



Slutrapport for kampagnen Kontrol af sundhedsanprisninger af kosttilskud

INDLEDNING

Forbrugerne skal kunne stole på de anprisninger, der anvendes på kosttilskud og som vedrører sundhedsmæssige egenskaber ved produktet. Virksomheder må kun anprise med sundhedsmæssige egenskaber for kosttilskud, hvis anprisningerne er EU-godkendte.

Erfaringer fra kontrollen viser, at betingelserne for brugen af godkendte sundhedsanprisninger ikke altid er overholdt, og at der anvendes mange uspecifikke sundhedsanprisninger.

Kampagnens fokus

Kampagnen har haft særligt fokus på kosttilskud. Kosttilskud er produkter, der indtages for at supplere den normale kost. Kosttilskud kan indeholde f.eks. vitaminer, mineraler, plantedele, animalske ingredienser eller opkoncentrerede stoffer (f.eks. omega-3 fedtsyrer eller koffein). Kosttilskudsprodukter har stor udbredelse i Danmark. Berettigede klager fra forbrugere og andre parter viser, at der i forbindelse med markedsføringen af kosttilskud ofte anvendes sundhedsanprisninger, både på forskellige digitale platforme og på produkternes emballage. Sundhedsanprisninger af kosttilskud har ikke tidligere været kontrolleret i en kampagne.

Lovgivningsområde

Kontrollen er udført på baggrund af EU-reglerne for sundhedsanprisninger (ernærings- og sundhedsanprisningsforordning nr. 1924/2006) og for sygdomsanprisninger (fødevareinformationsforordning nr. 1169/2011).

Formål

Formålet med kampagnen har været at:

- Kontrollere om sundhedsanprisninger, der er anvendt i markedsføringen af kosttilskud, anvendes i overensstemmelse med reglerne.
- Kontrollere om der er anvendt sygdomsanprisninger i markedsføringen af kosttilskud.
- vejlede virksomhederne om brugen af sundhedsanprisninger og om forbuddet mod sygdomsanprisning med henblik på at øge virksomhedernes kendskab til reglerne.

KONKLUSION

I perioden 1. marts 2024 til 30. juni 2024 har Fødevarestyrelsen foretaget 131 kampagnekontrolbesøg. Fødevarestyrelsen har ved alle kontrolbesøg kunnet konstatere anvendelse af sundhedsanprisninger. Knap 59 % af kontrolbesøgene (77 ud af 131 virksomheder) resulterede i en eller flere indskærpelser, knap 8 % fik konstateret bagatelagte forhold (10 ud af 131) og 22% fik bødeforlæg (29 ud af 131). Det er især brug af ikke-godkendte anprisninger, uspecifikke anprisninger samt manglende overholdelse af betingelserne for godkendte sundhedsanprisninger, der er blevet indskærpet. Anvendelse af sygdomsanprisninger har i alle tilfælde resulteret i bødeforlæg.

Regelefterlevelsen er meget lav i denne kampagne. 61 % (80 ud af 131) af virksomhederne har overtrådt reglerne om sundhedsanprisninger og/eller forbuddet mod brug af sygdomsanprisninger.

I betragtning af de mange overtrædelser, der er blevet konstateret vedrørende anvendelse af sundhedsanprisninger, vurderer Fødevarestyrelsen, at kampagnen har været meget relevant. Kontrollen har øget virksomhedernes forståelse af reglerne og øget forbrugernes beskyttelse mod vildledning.

Kampagnen viser, at sundhedsanprisninger har været anvendt både på selve kosttilskudsprodukterne og i markedsføringsmaterialet for disse, herunder især på de digitale platforme, såsom hjemmesider.

Fødevarestyrelsen har kunnet konstatere, at 22 % af virksomhederne (29 ud af 131) har anvendt sygdomsanprisninger i forbindelse med markedsføringen af kosttilskud. På baggrund af disse resultater konkluderer styrelsen, at kampagnen også her har været særdeles relevant.

I alle de kontrollerede virksomheder har Fødevarestyrelsen vejledt generelt om reglerne. I de tilfælde, hvor virksomhederne har overtrådt reglerne om sundhedsanprisninger og/eller forbuddet mod brug af sygdomsanprisninger, svarende til 61 % af tilfældene (80 ud af 131), har Fødevarestyrelsen vejledt konkret om de sanktionerede regler.

