



# Slutrapport for kampagnen Sukkerprint til kager og cocktails

---

## INDLEDNING

---

Kager og cocktails med sukkerprint er blevet meget populære, og Fødevarestyrelsen har set en stigning i anvendelsen af sukkerprint, hvortil der anvendes tilsætningsstoffer herunder specielt farvestoffer.

Foto, dekoration og logo printes på sukkerpapir, som ofte fremstilles på printere med blækpatroner fyldt med fødevarerfarvestoffer. Men printeren er ikke altid egnet til kontakt med fødevarer, Sukkerprintet er en fødevarer og derfor skal sukkerprint overholde fødevarereglerne.

Kampagnen havde fokus på reglerne for brug af tilsætningsstoffer og fødevarerkontaktmaterialer(FKM), som skal overholdes, når sukkerprintet samt kager og cocktails med sukkerprint sælges.

Reglerne, som blev kontrolleret, var primært under lovgivningsområde egenkontrol, tilsætningsstoffer samt emballage mv. som omfatter fødevarerkontaktmaterialer samt sekundært under mærkning og godkendelser.

Kampagnen formål var at:

- Kontrollere og vejlede registrerede virksomheder samt virksomheder under bagatelgrænsen, som fremstiller sukkerprint om reglerne.
- Kontrollere om anvendelsen af tilsætningsstoffer til sukkerprint er i overensstemmelse med tilsætningsstofreglerne.
- Kontrollere om mærkningen af sukkerprintet er korrekt i henhold til mærkningsreglerne.
- Kontrollere om printere er egnet til kontakt med fødevarer jf. reglerne om fødevarerkontaktmaterialer.
- Kontrollere og indhente oplysninger om sporbarhed for materialer som anvendes til fremstilling af sukkerprint.

---

## KONKLUSION

---

Kampagnen har skabt meget opmærksomhed både blandt virksomheder og brancheorganisationer. Forud for kampagnen oplyste Fødevarestyrelsen om reglerne via opslag på sociale medier og ved møder med relevante brancheorganisationer.

I kampagnen er alle de kontrollerede virksomheder blevet vejledt om reglerne vedrørende anvendelse af printere og tilsætning af farvestoffer til sukkerprint til henholdsvis kager og cocktails.

Den dialog, Fødevarestyrelsen har haft med branchen forud for kampagnen har haft god indflydelse på kampagnens resultater. Branchens information til deres medlemmer har medvirket til en øget viden om de faktorer, som har betydning for fødevarerens sikkerhed omkring anvendelse af tilsætningsstoffer og fødevarerkontaktmaterialer ved fremstilling af sukkerprint.

Fødevarestyrelsens information til forbrugere og virksomheder samt dialogen med branchen formodes at have fået en del virksomheder til at ophøre med at fremstille sukkerprint inden eller i forbindelse med kampagnen. Virksomhederne blev udpeget til kampagnen på baggrund af viden om virksomhederne og/eller på baggrund af deres markedsføring på internettet og sociale medier.

Der var på tidspunktet for kampagnekontrollen kun 31 ud af de 87 kontrollerede virksomheder, der fremstillede sukkerprint selv eller forhandlede/anvendte færdigproducerede sukkerprint.

Den forudgående indsats i branchen har betydet, at leverandører af farvestoffer til sukkerprint har givet brugbare oplysninger til deres aftagere om indholdet af farvestoffer, som muliggør beregning af den anvendte mængde farvestof. 24 af de af de 87 kontrollerede virksomheder fremstillede sukkerprint med anvendelse af farvestoffer.

Alle virksomheder fik vejledning om reglerne i forhold til fremstilling af sukkerprint.

Branchen har også hjulpet deres medlemsvirksomheder med at finde leverandører, som kunne levere printere og printerpatroner med dokumentation for at de var egnede til kontakt med fødevarer. Dette har også haft en positiv betydning for regelefterlevelsen vedrørende fødevarerkontaktmaterialer.

Kontrollen af sporbarhed har betydet, at Fødevarestyrelsen har fået viden om, hvem der forhandler printere, blækpatroner med videre både i EU og udenfor EU.

