

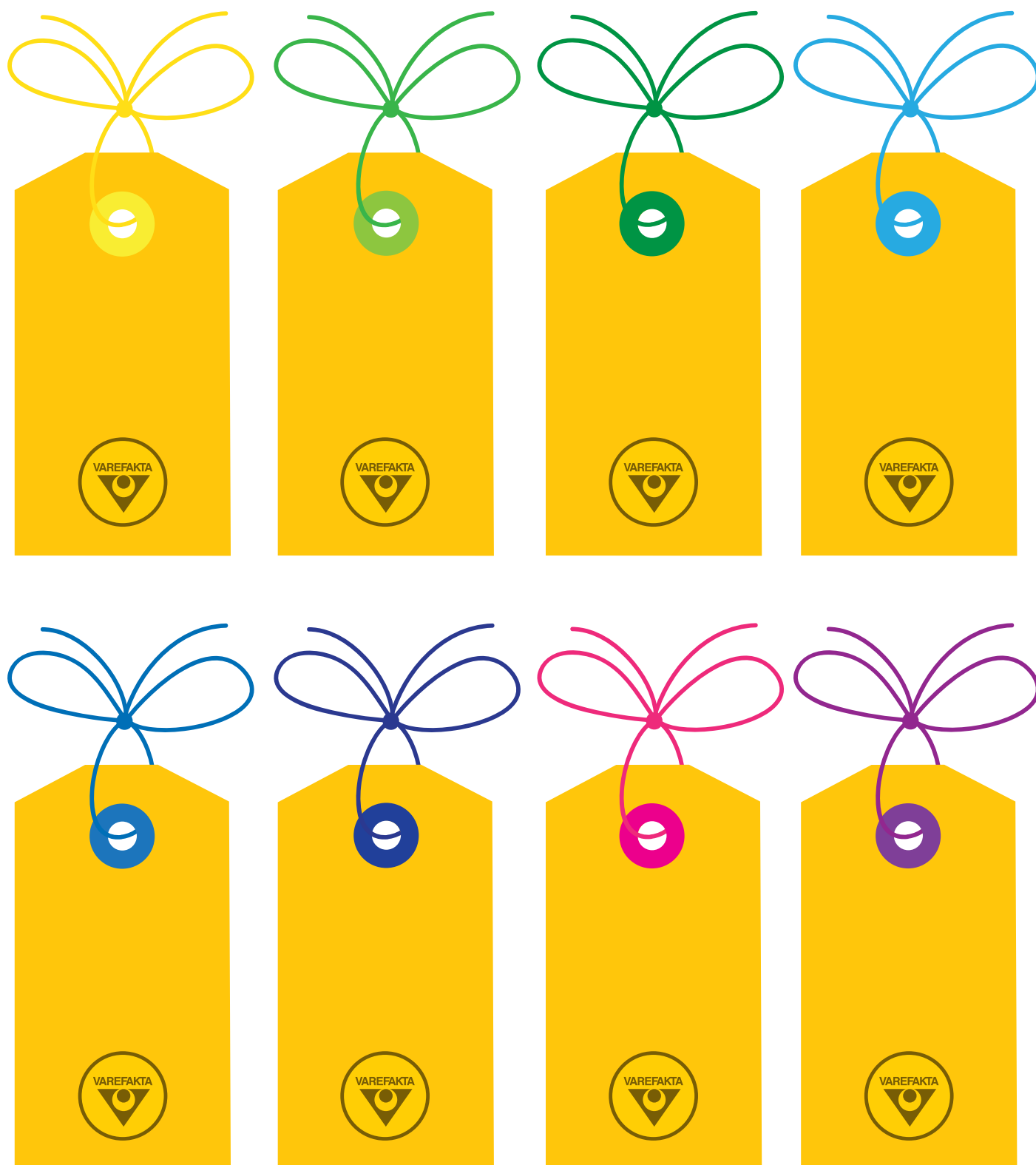
No 043

MARTS 2010

MÆRKNING



Når der er tvivl om emballagen · Minideklarationen – Varefaktas nye lillebror · Landbrug & fødevarer igen i DVN's bestyrelse · Industrien får kritik for mangelfuld mærkning · Kom til gratis seminar · DVN i medierne · Kurser og konferencer · Nyt om mærkning · To fonde finansierer nyt DVN-projekt · Forskrifter



Når der er tvivl om emballagen

Af Peter Folke Spangen Larsson, fødevarekonsulent hos DVN

Om en emballage er vildledende beror på en vurdering, som DVN's konsulenter ofte i fællesskab foretager på baggrund af erfaring og praksis på området.

