

Fødevarestyrelsen  
Stationsparken 31-33  
2600 Glostrup

Sendt til: [29@fvst.dk](mailto:29@fvst.dk) og [svsh@fvst.dk](mailto:svsh@fvst.dk)

13. september 2020

## Høringssvar over nyt udkast til mærkningsvejledningen

Dansk Erhverv har modtaget Fødevarestyrelsens høring over nyt udkast til mærkningsvejledningen, og har følgende bemærkninger dertil.

### Generelle bemærkninger

Dansk Erhverv er helt grundlæggende meget tilfreds med, at Fødevarestyrelsen udarbejder vejledninger, der er med til at hjælpe fødevarer virksomhederne med at overholde lovgivningen. Ligeledes er det positivt, at mærkningsvejledningen opdateres løbende i takt med, at der kommer nye regler, fortolkninger eller afgørelser, da det er et vigtigt regelområde for alle fødevarer virksomheder.

Der er tilføjet meget ny tekst til kapitel 6 om producent- og oprindelsesmærkning som følge af, at reglerne om oprindelsesmærkning af den primære ingrediens er trådt i kraft. Dansk Erhverv er tilfredse med den udvidede vejledning på dette nye og komplekse område, som supplement til Kommissionens vejledning. Vi mener dog, at mange af de tilføjede eksempler forvirrer mere end de gavner, og ofte efterlader læseren tilbage med information om, at man kan mærke på to forskellige måder, men intet svar på hvad der er det rigtige at gøre. Eksempler på dette er forklaret i de specifikke bemærkninger.

Derudover mener vi, at Fødevarestyrelsen har strammet deres fortolkning af, hvad der er oprindelseslandet eller herkomststedet for en primær ingrediens, og fokuserer pludselig mere på råvarernes oprindelse, end hvad der tidligere er blevet givet udtryk for. Dette er ligeledes uddybet i de specifikke bemærkninger.

Vi er glade for, at Fødevarestyrelsen har tilføjet et nyt afsnit om anprisninger vedr. miljømæssige og etiske forhold, som følge af det stigende fokus på miljøet i samfundet generelt og dermed også et ønske fra erhvervet om, at kunne fortælle forbrugerne, at de arbejder med at reducere deres miljøbelastning vha. forskellige metoder. Vi mener dog, at afsnittet er meget langt i forhold til den vejledning, man reelt får ud af at læse det. Vi savner eksempler på, hvad der rent faktisk er muligt at skrive i mærkningen vedr. miljømæssige og etiske forhold, alternativt eksempler på, hvad man ikke må skrive.

Så vidt vi er orienteret, tager teksten i dette afsnit udgangspunkt i Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande mv. i markedsføringen, og teksten kunne dermed med fordel henvise hertil, så man ved, hvor man kan læse mere. Da Forbrugerombudsmandens vejledning i sin tid blev skrevet, var man enige om, at eksempler var meget vigtige, da det er dem, der hjælper virksomhederne med at fortolke og forstå. Som udgangspunkt er langt hovedparten af den vildledende markedsføring vedrørende miljømæssige og etiske forhold ikke tilsigtet, men skyldes manglende forståelse for helhedsvurderinger – det kan eksempler afhjælpe. Ligeledes bør Fødevarestyrelsen overveje om det er en fordel at benytte samme termer, som dem der er gennemgående i Forbrugerombudsmandens vejledning, særligt påstand, forklaring og livscyklusanalyse.

## Specifikke bemærkninger

### Afsnit 6.4.2 Anvendelsesområdet

Det er stadig uklart om reglerne om oprindelsesmærkning af den primære ingrediens finder anvendelse på de geografiske betegnelser og registrerede varemærker nævnt i afsnittets punkt 2. I punkt 2 står der, at de er undtaget, men i tekststykket lige under står der, at de er omfattet. Vi anbefaler at det beskrives tydeligere, om de er omfattet eller ej.

Som vi forstår tekststykket om det økologiske EU-logo fra Kommissionens vejledning, giver de obligatoriske oprindelsesoplysninger, der står under EU's økologi logo tilstrækkelig oplysning om ingrediensernes oprindelse, og disse produkter er derfor undtaget kravet om oprindelsesmærkning af den primære ingrediens. Hvis dette er tilfældet, efterlyser vi noget forklarende tekst til Kommissionens vejledning, hvor det gøres klart, at der på økologisk italiensk hvedemel, ikke er krav om yderligere oprindelsesmærkning end den, der fremgår i forbindelse med EU's økologilogo, hvorunder der fx kunne stå "EU/ikke-EU-jordbrug, uanset hvor mange gange og hvor ordet "italiensk", et flag eller lignende fremgår af mærkningen.