Resultaterne af kontrol af mærkning samt dokumentation for sporbarhed viser, at virksomhederne har godt styr på sporbarhed og meget sukkerprint bliver solgt under særlige salgssituationer på anmodning af forbrugeren hvorfor den ikke kræver samme mærkning som ved færdigpakkede fødevarer.

Fødevarestyrelsen har fået mere konkret viden om brugen af sukkerprint til kager og cocktail herunder om omfanget. Resultaterne tyder på, at virksomhederne nu kan skaffe printere, som har dokumentation for egnethed. Desuden er leverandørerne af farvestoffer til sukkerprint blevet bedre til at levere de nødvendige oplysninger til deres aftagere. Denne viden kan anvendes i den fremtidige kontrol.

---

## RESULTATER

---

### Antal kontrollerede virksomheder

Kampagnekontrollen omfattede 87 virksomheder.

56 af de kontrollerede virksomheder havde på kontroltidspunktet ikke aktiviteten, at printe farvemotiver på spiseligt papir. Virksomhederne oplyste om begrundelsen:

- at de indkøbte fra eksterne leverandører
- at de afventede en ny printer eller
- at der ikke havde været tilstrækkeligt salg til at det var rentabelt eller
- at de bare var stoppet af andre grunde.

Af de resterende 31 virksomheder, var der 24, som fremstillede sukkerprint, og dermed også havde udstyr til at producere sukkerprint til kager og cocktails og syv virksomheder som anvendte eller forhandlede færdigfremstillet sukkerprint fra andre leverandører.

I tabellen nedenfor fremgår fordelingen af kontrolbesøg i brancher, samt antallet af kontrolrapporter hver der er givet sanktioner, der er udelukkende givet indskærpelser, som er resultat 2 på kontrolrapporten.

Branche	Kontroller	Sanktioner
Specialforretning - Bager m.v.	54	5
Dagligvareforretning uden/med begrænset behandling	11	3
Specialforretning - Delikatesse, specialiteter m.v. med behandling	1	1
Markedsføring af fødevarekontaktmaterialer, detail	1	0
Serveringsvirksomhed - Restauranter m.v.	3	2
Fremstilling af vegetabiliske produkter mv. evt. med indhold af forarb. animalske produkter	4	1
Lager/lagerhotel og evt. engroshandel - Med køl/frost	1	0
Virksomheder detail, under bagatelgrænsen, ikke registreret	11	1
Ulovligt startet virksomhed - Detail	1	1
	<b>87</b> kontroller	<b>14</b> sanktioner

Af de gennemførte kontrolbesøg var 75 i registrerede virksomheder samt i 11 virksomheder under bagatelgrænsen for registrering samt en ulovlig opstartet virksomhed.

## **Resultaterne af kontrollen vedrørende anvendelse af tilsætningsstoffer**

Resultaterne af kontrollen vedrørende fremstilling af sukkerprint med anvendelse af farvestoffer viser, at af de 87 kontrollerede virksomheder er der 24, der selv fremstiller print med farvestoffer, hvilket svarer til 28 %. Disse virksomheder kunne redegøre for mængdeberegning af anvendelsen af farvestoffer eller at de følger en EU-leverandørs anvisninger for dosering af farvestoffer. De resterende syv virksomheder anvendte enten færdigfremstillede sukkerprint fra andre leverandører eller forhandlede færdigfremstillede sukkerprint. Ingen af de virksomheder, som fremstillede sukkerprint, var i gang med aktiviteten under kontrolbesøget. En stor del af virksomheder alene blevet vejledt om reglerne. Sukkerprint er en fødevarer og er omfattet af fødevarereglerne dog havde en virksomhed som fremstillede sukkerprint på anmodning, valgt at udlevere en folder, ved udlevering af kage, hvor det fremgik, at sukkerprintet ikke bør spises.

Ud af de 31 virksomheder, der fremstillede sukkerprint selv eller forhandlede færdigproducerede sukkerprint, omfattede kontrollen fem virksomheder, der markedsfører sukkerprint til cocktails, og erfaringen fra denne kontrol var, at kun tre af de fem kontrollerede virksomheder selv fremstiller printet.

Der er ikke givet sanktioner under kontrolpunktet tilsætningsstoffer.