Hvordan fastslår DVN, at forbrugerne vil blive vildledt? Det er en problemstilling, som DVN arbejder med dagligt, og som er noget af det mest udfordrende ved arbejdet med at udarbejde og godkende etiketter og deklarationer. Vildledningsbegrebet spreder sig over mange forskellige aspekter ved mærkningen og markedsføringen af en fødevarer. Alt fra illustrationer til udsagn vedr. varens oprindelse.



Hvad er vildledning

Det er i henhold til lovgivningen forbudt at vildlede forbrugerne via et produkts mærkning og markedsføring. Hvorvidt der er tale om vildledning afhænger af en konkret vurdering, som tager udgangspunkt i, om en almindelig oplyst, rimelig opmærksom og velunderrettet gennemsnitsforbruger vil blive vildledt af den pågældende mærkning eller markedsføring. Da der er mange aspekter ved mærkningen af en fødevarer, vil afgørelsen altid bero på en samlet vurdering. Dog har vi visse retningslinier i loven at holde os til.

Brug af flag

Lovgivningen foreskriver for eksempel, at det ikke er tilladt at vildlede vedrørende varens oprindelse. Dette kunne være aktuelt ved brug af flag på en given vare. Hvis der er dansk flag på en pakke laks, som er opdrættet i Norge, kan det være vildledende, da forbrugeren kan tro, at produktet har oprindelse i Danmark.

Illustrationer

Det kan også vurderes vildledende at anvende illustrationer af frugt, såfremt produktet ikke indeholder frugt men udelukkende aroma, da forbrugeren kan tro, at produktet indeholder den pågældende frugt og ikke kun aroma. Et eksempel kunne være en "læskedrik med appelsinsmag", hvor der er afbilledet en appelsin på emballagen. Det kan vurderes som værende vildledende.

Brug af betegnelsen "naturlig"

Ved en vildledningsvurdering, om hvorvidt anvendelsen af udsagnet "naturlig", "naturlig" eller lign. vil blive betragtet som vildledende, er det relevant at se på det pågældende produkts type og fremstillingsmetode. Hvis en enkelt ingrediens eller hele fødevareren anpriser – det vil sige, at man fremhæver på en positiv måde – som værende naturlig, er det nødvendigt, at ingrediensen eller fødevareren som hovedregel fremstår som i naturen, det vil sige med ingen eller minimal forarbejdning. Derfor kan det være vildledende at anvende varebetegnelsen "Naturlige bananchips" til et produkt, hvor bananskiver er tørret og ristet i honning.

Brug af betegnelsen "frisk"

Anprisningerne "frisk", "friskpresset" eller lign. kan som udgangspunkt ikke anvendes i forbindelse med varer med en længere holdbarhed. Det vil derfor kunne vurderes som værende vildledende at anvende anprisningen "friske grøntsager", hvis produktet er dybfrosset, hvilket bevirker, at grøntsagerne har en længere holdbarhed. Varen skal altså bevare sit præg af friskhed.

Varens egenskaber

Som udgangspunkt er det ulovligt at give udtryk for, at en vare har en særlig egenskab, når alle andre lignende varer har samme egenskab. Det vil sige, at det for eksempel ikke er tilladt at skrive at "Denne vare har et lavt indhold af fedt" på for eksempel "dybfrosne rejer", da alle andre lignende produkter har et lavt fedtindhold.

Brug af betegnelsen "luksus"

Det afgørende for, om en vare kan anpriseres som værende "luksus", er, at der i det konkrete tilfælde eksisterer et sammenligningsgrundlag, og at det kan bekræftes, at der er tale om en vare, der skiller sig positivt ud i forhold til fremstillingsmetode, art og/eller mængden af bestemte ingredienser, samlet kaldet kvalitet. Det kan derfor være vanskeligt at vurdere, om der er tale om det, man kalder en vildledende anprisning.

Hvis der er tale om, at produktet kun ved uvæsentlige forskelle adskiller sig fra andre lignende produkter, vil det kunne betragtes som en vildledende anprisning.

Hvordan arbejder DVN med vildledning

Som ovenstående eksempler viser, er det ikke altid ligetil at vurdere, om en illustration, anprisning eller et udsagn vil vildlede forbrugerne. DVN arbejder til dagligt med vildledningsaspektet ved at fortage konkrete vurderinger af, hvad der af fødevaremyndighederne ville kunne vurderes som vildledende.

