

Fødevarestyrelsen  
Stationsparken 31-33  
2600 Glostrup

Sendt til: [sej@fvst.dk](mailto:sej@fvst.dk), [helol@fvst.dk](mailto:helol@fvst.dk) og [abxku@fvst.dk](mailto:abxku@fvst.dk)  
j.nr. 2021-62-31-00282

Den 12. november 2021

## Høringsvar til bekendtgørelse om fødevarekontrol og offentliggørelse af kontrolresultater

Dansk Erhverv har modtaget høring over forslag til bekendtgørelse om fødevarekontrol og offentliggørelse af kontrolresultater.

### Generelle bemærkninger

Dansk Erhverv er generelt positiv overfor, at myndighederne følger med tiden og løbende moderniserer fødevarekontrollen, bl.a. ved at udnytte ny teknologi og tage højde for den øgede digitalisering, samt ved at ophæve elitesmileyordningen. I forhold til den øgede digitalisering mener vi dog, at Fødevarestyrelsen, ved brug af ordet ”markedsføring”, har formuleret kravet om offentliggørelse af kontrolrapporter på digitale platforme alt for bredt i bekendtgørelsesudkastet. Vi mener i stedet, at offentliggørelsen skal være der, hvor der sker et salg – dette synspunkt er uddybet under de specifikke bemærkninger.

Vi støtter dog ikke den helt overordnede beslutning om at reducere antallet af smileyer fra fire til tre, hvor den nuværende smiley nr. 2 med et lille afmålt smil lægges sammen med smiley nr. 3 med lige mund til kun én smiley med lige mund. Vi mener, at en reduktion til kun tre smileyer markant vil forandre det billede, som forbrugere og virksomheder møder hver dag og, at spændet mellem de foreslåede smileyer fremover vil blive alt for stort. Derved vil mindre og større overtrædelser fremstå på samme måde, og det vil derfor blive vanskeligere for forbrugerne at vurdere virksomhederne. Vi forudser desværre, at forbrugerne vil blive vildledt til at tro, at regelefterlevelsen og i værste fald også fødevaresikkerheden, er blevet dårligere. Detailvirksomheder, der lever af tæt kundekontakt, bliver hårdt ramt og offentligt udstillet, når de ikke opnår en glad smiley efter et kontrolbesøg. Hvis der ikke er styr på forholdene, er en sanktion selvfølgelig på sin plads, men proportionerne skal være fair og give et retvisende billede.

### Specifikke bemærkninger

*Ændring af § 1, stk. 7, som er blevet til § 1, stk. 6*

Det fremgår af bestemmelsen, at virksomheder, som får en anmærkning, vil modtage to ekstra opfølgende kontrolbesøg. I særlige tilfælde kan det ene af de to ekstra kontrolbesøg dog helt bortfalde. Princippet i bestemmelsen er som sådan ikke ny, da kravet om to opfølgende kontrolbesøg blev indført i 2019. Dansk Erhverv opfordrer dog til, at Fødevarestyrelsen fremover i højere grad

benytter sig af muligheden for kun at gennemføre et enkelt opfølgende kontrolbesøg. Det er efter vores opfattelse ikke noget, der er blevet praktiseret hidtil. Vi bidrager gerne med eksempler på situationer, hvor vi mener, at et enkelt opfølgende kontrolbesøg er tilstrækkeligt.

*Ændring af § 2, stk. 5-6, som er blevet til § 3, stk. 1-3*

Dansk Erhverv støtter ændringen, således at virksomheder omfattet af frekvensbaseret basiskontrol automatisk får videreført kontrolhistorikken ved ejerskifte, og at der ikke længere er krav om, at virksomheder på Fødevarestyrelsens forlangende skal kunne fremvise skriftlig accept på dette fra den tidligere ejer.

*Ændring af § 19, stk. 4, som er blevet til § 18, stk. 4*

Det fremgår, at ved salg hvor forbrugeren ikke har mulighed for at se kontrolrapporten på salgsstedet, skal kopi af seneste kontrolrapport sendes til kunden på forlangende. Dansk Erhverv mener, at denne bestemmelse kan slettes helt, da den er forældet. Kunder har i dag til hver en tid mulighed for at gå ind på en virksomheds hjemmeside, og læse deres kontrolrapport. Ydermere opdateres kontrolbekendtgørelsen nu med flere krav om henvisning til find-smiley.dk ved digital markedsføring. Da alle mennesker efterhånden er i besiddelse af en smartphone, er der ikke nogen grund til, at erhvervsdrivende skal spille tid og papir på at printe kopier af kontrolrapporten til kunder. Det er desuden vores opfattelse, at denne bestemmelse aldrig er blevet benyttet af kunder i detailhandlen, og den er derfor overflødig.

