



Fødevarestyrelsen
dlw@fvst.dk

Hellerup, den 23. maj 2014
AMJK
e-mail: amjk@dsk.dk

Høringssvar vedr. udkast til ny vejledning om anprisningsforordningen/J.nr.: 2014-27-33-00010/DLW

De Samvirkende Købmænd har modtaget ovennævnte udkast i høring, hvilket vi hermed takker for. Efter en gennemgang af udkastet til vejledningen har DSK dog enkelte principielle samt mindre spørgsmål og kommentarer.

Overordnede betragtninger

Rent anvendelsesmæssigt er det en meget gennemarbejdet, struktureret og læservenlig vejledning. De mange eksempler, som er indarbejdet i vejledningen, er rigtig gode til at supplere vejledningen, og vi håber, at FVST løbende vil udbygge vejledningen med endnu flere. Dernæst er det godt, at vejledningen indeholder kildehenvisninger til anden lovgivning. Helt generelt kan vi absolut tilslutte os, at man i videst muligt omfang definerer begreberne ens.

Fødevarestyrelsen har tidligere oplyst, at der p.t. ikke er nogen intentioner om, at der udarbejdes en lignende vejledning på EU-niveau. Vi er derfor glade for, at Fødevarestyrelsen i Danmark alligevel har prioriteret dette arbejde. Dog er det vigtigt, at de fortolkninger af forordningen, der foretages på EU-plan, indskrives i den danske vejledning. Dette er vigtigt, da vi inden for EU har stor handel over grænserne, og vi formoder, at antallet af fødevarer, der markedsføres med ernærings- og sundhedsanprisinger, er stigende.

Spørgsmål og kommentarer til konkrete afsnit

Side 5: "Andet stof"

Vi foreslår, at der gives et eksempel på, hvad et andet stof kan være. Kan eksemplet være en henvisning til bekendtgørelse om andre stoffer end vitaminer og mineraler (bek. nr. 991 af 09/08/2013)?

Side 6: "Reglerne gælder for alle kommercielle meddelelser"

Der nævnes begrebet "ikke-kommerciel organisation". Vi har behov for, at det uddybes, hvem der er en ikke-kommerciel organisation. Er det f.eks. vidensinstitutioner (f.eks. universiteter og teknologisk institut) og patientforeninger?

Side 7: "Anprisning af fødevarer fra en virksomhed til en anden"

I sidste afsnit nævnes, at det er en forudsætning, at markedsføringen ikke er tilgængelig for forbrugeren. Såfremt produktet ikke kan købes af en forbruger, er markeds-

de samvirkende købmænd

føringen ikke relevant for dem. DSK mener derfor, at forudsætningen skal fjernes fra vejledningen.

Side 10: "varemærker, handelsbetegnelser og fantasinavne"

I første afsnit indsættes "Denne regel svarer i princippet til den bestemmelse, som gælder for generelle uspecifikke sundhedsanprisninger" (artikel 10, stk 3 omhandler sundhedsanprisninger).

Side 14-15: "Kan man anvende anbefalinger fra nationale sundhedsorganisationer"

Der er meget fint givet eksempler på, hvornår anbefalingerne bliver omfattet af forordningen. Kan der gives tilsvarende eksempler på, hvornår det ikke er omfattet (udover eksemplet med donation)?

Side 16: "Tilladte ernæringsanprisninger"

Hvorfor er det ikke tilladt at benytte "uspecifikke ernæringsanprisninger"? Er det fordi, det ikke er defineret i forordningen? Dernæst undrer vi os over, hvorfor "sund" netop defineres som "uspecifik ernæringsanprisning". I nogle tilfælde kan det vel også opfattes som "uspecifik sundhedsanprisning" – afhængig af produktet, reklamen m.v.

Side 20: "Proteinkilde"

Hvad kan et eksempel på et produkt være, hvor det vil være i strid med forordningen at bruge anprisningen, selv om produktet indeholder 12 % af energien fra protein?

Side 25-26: "sukkerfri" og "uden tilsat sukker"

Vi foreslår, at der indsættes eksempler med følgende fødevarer om, hvordan man skal forholde sig til:

- Chokolade, der anpriser "sukkerfri" eller "uden tilsat sukker", når der i chokoladebekendtgørelsen er krav om indhold af f.eks. mælk i mælkechokolade.
- Mysli med tørret frugt, kan det anpriseres med "uden tilsat sukker", hvis den eneste sødende ingrediens er den tilsatte, tørrede frugt?

Side 27: "Natriumfri / saltfri"

Det er angivet, at produkter der er natriumfri/saltfri kan bære anprisningen. Dvs. også fødevarer, der naturligt er natrium-/saltfri. Hvordan skal vi forholde os til det i forhold til § 75 i bekendtgørelse om mærkning af fødevarer, hvor det er angivet, at det er forbudt i forbindelse med markedsføring af fødevarer at give indtryk af, at en fødevarer har særlige egenskaber, når alle lignende fødevarer har eller efter lovgivningen skal have tilsvarende egenskaber?