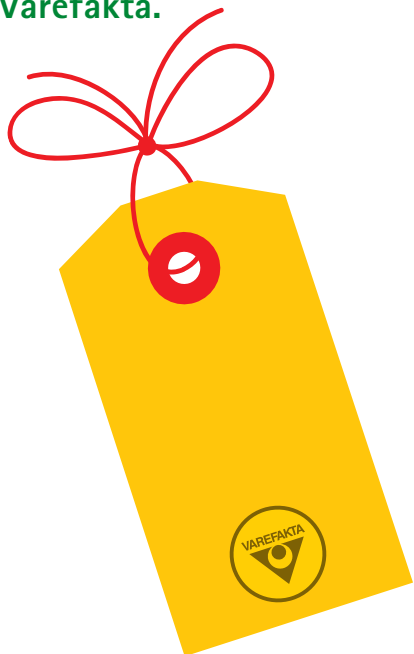
Da der fra myndighedernes side de sidste mange år har været særlig fokus på dette område, er det selvklart også et område, som DVN har stor fokus på i det daglige arbejde, og mange vurderinger af konkrete eksempler bliver ofte taget ud fra en samlet vurdering blandt alle fødevarekonsulenterne.

Ved disse vurderinger bliver tidligere referencer, erfaringer og beslutninger altid inddraget i beslutningsgrundlaget.

Minideklarationen – Varefaktas nye lillebror

Af Britt Eriksen, konsulent hos DVN

Nu kan Varefakta-kunder med nonfood-udvalgsvarer på en ny og meget simpel måde vise, at de har valgt Varefakta.



Store produkter, som for eksempel en høj barnestol, er ofte pakket ud af emballagen og stillet flot op i butikken, så forbrugeren kan se stolen, lade barnet sidde i den og røre ved den.

Til gengæld kan forbrugeren kun sjældent se, at producenten har valgt at få Varefakta på produktet, fordi deklarationen kun står på emballagen. Men det råder vi bod på med en ny minideklaration. Den kan bruges som hængemærke, så det bliver tydeligt, at varen har Varefakta, og dermed er testet og kontrolleret. På den måde får producent og butik let adgang til at synliggøre Varefakta, som producenten selv frivilligt har valgt og betalt for.

Imødekommer ønske

Den minideklaration, som DVN har udviklet, opsummerer i grove træk Varefakta-deklarationen. Med minideklarationen imødekommer vi ønsket om større fleksibilitet i Varefakta-konceptet.

Minideklarationen er, som ordet siger, mindre end en almindelig Varefakta-deklaration. Varefaktas nye lillebror fylder tekstmæssigt fra 5 til 10 sætninger, afhængig af hvor mange advarsler standarden eller lovgivningen kræver. Minideklarationen oplyser, at produktet er testet og kontrolleret af DVN, at det opfylder standarden og DVN's krav til for eksempel sikkerhed, materialekvalitet og udførelse. Sidst, men ikke mindst, at varer med Varefakta stikprøvekontrolleres af DVN.

Vælger man at bruge en minideklaration, skal den fulde Varefakta-deklaration være tilgængelig et andet sted – for eksempel i brugsanvisningen.

Som en del af den nye fleksibilitet kan man nu også bruge DVN's logo uden yderligere tekst. Det gør det lettere at få logoet til at stå pænt på forsiden af emballagen.

Den lille emballage

Varefakta på for eksempel en sutteflaske-emballage kan være noget af en udfordring for et reklamebureau. Emballagen er ikke særlig stor og deklarationen meget omfattende. Her er minideklarationen en oplagt løsning. Med en minideklaration på emballagen vil der være rig lejlighed til også at give andre informationer om produktet eller skrive på flere sprog.

Varefakta-deklarationen kan så stå i en indlægsseddel eller i en brugsanvisning.

Sådan kommer du i gang

Hvis man som producent er interesseret i en minideklaration, sker udviklingen i samarbejde med DVN. I praksis er proceduren den, at man udarbejder et forslag til minideklaration i samarbejde med en konsulent hos DVN, der i sidste ende skal godkende den endelige udformning.

Landbrug & Fødevarer igen i DVN's bestyrelse

Efter en årrække på sidelinien er Landbrug & Fødevarer igen repræsenteret i DVN's bestyrelse.

Som repræsentant har brancheorganisationen, der tidligere gik under navnet Landbrugsraadet, udpeget chefkonsulent Susanne Kofoed, 45.