### Afsnit 6.4.3 Oprindelsesangivelse for en fødevarer

I eksemplet om forskellige oprindelser er det uklart, hvad der menes med "Skriver man på et produkt". Udover de obligatoriske mærkningsoplysninger skrives mange ting på en fødevarer, fx virksomhedens navn eller brand, produktets varemærke eller blot en historie eller beskrivelse af fødevareren. Det er derfor uklart hvad der hentydes til i dette eksempel. Et eksempel på et eksisterende produkt er øl fra Ebeltoft Gårdbryggeri, hvilket er virksomhedens navn. Skal eksemplet forstås således, at de på alle deres øl skal angive, hvor deres humle kommer fra, hvis den ikke stammer fra Ebeltoft?

Til sidst i tekststykket om varebetegnelser forklarer Fødevarestyrelsen: "hvis en varebetegnelse, som er fastsat ved lov, indeholder en oprindelsesangivelse, er man ikke omfattet af reglerne om primæringrediens, hvis der allerede er fastsat regler for, hvor de primære ingredienser skal komme fra, eller at der allerede kræves, at oprindelsen angives." Vi opfordrer Fødevarestyrelsen til at indsætte eksempler på sådanne varebetegnelser, for at øge forståelsen.

I eksemplet om Belgisk chokolade modsiger den sidste tekstdel sig selv. På de sidste fire linjer står der først; "Ønsker man ikke at skulle oplyse, hvor ingredienserne i chokoladen kommer fra, kan man i stedet skrive "chokolade fremstillet i Belgien"". Kort efter fulgt af sætningen "Denne mærkning vil dog stadig udløse kravet om oprindelsesmærkning af den/de primære ingrediens(er), hvis de ikke kommer fra Belgien". Som vi læser og forstår disse tekststykker, er det to helt modsatrettede tolkninger. Derudover mener vi, at belgisk chokolade er en indarbejdet betegnelse, og at forbrugeren forstår at kakaobønnerne ikke kommer fra Belgien, men at det er her, de bliver forarbejdet til chokolade.

I tekststykket om "pakket i", "fremstillet/produceret af X for Y" efterlyser vi nogle flere eksempler på undtagelser fra Fødevarestyrelsens side. Det kunne fx være en vurdering af om udtryk som "destilleret i", "tappet i", "røget i" og lignende, er undtaget kravet om oprindelsesmærkning af den primære ingrediens.

I eksemplet om fødselsdagstilbud er det uklart om eksemplet både dækker over mærkningen på fødevarer og al anden form for markedsføring, såsom flag i butikkerne eller i markedsføringsmaterialer som tilbudsaviser og sociale medier. Helt konkret har Dansk Erhverv været i kontakt med to medlemsvirksomheder, som tolkede dette eksempel helt forskelligt.

#### *Afsnit 6.4.4 Identifikation af den primære ingrediens i en fødevarer*

Eksemplet om pasta fremstillet i Italien og markedsført som italiensk pasta forvirrer mere end det gælder. Det forklarer at oprindelsen både kan/bør angives som der, hvor melet er malet, men at den også kan/bør angives som der, hvor hveden er dyrket.

Flere af vores medlemmer mener tidligere at have fået det svar fra Fødevarestyrelsen, at det er der, hvor melet er malet, der fastlægger ingrediensens oprindelse, det er ikke hvad der står i eksemplet.

Dansk Erhverv mener derfor, at Fødevarestyrelsen tager fortolkningen af, hvad der kan anses som den primære ingrediens alt for langt. Det er meget komplekst for en virksomhed at skulle tænke hele et produkts livscyklus ind, vi vil næsten hævde, at det mange gange ikke er muligt. Tager man udgangspunkt i eksemplet med hvede fra Polen, der males til mel i Italien, vil Fødevarestyrelsens fortolkning betyde, at fx en dagligvarekæde i Danmark, som fører sin egen private label serie, skal bede sin italienske pastaproducent, spørge sin italienske melleverandør, fra hvilket land han har modtaget de hvedekorn han maler - korn som i øvrigt er en fødevarer type, der indkøbes i flere forskellige lande afhængigt af årstid og forsyningssikkerhed. Andre gange er hveden, der males til mel en blanding af korn, fra forskellige lande.