Side 29: "Forøget indhold af xx"

Det er angivet, at denne anprisning ikke kan anvendes vedr. vitaminer og mineraler. Hvad er årsagen til dette?

Side 31: "Referencefødevarer – hvad skal der sammenlignes med"

Når man angiver en anprisning på et produkt, fastsætter man som virksomhed, hvilken reference man sammenligner produktet med. Hvor ofte skal denne reference revideres? Hvis man f.eks. bruger anprisningen "reduceret indhold af salt", vil markedet formentligt på et senere tidspunkt udvikle sig, hvilket kan betyde, at anprisningen ikke

længere kan retfærdiggøres på produktet. Skal man f.eks. hvert andet år evaluere og forholde sig til referencefødevarer?

Side 39: "Afgrænsningsspørgsmål"

Er årsagen til, at man kan anprise indholdet af f.eks. *Lactobacillus casei*, at det falder under definitionen på "andet stof"?

Side 52: "Uspecifikke sundhedsanprisninger"

Vedr. at den uspecifikke anprisning skal ledsages af en specifik anprisning. Vi foreslår, at man fortolker "ledsages af" på samme måde, som man gør i vejledning om mærkning af fødevarer vedr. oplysninger, der skal være angivet i samme synsfelt (Vejledning om mærkning af fødevarer, januar 2013, afsnit 5.4).

Side 55-56: "anmodning om ejendomsretlig beskyttelse af data"

Det er i vejledningen angivet, at der findes et særskilt register for sundhedsanprisninger, hvorpå der er opnået ejendomsretlig beskyttelse. Vi foreslår, at der indsættes et link til denne liste.

Side 60: "Anprisningerne skal være forståelige for forbrugeren"

Det er angivet, at hvis en anprisning er angivet på et andet sprog, skal den være i overensstemmelse med reglerne. Hvad menes her? Det betyder vel ikke, at den skal oversættes til dansk?

Side 61: "Anprisninger skal være videnskabeligt dokumenteret"

Det er angivet, at virksomheder i alle handelsled skal kunne dokumentere anprisningerne. Jf. de generelle kontrolprincipper.

I Fødevarestyrelsens generelle kontrolvejledning (revideret 20. december 2013) afsnit 3.1 er angivet, at:

"Kontrollen skal gå tæt på kilden. Kontrolindsatsen skal lægges så tæt som muligt på de led, hvor problemerne opstår i kæden fra jord til bord. Opdages der problemer i senere led, kontaktes den ansvarlige for kontrollen med den virksomhed eller primærproducent, hvor problemet skal løses".

Dette princip er fornuftigt og effektivt (også set ud fra et ressourcemæssigt synspunkt). Derfor skal DSK anmode om, at kontrollen også ved kontrol af ernærings- og sundhedsanprisninger foretages ved kilden (1. markedsføringsled i Danmark). Både når engros- og detailvirksomheder inddrages i kontrollen af området bør man se på, hvorvidt virksomheden er det 1. markedsføringsled i Danmark – hvis ikke – gå til kilden.

Vi skal huske på, at når virksomhederne ikke er 1. markedsføringsled i Danmark, er der tale om indkøb fra udelukkende autoriserede og registrerede virksomheder, som alle er underlagt Fødevarestyrelsens kontrol. Ligeledes må vi forvente, at når f.eks. en detail- og engrosvirksomhed ikke er første markedsføringsled i Danmark, har virksomheden ikke kompetencer til at vurdere (og dokumentere) ernærings- og sundhedsanprisninger. Hvis dette bliver et krav, vil det være en overordentlig stor administrativ byrde.

Side 63: "Næringsdeklaration"

Det er angivet, at "emballerede" fødevarer skal næringsdeklareres. Menes der her "færdigpakkede fødevarer"?

Side 64: "Salg over disk"

Vi foreslår, at der henvises til vejledning om mærkning af fødevarer (januar 2013, afsnit 13.2), så man følger præcis de samme definitioner.

Side 68: "Supplerende oplysninger på mærkningen eller i reklamen"

I fjerne "bullet" er det angivet, at for ikke-færdigpakkede fødevarer, skal de obligatoriske oplysninger (artikel 10, stk. 2 a-b) være angivet i reklamen, men ikke ved selve produktet. Vi har behov for uddybelse af, hvorfor det er nødvendigt i reklamen, når den ikke færdigpakkede fødevare er undtaget (stk. 2 a-b), og hvilke reklamemedier taler vi om?

Afsluttende bemærkninger

Som nævnt indledningsvist, er det vores opfattelse, at denne vejledning er et godt arbejdsredskab for såvel virksomheder som for kontrollen. Men vi håber, at Fødevarerstyrelsen vil tage højde for vores bemærkninger/kommentarer til udkastet. Giver vores høringssvar anledning til behov for yderligere uddybning, må I endelig kontakte os.

Med venlig hilsen

Anne-Marie Jensen Kerstens
Fødevarekonsulent