for en højere administrativ myndighed.

Til vore kunder

22. januar 2008

Kædeannoncering af Lurpak

Vedrørende kædeavis markedsføring vil vi gerne i forlængelse af tidligere samtale opsummere, hvorledes I bør/bedes forholde jer, når I i jeres kædeavis markedsfører Lurpak.

Når I markedsfører Lurpak Smørbar sammen med Lurpak smør, skal det i teksten fremgå, at det er to forskellige produkter.

Konkret kan det fremgå på følgende måde: " 3 pakker Lurpak Smørbar eller Lurpak smør, frit valg x kr."

Endvidere skal det af annoncen tydeligt fremgå, at der er tale om to forskellige produkter. Dette betyder, at der skal være en sammenhæng mellem det produkt, der afbildes i kædeavisen og teksten i annoncen.

Dette for at undgå, at der kan stilles tvivl om vildledende markedsføring.

Vi beder/henstiller til at dette efterleves. Såfremt der er tvivl/spørgsmål til ovenstående venligst kontakthusk at anføre personnavn.....

Med venlig hilsen
Arla Foods amba

Lars Aagaard
Business Group Director

EKSEMPLER PÅ ARLA -OVERTRÆDELSE AF LØFTER TIL FØDEVARESTYRELSE OG FØDEVAREUDVALG



Oblat under Lurpak Smørbar-låget, der reklamerer for smør og bekræfter at Lurpak er synonymt med smør. Februar 2014



Kilde: MIFU



Herover: Lurpak Smør i portionsbæger i strid med løfte om ikke at sælge smør i bæger. Februar 2014.

Til venstre: Slagtilbud hvor lurpak Smør og Lurpak Smørbar sælges sammen. Føtex Sep. 2013

Beretning afgivet af Udvalget for
Fødevarer, Landbrug og Fiskeri den 24.
december 2008

Udvalget for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri 2007-08 (2. samling)
FLF alm. del Bilag 176
Offentligt

Udkast

til

Beretning

om

anvendelsen af Lurmærket

1. Indledning

Lurmærket blev registreret som smørmærke helt tilbage i 1901 og blev fem år senere overdraget til staten som det officielle kvalitetsstempel for smør. Lurmærket blev overdraget til Mejeriforeningen i 1997 ved lov nr. 323 af 14. maj 1997 og ved den dertil knyttede aftale mellem Mejeriforeningen, Landbrugsrådet og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri.

Arla Foods har benyttet Lurmærket på smør og lancerede derudover i 2006 mærket på et blandingsprodukt »Lurpak Smørbar«, hvor der er tilsat 20 pct. vegetabilsk olie.

Margarineforeningen anmeldte i 2006 markedsføringen af dette blandingsprodukt »Lurpak Smørbar«, idet foreningen blandt andet fandt, at markedsføringen var vildledende. Fødevareregion Nord fandt, at der var tale om vildledende markedsføring, idet varen præsenteres på en måde, så forbrugeren opfatter varen som smør.

Afgørelsen blev påklaget af Arla Foods og Mejeriforeningen. Forbrugerrådet anmeldte tillige Arla Foods for overtrædelse af fødevareloven. Fødevarestyrelsen omgjorde den 5. oktober 2007 Fødevareregion Nord's afgørelse, idet styrelsen ikke fandt, at der var tale om vildledende markedsføring.

2. Udvalgsarbejdet

Møder

Udvalget har behandlet beretningen i <> møder.

Skriftlige henvendelser

Udvalget har i forbindelse med udvalgsarbejdet modtaget skriftlige henvendelser fra MargarineForeningen og Mejeriforeningen. Mejeriforeningen har tillige over for Erhvervsudvalget redegjort for sin holdning.

Deputationer

Endvidere har MargarineForeningen mundtligt over for udvalget redegjort for sin holdning.

Samråd

Erhvervsudvalget har stillet 1 spørgsmål til fødevareministeren til mundtlig besvarelse, som denne har besvaret i et samråd med Erhvervsudvalget den 8. januar 2008. Udvalget har været inviteret til at deltage i Erhvervsudvalgets samråd med fødevareministeren.

Spørgsmål

Udvalget har stillet 8 spørgsmål til fødevarerministeren til skriftlig besvarelse. Ministeren har besvaret 6 spørgsmål.

En oversigt over bilag på udvalgets alm. del og over bilag på Erhvervsudvalgets alm. del, som har relevans for beretningen er optrykt som bilag til beretningen.

3. Politiske udtalelser

Et ...tal i udvalget (S,...) bemærker, at Folketinget ved lov nr. 323 af 14. maj 1997 vedtog at overdrage Lurmærkerne til Mejeriforeningen. På tidspunktet for overdragelsen blev Lurmærkerne anvendt til smør, og hverken lovforslaget eller nogen ordfører nævnte noget om, at Lurmærkerne fremover skulle kunne anvendes til andet end smør. Det fremgik også af lovforslaget, at det ikke ville få erhvervsmæssige konsekvenser. Overdragelsen skete udelukkende med det formål at sikre, at Lurmærkerne fortsat skulle kunne anvendes eksklusivt til danske mejeriprodukter for at undgå, at andre EU-landes mælkeproducenter skulle kunne benytte mærkerne. Lurmærkerne har også siden 1997 i Danmark været identificeret med produktet smør.

Et ...tal i udvalget har imidlertid konstateret, at Fødevarestyrelsen overraskende og i strid med Forbrugerrådets anmeldelse har godkendt, at Lurmærkerne nu kan anvendes til blandingsprodukter i Danmark, uanset at mærkerne i praksis identificeres med smør. ...tallet har også konstateret, at der pågår en intensiv vildledning af forbrugerne, som ved forvekslingen af Lurmærket smør med blandingsproduktet kommer til at betale seks gange prisen for den del af råvarerne i blandingsproduktet, der ikke udgøres af mælkefedt, og at der i forbindelse hermed er skabt en ulige konkurrencesituation i forhold til andre udbydere af smør, blandingsprodukter og margarine end Arla Foods.

...tallet pålægger derfor Fødevarerministeren at bringe denne situation til ophør, f. eks. ved at tilbagekalde delegationen til Fødevarestyrelsen af afgørelser i sådanne sager og at genoptage sagen om, hvorvidt markedsføringen af »Lurpak Smørbar« er vildledende.

JØRN DOHRMANN

Udvalgsformand