Det er vores overbevisning at eksemplet med korn endda er et af de mere simple. Fødevarer i dag bliver handlet på kryds og tværs af grænser mange gange, og leveringen af råvarer kommer sjældent fra den samme leverandør eller det samme land hele året rundt. Dansk Erhverv mener derfor, at det bør være tilstrækkeligt hvis oprindelsesangivelsen anføres for det sted, hvor den sidste væsentlige forarbejdning af den primære ingrediens har fundet sted. Hvis det ikke er tilfældet, vil det ende med, at virksomhederne er nødt til at bruge de meget brede oprindelsesangivelser som ”hvede fra EU og ikke-EU” eller ”hveden hidrører ikke fra Italien”, hvilket ikke efterlader forbrugeren bedre oplyst om hverken hveden eller mellets oprindelse.

Ligesom eksemplet med pasta fremstillet i Italien og markedsført som italiensk pasta er eksemplet med småkager med chokoladestykker forvirrende, og efterlader læseren tilbage med to muligheder for oprindelsesmærkning, uden at svare på hvad der er det rigtige.

#### *Afsnit 6.4.5 Oprindelsesland eller herkomststed for den primære ingrediens*

I afsnittet står: ”Hvis den oprindelse man når frem til i henhold til toldkodereglerne for sin primære ingrediens, fx det sted, hvor den sidste væsentlige transformation foregik, ikke giver forbrugeren et fair billede af ingrediensens oprindelse/tilblivelse, så bør man overveje, om herkomststedet bør angives i stedet.” Dansk Erhverv efterlyser en nærmere definition af udtrykket ”fair billede”, eventuelt fulgt af et par eksempler på, hvornår en oplysning er fair. Handler det fx som produktionsmetoder eller mere etiske spørgsmål, som arbejdsforhold i tredjelande?

#### *Afsnit 6.4.6 Placering og præsentation af oprindelsen eller herkomststed for den primære ingrediens*

I afsnittet står: ”Selvom det fremgår af Forordningen om oprindelsesmærkning af den primære ingrediens, at oprindelseslandet eller herkomststedet for den primære ingrediens blot skal angives i samme synsfelt som oprindelseslandet eller herkomststedet for fødevarer, så vil det ikke være tilstrækkeligt, hvis man inden for samme synsfelt fx har nævnt oprindelseslandet eller herkomststedet for fødevarer tre gange, mens oprindelseslandet eller herkomststedet for den primære ingrediens kun er nævnt én gang.” Dansk Erhverv mener, at det er en overfortolkning af det, som står i Kommissionens vejledning, gentaget i boksen lige over. Her står der, at hvis varebetegnelsen indeholder en oprindelsesangivelse og denne gentages flere steder på emballagen, så skal oplysningerne om den primære ingrediens gentages tilsvarende. Som vi læser Fødevarestyrelsens tekst, fortolkes det som om, at gentagelsen gælder for alle former for oprindelsesangivelser og altså ikke kun, når de er en del af varebetegnelsen.

I øvrigt står der i uddraget fra Kommissionens vejledning at: ”er der ikke mulighed for kun at anføre oprindelsen for den primære ingrediens én gang, hvis den færdige fødevarer oprindelsesangivelse er anført

flere gange på etiketten.” Dansk Erhverv bemærker, at de i dette tekststykke henvises til oprindelsesangivelser anført flere gange på etiketten, og ikke flere gange indenfor samme synsfelt. Hvilket forstærker vores syn på, at Fødevarestyrelsens tolkning går længere end Kommissionens.

I tekststykket om skriftstørrelser mangler der en beskrivelse af hvilken minimumsskriftstørrelse der forventes til angivelse af oprindelsen af den primære ingrediens hvis kravet om oprindelsesmærkning er udløst af et flag eller andre nationale kendetegn (og ikke af tekst).

#### *Afsnit 7.2 Eksempler på EU-fastsatte og nationalt fastsatte varebetegnelser*

Medlemmer af Dansk Erhverv støder jævnligt på problemer med navngivning af produkter, hvor der kun er tilsat kakao eller fedtfattig kakao, men de alligevel betegnes som chokoladecake, kiks med chokoladefyld eller lignende. Vi efterlyser derfor nogle eksempler i afsnittet om mærkning eller navngivning af sådanne varer.

#### *Afsnit 7.6.2 Fødevarer, der har været nedfrosne, men sælges optøede*

Dansk Erhverv ønsker at eksemplet om marineret optøet kød bibeholdes, da man ellers kan tro, at kødet nu kan opfattes som en ingrediens.

