



Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg
Christiansborg
1240 København K

Den 25. marts 2022

Hermed sendes besvarelse af spørgsmål nr. 683 (Alm. del), som Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg har stillet til ministeren for fødevarer, landbrug og fiskeri den 28. februar 2022. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Søren Egge Rasmussen (EL).

Spørgsmål nr. 683 (Alm. del) fra Folketingets Miljø- og Fødevareudvalg

”Ministeren bedes redegøre for, hvilken vildledningsvurdering der skal foretages af Fødevestyrelsen efter Fødevareinformationsforordningen. Er det den samme vildledningsvurdering, som efter markedsføringsloven?”

Svar

Til brug for besvarelsen er der indhentet en udtalelse fra Fødevestyrelsen, som oplyser følgende:

”Der er i fødevarerlovgivningen fastsat særlige regler, herunder forbud mod vildledning, som specifikt gælder for markedsføring af fødevarer. Det skyldes, at der i forhold til markedsføring af fødevarer, kan være særlige hensyn, der bør inddrages i vurderingen af fødevarerens markedsføring. I forhold til vildledningsvurderingen kan det f.eks. være hensyn til fødevarens beskaffenhed, sammensætning, mængde, holdbarhed eller oprindelsesland. Det skal i den forbindelse fremhæves, at vildledningsbestemmelserne på fødevarerområdet har som hovedformål at beskytte den enkelte forbruger mod at blive vildledt, mens markedsføringsloven også har som formål at beskytte ”erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser”.

Fødevestyrelsens vildledningsvurdering vil bero på, om en almindeligt oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger vil kunne blive vildledt af den pågældende markedsføring. Der vil endvidere være tale om en helhedsvurdering af den samlede markedsføring, herunder om der er dokumentation for anprisningen, og om den er tilstrækkelig forståelig.

Fødevestyrelsens Vejledning om mærkning af fødevarer (juni 2021) indeholder et afsnit om anpriser vedrørende miljømæssige og etiske forhold, som skal understøtte, at anvendelsen af denne type udsagn ikke vildleder forbrugerne. Vejledningen vil løbende blive opdateret, således at ny viden om for eksempel opgørelsesmetoder, datagrundlag og forbrugerforståelse og nye eksempler indarbejdes.”

Til brug for besvarelsen er der desuden indhentet bidrag fra Erhvervsministeriet, som oplyser:

”Det følger af markedsføringslovens § 5, at en erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktisk korrekte.

Det følger derudover af markedsføringslovens § 6, at en erhvervsdrivendes handelspraksis ikke må vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbeltydig eller uhensigtsmæssig måde.

Forbrugerombudsmanden har desuden udarbejdet en vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande mv. i markedsføringen. Vejledningen indeholder en række krav til miljømæssige påstande og til brug af mærknings- og certificeringsordninger. Det fremgår blandt andet af vejledningen, at brug af mærknings- eller certificeringsordninger i markedsføringen ikke må vildlede. Det fremgår også af vejledningen, at hvis der i anden lovgivning (særlovgivning) er fastsat særlige krav til produkters egenskaber, mærkning eller lignende eller markedsføringen af disse, falder de uden for vejledningens anvendelsesområde. Sådanne særlige krav skal overholdes foruden de krav, der følger af markedsføringsloven.”

Rasmus Prehn

/

Paolo Drostby