## **Resultaterne af kontrollen af mærkning af sukkerprint**

Ved 36 kontrolbesøg er der foretaget enten kontrol mærkning af eller vejledninger om mærkning med den supplerende tekst "Kan have en negativ indvirkning på børns aktivitet og koncentrationsevne" for farvestofferne Tartrazin (E 102), Quinolin gult (E 104), Sunset Yellow (E 110), Carmoisin (E 122), Ponceau 4R (E 124), Allura red (E 129). En virksomhed fik indskærpelse for ikke at have mærket korrekt med den supplerende tekst på et færdigpakket print.

## **Resultaterne af kontrollen af printere til fremstilling af sukkerprint**

I de 87 virksomheder, som blev kontrolleret i kampagnen, blev lovgivningsområdet emballage mv. kontrolleret i 62 virksomheder. I de 31 virksomheder, som selv fremstillede sukkerprint, blev det kontrolleret, at virksomheden havde dokumentation for, at printeren er egnet til kontakt med fødevarer. Blandt disse 31 virksomheder, blev der i alt givet otte indskærpelser. Syv af indskærpelserne drejede sig om, at virksomheden ikke havde dokumentation for, at printerne var egnet til kontakt med fødevarer. I et tilfælde drejede indskærpelsen sig om, at virksomheden ikke havde dokumentation for, at printeren og blækpatronerne var egnede til kontakt med fødevarer.

Hos en stor del af de virksomheder, der var ophørt med aktiviteten sukkerprint, blev lovgivningsområdet emballage mv. alligevel kontrolleret. Der blev f.eks. foretaget kontrol af virksomhedens emballage eller givet vejledning om at sikre dokumentation for overholdelse af FKM-regler ved evt. fremtidigt indkøb af printer til sukkerprint.

## Resultaterne af kontrollen af sporbarhed

Det har været mest relevant at gennemføre kontrol af sporbarhed i de virksomheder, som producerede sukkerprint og havde printere og patroner, som var egnede til kontakt med fødevarer. Der er gennemført 36 kontroller af sporbarhed på dette kontrolområde, og der er ikke givet sanktioner.

## Øvrige resultater

61 virksomheder havde i deres risikofaktoranalyse aktiviteter vedr. tilsætningsstoffer. 5 virksomheder fik indskærpelse for ikke at have risikovurderet aktiviteten på trods af, at de havde aktiviteten. 19 virksomheder blev ikke kontrolleret men vejledt, vejledning har erstattet kontrollen, når virksomheden f.eks. ikke har haft aktiviteten.

Der blev i alt givet 4 sanktioner i forbindelse med kontrol af virksomhedens registrering, hvoraf 2 var til virksomheder, der ikke var registreret. 1 virksomhed har modtaget farvestoffer fra en ikke-registreret virksomhed. 2 virksomheder har foretaget import eller samhandel uden at være registreret hertil.

---

## METODE

---

Kontrolperioden var fra 1. marts 2023 til 31. juli 2023 og der blev gennemført 87 kontrolbesøg. Virksomhederne var fordelt på de forskellige brancher, herunder også virksomheder, som ikke var registreret, f.eks. virksomheder under bagatelgrænsen.

Kontrolbesøgene bestod som udgangspunkt i uanmeldte kontrolbesøg.

Hovedvægten af virksomhederne var registrerede, og Fødevarestyrelsen havde formodning om, at de producerede sukkerprint til forbrugerne. De ikke-registrerede virksomheder blev kontrolleret på baggrund af deres markedsføring på sociale medier. Kontrolbesøget blev gennemført selv om virksomheden under kontrolbesøget oplyste at de ikke havde aktiviteten, da muligheden for vejledning om kampagnens formål var tilstede.

Der har været taget kontakt til virksomheder på baggrund af søgninger på sociale medier. Nogle af disse virksomheder viste sig ikke at være relevante for kampagnen og disse virksomheder er ikke medtaget i resultaterne.

Forud for kampagnen var brancheforeningerne inddraget i planlægningsfasen af kampagnen, og havde mulighed for at komme med input dertil. Forud for kampagnestart blev der lavet opslag på Facebook og Instagram med information til dem, som fremstiller og sælger sukkerprint til kager og til cocktails.