#### *Afsnit 12.4.1 Holdbarhed efter åbning*

Som vi forstår det, er dette et nyt afsnit, som indeholder et nyt krav eller en ny fortolkning af, hvordan man må mærke med holdbarhed efter åbning? Som det er i dag, fastsættes informationer om holdbarhed efter åbning enten af hensyn til en fødevarerisiko eller af hensyn til fødevarerens kvalitet. Hvis Fødevarestyrelsens nye fortolkning af, at informationen om holdbarhed efter åbning udelukkende må fastsættes af hensyn til en fødevarerisiko, vil det kræve ommærkning af mange tusinde produkter hos Dansk Erhvervs medlemmer. Vi opfordrer derfor til, at Fødevarestyrelsen giver branchen tid til denne omstilling med en overgangsperiode på minimum et år.

#### *Afsnit 13.3 Fødevarer som er ”ikke-færdigpakket”, ”pakket på anmodning af forbrugeren”, eller ”pakket til direkte salg inden for samme salgsdag”*

I eksemplet om fødevarer pakket på anmodning af forbrugeren er der tilføjet en lille sætning med stor betydning: ”Det betyder også, at de obligatoriske oplysninger skal fremgå af fx den hjemmeside eller app, hvor forbrugeren har bestilt colaen.” Denne nye fortolkning stemmer ikke overens med gældende praksis, da der, efter vores opfattelse, stort set ikke er nogen der informerer om dette i dag. Hvis Fødevarestyrelsen kræver og håndhæver dette, vil der blive behov for en kæmpe omstilling hos de fleste danske web-baserede udbydere af fødevarer pakket på anmodning af forbrugerne. I værste fald vil kravet betyde, at forbrugerne bliver stillet værre, fordi udbuddet af færdigpakket tilbehør reduceres, eller at forbruget af engangsemballage vil stige, fordi flere udbydere vælger at gå over til at sælge deres sodavand i papkrus.

#### *Afsnit 13.7.2 Mærkning af fødevarer ved lykkepose-salgsformer*

I tekstafsnittet om frugt og grønt står følgende: ”Hvad angår ”lykkeposer” med frugt og grønt, så gælder der de samme retningslinjer for dem, som for de øvrige fødevarer solgt under denne salgsform. Dvs. at hvis man ønsker at sælge en ”lykkepose” med blandede rester af frugt og grønt, så kan man gøre det uden samtidig at skulle give oplysningerne om oprindelse, sort og klasse i forbindelse med købet på app’en eller nettet.” Dansk Erhverv mener, at denne undtagelse også bør gælde for ”lykkeposer”, der udbydes til salg i butikken til nedsat pris sidst på dagen, uden at posen nødvendigvis har været markedsført på en app eller nettet forud for dette.

### *Afsnit 17.18 Anprisninger vedr. miljømæssige og etiske forhold*

Dansk Erhverv mener, at afsnittet bør indledes med en henvisning til Forbrugerombudsmanden vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande mv. i markedsføringen, så man ved, hvor man kan læse mere. Ligeledes bør Fødevarestyrelsen overveje om det er en fordel at benytte samme termer, som dem der er gennemgående i Forbrugerombudsmandens vejledning, særligt påstand, forklaring og livscyklus-analyse.

Fødevarestyrelsen skriver i andet afsnit: "Informationer vedr. miljømæssige forhold kan fx være udsagn m.v., som giver indtryk af, at en fødevarer eller en aktivitet hos en virksomhed har en mindre belastende effekt på miljøet, generelt eller i forhold til specifikke dele af miljøet, såsom luft, vand, jord eller undergrund." For bl.a. at introducere begreberne "påstand" og "livscyklusanalyse" foreslår Dansk Erhverv, at følgende sætning indsættes efter: "Som udgangspunkt skal miljøpåstande være underbygget af dokumentation, der er livscyklusbaseret for at sikre, at den aktivitet der markedsføres som en miljøfordel, ikke belastet miljøet andre steder. Markedsføring af miljøpåstande bør underbygges med en forklaring, som informerer forbrugeren om, hvordan påstanden konkret gavner miljøet. Dette kan medvirke til at mindske risikoen for vildledning."

#### *Afsnit 17.18.1 Vildledende, uklar eller forvirrende information*

Fødevarestyrelsen skriver: "Såvel ord, ordlyde, billeder, illustrationer, symboler, farvevalg med mere vil ud fra en helhedsvurdering kunne give indtryk af, at et produkt eller en erhvervsdrivendes aktiviteter har miljømæssige eller etiske fortrin." Dansk Erhverv mener ikke, at farvevalg alene kan indikere en anprisning. Vi ser i dag mange produkter i emballager uden farve eller i genbrugspapir, og disse produkter bør ikke risikere at blive dømt vildledende pga. farvevalg.