Susanne Kofoed er cand. jur. fra Københavns Universitet og har i sit job som chefkonsulent fokus på fødevarerlovgivning og udvikling af fødevarerpolitik herunder på EU-plan. Desuden er hun i sit arbejde optaget af, at erhvervet tager et medansvar for folkesundheden ved også at pege på løsninger på for eksempel overvægtsproblematikken og lignende.

"Vi går op i, at folk ved, hvad de spiser, og vi er åbne over for, hvordan vi producerer. I den forbindelse spiller mærkning en helt central rolle. Jeg glæder mig meget til bestyrelsesarbejdet, og er helt sikker på, at det bliver spændende," siger Susanne Kofoed.



Chefkonsulent Susanne Kofoed er ny i DVN's bestyrelse.

Industrien får kritik for mangelfuld mærkning

Af Lizette Ottensten, freelance journalist

Fødevarestyrelsen vil have industrien til at oppe sig. Der er stadig for mange fejl, selvom det går fremad, mener styrelsen, der fortsætter kampagne. Også kritik fra DSK, mens DI mener, det er petitesser.

Alt for mange varer har fejl eller mangler i deres mærkning af ingredienser. Industri og detailhandel er nemlig ikke omhyggelige nok med mærkning og kontrol af varer, fremgår det af Fødevarestyrelsens Mærknings- og vildledningskampagne sidste år. Det betyder, at forbrugere ikke får mulighed for at foretage et informeret valg.

Og det er ikke tilfredsstillende, mener souschef i Fødevarestyrelsen Niels Bølling, som var projektleder på kampagnen.

Detailhandlen mærker kun varerne, hvis de selv fremstiller, pakker eller importerer direkte. Men de har pligt til at kontrollere, at mærkningen er korrekt fra industrien. I værste fald kan butikken risikere en sur smiley, hvis ikke mærkningen er i orden.

Cirka 14 procent af de steder, hvor Fødevarestyrelsen tjekkede, om alle ingredienser stod i deklARATIONEN, var der mangler. 50 ud af godt 300 fødevarevirksomheder og detailhandlere – for eksempel slagter- og bagerafdelinger – fik indskærpet reglerne.

Ingredienserne var eksempelvis ikke mærket i faldende rækkefølge, efter hvor meget der var i varen, var ulæselige eller de manglede helt, når man sammenlignede listen med sproget, det var oversat fra. Og i to tilfælde var allergener ikke mærket.

"Når industri og detailhandel fremstiller fødevarer efter opskrift og recept skulle man tro, det var nemt at kopiere samtlige ingredienser til mærkningen. Men alt for ofte mangler nogle," siger Niels Bølling.

Fortsat fokus

"Når man ser de fejl, vi finder, burde det ikke være så svært. Virksomhederne burde kunne gøre det bedre," siger han og forklarer, at det kan være svært at vurdere, hvorfor fejlene opstår: "I visse tilfælde mener de måske, deres varer ser lidt pænere og renere ud, hvis de udelader nogle farvestoffer eller E-numre, som i sig selv er uproblematisk," uddyber han. Det er i hvert enkelt tilfælde den tilsynsførende som bedømmer, om en virksomhed prøver at følge reglerne, eller om de glemmer ingredienser bevidst.

Fødevarestyrelsen vurderer derfor, at man bliver nødt til fortsat at have fokus på området. De ser det som positivt, at tallet er faldet fra 20 procent, når man sammenligner med året før, men vurderer, at når man to år i træk ser så relativt mange afvigelser, er det ikke godt nok.

Niels Bølling understreger dog, at fejlene normalt ikke giver fare for selve fødevarsikkerheden. "Når det handler om fødevarsikkerhed, er vi strengere og giver påbud eller bøder – og det blev vi kun nødt til i tre tilfælde."

Undrer sig

De Samvirkende Købmænd (DSK) ønsker, at industrien strammer op på sine interne kontrolsystemer og ikke sender varer med mærkningsfejl ud til detailhandlen.

"Vi opdager mange fejl. Men det er jo kun dem, man umiddelbart ser med det blotte øje såsom holdbarhedsdato og manglende læsbarhed," siger fødevarechef Kirsten Jacobsen, som undrer sig over, at nogle fødevareproducenterne ikke er bedre til selv at kontrollere deres varer.