Samlet set viser resultaterne, at sundhedsanprisninger på kosttilskud i mange tilfælde ikke bruges i overensstemmelse med reglerne, og at godt hver femte af de kontrollerede kosttilskudsvirksomheder har anprist deres kosttilskud med en effekt på sygdom, hvilket ikke er tilladt.

Fødevarestyrelsen konkluderer, at flere kosttilskudsvirksomheder ikke har tilstrækkelig viden om reglerne og en række af kosttilskudsvirksomhederne har fejlfortolket reglerne. Styrelsen vurderer derfor, at der er et stort behov for vejledning og kontrol med lovgivningsområdet – både i forhold til brugen af sundhedsanprisninger på kosttilskudsprodukterne og i forbindelse med digital markedsføring.

RESULTATER

Fødevarestyrelsen har gennemført 131 kontrolbesøg i både engros- og detailvirksomheder, hvor der er anvendt sundhedsanprisninger til markedsføring af kosttilskud. Alle kontrolbesøg er udført i virksomheder, der har anmeldt kosttilskud til markedsføring i Danmark.

Data for kontrollen af sundhedsanprisninger viser, at 61 % af virksomhederne (80 ud af 131) har overtrådt reglerne om sundhedsanprisninger og/eller sygdomsanprisninger. Der er 55 virksomheder, der har fået mere end én sanktion. Heraf har ca. 20 % af de kontrollerede virksomheder (26 ud af 131) både fået en bøde samt en eller flere indskærper.

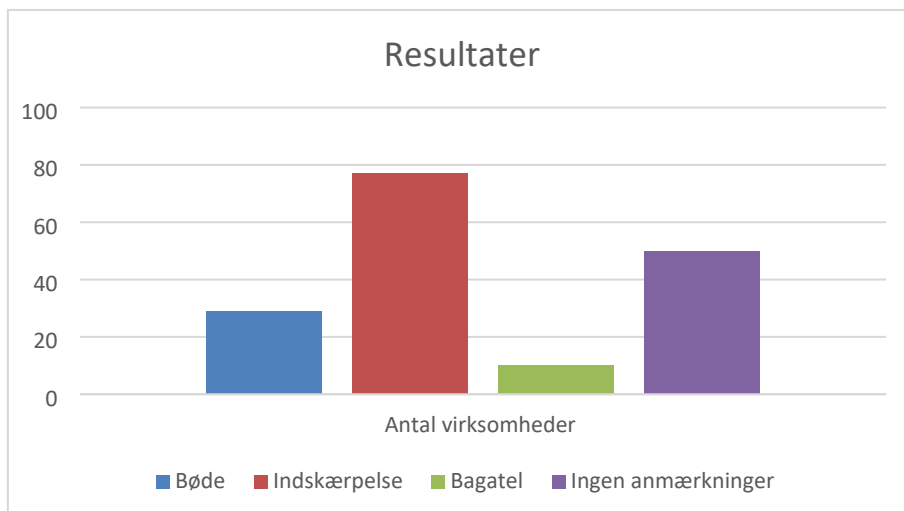
Overtrædelserne fordeler sig på følgende måde:

- Der er givet 34 indskærper og fire bagatelagte overtrædelser for brug af ikke godkendte sundhedsanprisninger, eller brug af godkendte sundhedsanprisninger, hvor kriterierne for brug ikke har været opfyldt.
- Der er givet 12 indskærper og en bagatelagtig overtrædelse for manglende dokumentation af sammenhæng mellem anvendt anprisning og et ID-nummer for on-hold anprisninger.
- Der er givet ni indskærper vedrørende anvendelse af anbefalinger fra læge eller sundhedspersonale.
- Der er givet 58 indskærper og tre bagageagtige overtrædelser for brug af uspecifikke sundhedsanprisninger, som ikke har været ledsaget af en specifik og godkendt sundhedsanprisning.
- Der er givet 13 indskærper for anvendelse af et varemærke, en handelsbetegnelse eller et fantasinavn, der ikke har været ledsaget af en specifik sundhedsanprisning, som er godkendt eller on-hold.
- Der er i ét tilfælde givet konkret vejledning, om at det ikke er tilladt at anvende sundhedsanprisninger, som indikerer angivelse af hastighed eller omfang af vægttab.
- Der er givet 29 bøder for anvendelse af sygdomsanprisninger.