Herefter følger et afsnit, hvor Fødevarestyrelsen skriver: "...det bør være klart og letforståeligt for forbrugeren, hvad der menes med de angivne informationer...". Med andre ord – en påstand bør kunne forklares. Dette er særligt et af de steder, hvor vi savner et eksempel på, hvornår det er klart for forbrugeren, hvad der menes. Vores første indskydelse var, at eksemplet med gulerødder lidt længere nede var oplagt, men læser man videre i vejledning konkluderes det, at dette eksempel er vildledende, og læseren efterlades derfor ikke meget klogere.

#### *Afsnit 17.18.2 Krav til dokumentation*

Dansk Erhverv mener ikke, at Fødevarestyrelsen skal diktere modeller eller løsninger, der skal anvendes som dokumentation, da det ikke er defineret nogen steder. Påstande skal selvfølgelig altid kunne dokumenteres og være sande. I dag vil anprisninger dog også kunne anvendes ud fra almindelig sund fornuft, fx betragtningen om, at når man køber lokale varer produceret i Danmark, så sparer man miljøet for den CO<sub>2</sub> udledning, der sker, når udenlandske varer skal transporteres til landet.

Til sidst i afsnittet nævnes en masse anprisninger og et krav om, at sådanne anprisninger skal forklares nærmere, hvilket gør dem nemmere at dokumentere. Også i dette afsnit savner vi et eksempel, for at tydeliggøre hvad der menes.

#### *Afsnit 17.18.3 Informationer om klimaneutralitet*

I afsnittet står: "Hvis ikke det samlede udslip er nul, kan den pågældende virksomhed købe fx udstedte EU-kvoter til kompensation af det udslip, der måtte være." Dansk Erhverv mener også, at der findes andre muligheder for kompensation, fx ved at plante træer.

#### *Afsnit 17.18.4 Informationer i forhold til bæredygtighed*

I afsnittet står: ”Hvis en virksomhed anvender begrebet bæredygtig i markedsføringen af en fødevare, foretages der en konkret vurdering af, hvorvidt udsagnet ud fra et helhedsindtryk af markedsføringen er vildledende, samt om virksomheden kan dokumentere udsagnet.” Dansk Erhverv vil informere om, at dette er blevet præciseret for miljø anprisninger i Forbrugerombudsmandens vejledning, måske der er yderligere inspiration at hente der.

#### *Afsnit 17.18.5 Brug af mærkningsordninger, symboler og certifikater*

I afsnittet står: ”Bruges mærkningsordninger m.v. i markedsføringen, skal der gives oplysninger om betydningen af disse på emballagen, i annoncer og andet markedsføringsmateriale, eventuelt med oplysning om, hvor forbrugeren kan finde uddybende eller supplerende oplysninger om mærkningsordningen eller symbolet.” Dette mener Dansk Erhverv er forkert, det er efter vores overbevisning ikke gældende for non-food produkter i dag og er derfor interesserede i, hvor denne fortolkning stammer fra?

Til sidst i afsnittet står: ”Anvendelse af mange forskellige private mærkningsordninger, symboler og certifikater i markedsføringen af en fødevare kan skabe uklarhed og forvirring hos forbrugerne om deres betydning.” Dette mener Dansk Erhverv er forkert, og er interesserede i at vide, hvad der underbygger denne påstand? Forbrugerombudsmandens vejledning inddeler mærkningsordningerne i tre overordnede kategorier. De officielle mærkningsordninger (offentlige), de private, anerkendte mærkningsordninger og andre private mærkningsordninger, sidstnævnte er typisk virksomhedsmærker. De private, anerkendte mærkningsordninger er uafhængige og ligeså troværdige som de offentlige. Forbrugerombudsmanden har fastlagt fire principper, som denne type mærkningsordning bør leve op til, for at være alment anerkendte (se Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande m.v. afsnit 10.3). Vi mener derfor at Fødevarestyrelsen bør nuancere sit syn på mærkningsordningerne, i stedet for at skære dem alle over en kam, som værende uklare og forvirrende, på dem måde straffes alment anerkendte mærker som Fairtrade, MSC, FSC m.fl.

#### *Afsnit 18.4.1 Generelt*

Når spormærkning er en frivillig mærkning (uagtet at en producent har vurderet, at der er risiko for utilsigtet kontaminering), kunne vi godt tænke os, at det præciseres i teksten, at mærkningen stadig er frivillig, eventuelt med et eksempel på hvornår en manglende spormærkning alligevel vil resultere i en tilbagekaldelse, som det af og til ses i medierne.

Dansk Erhverv står naturligvis til rådighed, såfremt Fødevarestyrelsen har behov for uddybende bemærkninger til ovenstående.

Med venlig hilsen

**Saoirse Eriksen**  
Fødevarekonsulent