"Det er trist og et kæmpespild af ressourcer, når vi må tilbagekalde for eksempel frosne ænder eller rullepølse med forkert holdbarhedsdato!" Hun understreger, at butikkerne er ansvarlige for de varer, de selv fremstiller:

"Men i praksis er det næsten ikke muligt for dem at lave en dækkende mærkning," mener hun.

"Vi har en lovgivning, som er svært at følge, for det er meget komplekst, og butikspersonalet har slet ikke uddannelsen til det. Hvis butikken skifter leverandør af pålæg, betyder det, at der pludselig kan være forkerte ingredienser i mærkningen af en sandwich, hvis man ikke husker eller når at opdatere."

Petitesser

Chefkonsulent i DI Fødevarer, Tanja Buch-Weeke, mener derimod ikke, at kampagnens resultat er særlig alvorligt. Fejlene er petitesser trods de to allergi-sager.

"Vi synes, det er et flot resultat, at der kun er to påbud til industrien ud af så mange. Det er hverken alarmerende eller alvorligt, når det ikke handler om fødevarsikkerhed. Selvfølgelig ville det være bedst, hvis der slet ikke var nogen fejl, men sådan en verden lever vi ikke i."



Kom til gratis seminar

Af Ib Keld Jensen

DVN holder to seminarer i foråret. Det ene i Jylland.

Et af hovedtemaerne er tilbagetrækning, et andet er bud på, hvordan man efterfølgende kan håndtere pressen, men så hører ligheden også op mellem de to seminarer, som DVN indbyder til i foråret.

Det ene handler om fødevarer, det andet om produksikkerhed ved andre varer.

Ved fødevareseminaret, som finder sted hos DVN i Roskilde, er det lykkedes at få fødevareberedskabschef Kim Vandrup Sigsgaard fra Fødevarestyrelsen til at fortælle om, hvornår og hvordan tilbagetrækning af fødevarer kan komme på tale. I den forbindelse kommer han ind på nogle af de faldgruber, man bør undgå, og på hvordan Fødevarestyrelsen kan være sparringspartner og medspiller i en ellers vanskelig situation.

Seminaret om tilbagetrækning af fødevarer og håndtering af pressen finder sted tirsdag den 4. maj kl. 13 til 16.

Men allerede den 27. april rykker DVN til Silkeborg med et heldagsseminar, som især kommer til at handle om produksikkerhed. Konsulent Torben Rahbek, der har en fortid som chef for Sikkerhedsstyrelsen, koger de tre korte seminarer, han allerede har holdt for DVN i Roskilde, ned til et længere seminar. Torben Rahbek fortæller om forskellige aspekter ved produksikkerhed allerede fra en indledende produktionsfase til varerne ligger ude i butikkerne.

Seminaret finder sted hos vores gode kunde, legetøjsforhandleren Maki A/S, Haarupvej 22 D, Silkeborg, som velvilligt stiller lokale til rådighed fra kl. 10 til 16.

Ved begge seminarer fortæller DVN's kommunikationsrådgiver Ib Keld Jensen om, hvordan man kan håndtere pressen på en hensigtsmæssig måde, og der er gratis adgang for alle DVN's kunder og samarbejdspartnere.

Invitationer udsendes senere, men allerede nu kan interesserede reservere plads ved henvendelse til Mette Bagger Nissen på 4630 4512.





Dansk Varefakta Nævn (DVN) er et samarbejde mellem forbrugere, industri og handel om frivillig mærkning af brugseggede varer og tjenesteydelser til forbrugerne. Mærkningen består af deklaration af indhold og/eller egenskaber og kendes på Varefaktamærket. DVN driver Sekretariatet for energimærkning af produkter, der administrerer energimærkningen af hårde hvidevarer, klima-anlæg og lyskilder for Energistyrelsen. DVN blev oprettet i 1957.

Dansk Varefakta Nævn
Byledet 7
4000 Roskilde
Tlf. 4630 4500
Fax 4630 4525
varefakta@varefakta.dk
www.varefakta.dk



DVN i medierne

Minister vil skærpe lygtekrav

Kenneth Linnebjerg fra virksomheden Reelight opfordrer Færdselsstyrelsen til at kigge mod Dansk Varefakta Nævns mærkningsordning for cykellygter. Det vil gøre det nemt for cyklisterne at skille skidt fra kanel, når de står hos cykelhandleren, mener han.

"De fleste kender allerede mærkningsordningen, der siger god for kvaliteten af alt fra sovs til småbørnslegetøj," skriver han i et læserbrev, som kommentar til, at transportminister Lars Barfoed vil have skarpere krav til cykellygter, efter det har vist sig, at diodelygter kan tabe 75 procent lysstyrke på en time.