*Ændring af § 21, som er blevet til § 20*

Det fremgår, at resultatet af kontrollen skal anføres på kontrolrapporten med et af de i bilag 6 nævnte symboler. I bilag 6 fremgår det, at antallet af smileyer reduceres fra fire til tre, hvor den nuværende smiley nr. 2 med et lille afmålt smil lægges sammen med smiley nr. 3 med lige mund til kun én smiley med lige mund. Denne ændring støttes ikke af Dansk Erhverv, hvilket er uddybet under ”generelle bemærkninger”.

Da reglerne om udskiftning af den nuværende kontrolrapport med et fremtidigt smileymærke først træder i kraft i sommeren 2022, foreslår Dansk Erhverv, at § 20 også først træder i kraft til den tid. Hvis § 20 træder i kraft ved årsskiftet, betyder det at de virksomheder, som modtager kontrol i første halvdel af 2022, skal ophænge en ny type kontrolrapport, hvor der kun fremgår tre smileyer, mens dem der ikke modtager kontrol, skal beholde deres nuværende kontrolrapporter, hvor der fremgår fire smileyer. Dem der modtager kontrol fra sommeren 2022, skal derimod ophænge det nye smileyklistermærke til den tid. Da Fødevarestyrelsen har valgt, at overgangen til det nye smileyklistermærke skal ske gradvist, efterhånden som virksomhederne får kontrol, vil det betyde, at forbrugerne fra sommeren 2022 kan møde tre forskellige opgørelser af smileyresultater i butikkerne, og de kan i teorien ende med at hænge der i flere år. For at minimere forvirringen foreslår Dansk Erhverv derfor, at skiftet fra fire til tre smileyer først træder i kraft i sommeren 2022, samtidig med smileyklistermærket, således at det ikke bliver nødvendigt med et midlertidigt design af smileyrapporten, som kun skal benyttes i et halvt år, men som potentielt kan blive hængende i 2 år - med stor forvirring til følge.

*Ændring af § 27, stk. 1, som er blevet til § 24, stk. 1*

Bestemmelsen udvides med et krav om, at virksomheder skal linke til de seneste fire kontrolrapporter på alle de digitale platforme, hvor de markedsfører fødevarer. Dansk Erhverv vil gerne advare mod, at man ved brug af ordet "markedsføring" sætter barren meget lavt. "Markedsføring" er en bred betegnelse for alle de aktiviteter, en virksomhed foretager sig i forbindelse med udbredelse og afsætning af et produkt og omfatter bl.a. produktudvikling, prisfastsættelse, reklame og salg. Ved brug af ordet markedsføring, kan det for eksempel betyde, at en kæde, som har en facebookside, der alene fungerer som reklamekanal, hvor de præsenterer forbrugerne for ugens tilbud, skal linke til kontrolrapporten fra denne side. Men hvilken kontrolrapport? Skal det være den for kædens hovedkontor eller samtlige rapporter for alle kædens butikker, hvor tilbuddene gælder?

Dansk Erhverv anbefaler derfor, at teksten i § 24 præciseres, således at kravet om offentliggørelse af kontrolrapporter alene kommer til at gælde for elektroniske platforme, hvor der sker et salg. Der er heller ikke krav om, at der fra øvrige reklamekanaler som tilbudsaviser, busreklamer, radio/tv-spot og lignende skal henvises til kontrolrapporten, og derfor bør det heller ikke gælde for elektroniske platforme, der alene fungerer som reklamekanal for en virksomhed eller en kæde, og altså ikke foregår salg. Forbrugerne vil i stedet altid kunne gøre sig bekendt med kontrolrapporten, der hvor salget efterfølgende sker - hvad enten det er i en fysisk butik eller på virksomhedens hjemmeside.

Med venlig hilsen,

**Saoirse Eriksen**  
Chefkonsulent