Kun hvis Færdselsstyrelsen tør stille tilstrækkeligt store krav, undgår vi, at en stor gruppe cyklister er til fare for sig selv og de medtrafikanter, der skal undgå at køre dem ned, skriver Kenneth Linnebjerg.

Berlingske Tidende, 12. februar 2010

Værd at vide om røgalarm

Bladet nævner i forbindelse med en række anbefalinger til køb af røgalarm, at man som køber bør være sikker på, at røgalarmen er godkendt og afprøvet.

"Det kan du se, ved at den er Varefakta-mærket," skriver avisen, der også slår et slag for de serieforbundne røgalarm.

Herning Folkeblad, 22. januar 2010

Få kender nøglehullet

Direktør Helga Møller, DVN, bliver interviewet i forbindelse med en undersøgelse, der viser, at kun godt hver fjerde dansker ved, at det er et mærke for sundere fødevarer. I artiklen vurderer Helga Møller, at mærket kun når ud til de forbrugere, der i forvejen er interesseret i sunde fødevarer. I stedet for at bruge kræfter på et nyt mærke, skulle man hellere lære danskerne at læse en varedeklaration, som giver det fulde billede af indholdet i en fødevarer, anfører hun. Nøglehullet siger ikke noget om fedt, tilsætningsstoffer eller allergener i fødevarer, tilføjer hun.

Søndagsavisen, 20. februar 2010

Kurser og konferencer

DVN's medarbejdere har deltaget i følgende kurser og konferencer siden 23. november 2009:

Seminar om ægthebestemmelse,
Eurofins Steins Laboratorium A/S

Laborantdagen 2009, Teknologisk Institut

Nytårskur, Dansk Landbrug og fødevarer

FairSpeak Seminar, Copenhagen Business School

Nyt om mærkning

1. marts trådte en ny lov om produktsikkerhed i kraft. Loven er baseret på et revideret produktsikkerhedsdirektiv. En ny struktur i loven gør reglerne mere tilgængelige og lettere at efterleve. Anvendelsesområdet præciseres, så kun produkter, der forventes anvendt af forbrugerne, omfattes. Også beskyttelsesområdet præciseres, således at loven kun beskytter forbrugerne, og ikke omfatter skade på dyr, løsøre eller fast ejendom.

Loven giver også mulighed for en mere effektiv kontrol og skærpede sanktioner.

DVN's nonfoodkunder er orienteret om ændringerne pr. brev.

To fonde finansierer nyt DVN-projekt

Arbejdet med et nyt undervisningsprojekt rettet mod eleverne på folkeskolens mellemtrin og deres forældre er netop sat i gang, efter at to fonde har bevilget midler til projektet.

De to fonde er henholdsvis A/S KFI Holdings erhvervsdrivende fond og Nordeafonden. Udarbejdelse af projektbeskrivelse og søgning af midler er muligjort gennem startstøtte fra Landbrug & Fødevarer.

Projektet ligger i forlængelse af vores skoleavisprojekt, som DVN lancerede sidste forår og består af en hjemmeside, hvor eleverne kan dyste om viden på varedeklarationer med klassekammerater, andre skoler og på landsplan. Men forældrene skal også inddrages, og derfor udarbejdes der særligt materiale, som skal inspirere dem. Projektet sigter mod en lancering 20. oktober 2010 kl. 20:10.

Forskrifter

Følgende forskrifter er blevet revideret eller ajourført siden 23. november 2009:

-
- Duge og servietter af tekstil, DVN 3114
-
- Legetøj, DVN 5240
-
- Plaider, DVN 3120
-
- Plastposer og -film, DVN 4010
-

MÆRKNING

Mærkning udgives af Dansk Varefakta Nævn ca. 4 gange årligt og indeholder artikler om Varefakta og mærkningsrelaterede emner inden for DVN's arbejdsområder.

Indholdet i Mærkning må gengives med kildeangivelse.

Bladet udsendes gratis til DVN's kunder, samarbejdspartnere, politikere, pressen m.fl.

Redaktion:
Direktør Helga Møller (ansvarshavende)
Ib Keld Jensen
Marianne M. Palbo

14. årgang
Oplag: 2.000 eksemplarer
Tryk: Nofoprint
Design: finnygaard.com
Redaktionen afsluttet:
1. marts 2010.