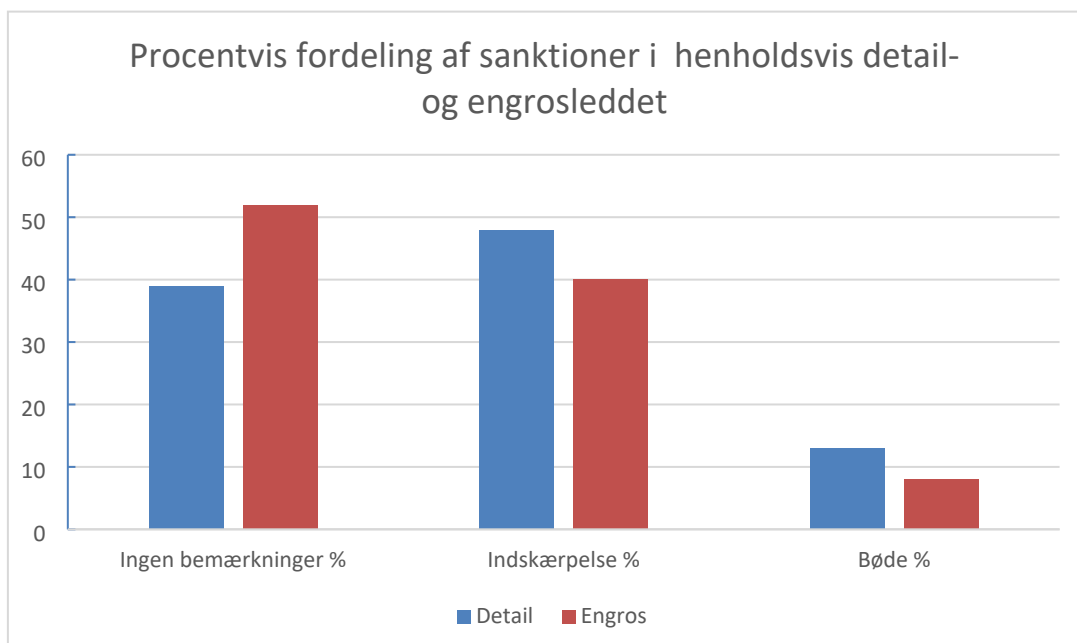
Resultaterne viser bl.a., at 29 ud af 131 virksomheder har anvendt sygdomsanprisninger i markedsføringen af kosttilskud, hvilket svarer til 22 %. Fødevarer må ikke sygdomsanpriser. Det vil sige, at det i alle tilfælde ikke er tilladt at angive eller indikere, at en fødevarer, herunder et kosttilskud, kan forebygge, behandle eller helbrede sygdom m.v.

Det er både forhold omkring de konkrete betingelser for anvendelse af sundhedsanprisninger og forhold omkring de generelle principper og særlige betingelser for anvendelse af sundhedsanprisninger, som virksomhederne generelt fejlfortolker eller ikke har et tilstrækkeligt kendskab til. Det er især forhold omkring brugen af uspecifikke sundhedsanprisninger, ikke tilladte sundhedsanprisninger samt brugen af

sygdomsanprisninger, der udtalt går igen. For så vidt angår brugen af de såkaldte on-hold anprisninger¹, har flere virksomheder misforstået eller fejlfortolket betingelserne for anvendelse af disse og det særlige ansvar, der påhviler virksomhederne, når de anvender on-hold anprisninger.



Søjlediagram, der viser det samlede kontrolresultat fordelt på antal virksomheder.



Samlet set viser resultaterne en meget lav regelefterlevelse blandt de kontrollerede kosttilskudsvirksomheder, idet Fødevarestyrelsen har konstateret at 61 % af

¹ Sundhedsanprisninger, hvor EU-Kommissionen har sat færdiggørelsesprocessen i bero

virksomhederne (80 ud af 131) har overtrådt reglerne om sundhedsanprisninger og/eller forbuddet mod sygdomsanprisninger. Resultaterne viser også, at der ikke er nogen nævneværdig forskel på regelefterlevelsen mellem detail- og engrosvirksomheder.

METODE

Kampagnen blev udført i perioden 1. marts 2024 til 30. juni 2024. Kontrolbesøgene blev primært gennemført som uanmeldte kontrolbesøg hos detail- og engrosvirksomheder, der har anmeldt kosttilskud til markedsføring i Danmark.

Fødevarestyrelsen kontrollerede stikprøvevist, om virksomhederne anvendte sundhedsanprisninger og/eller sygdomsanprisninger, og virksomhederne blev i alle tilfælde vejledt om gældende regler for brug af sundheds- og sygdomsanprisninger.

Der blev taget udgangspunkt i relevant online markedsføring (hjemmesider m.v.) samt markedsføring på kosttilskudsprodukternes emballage.

Kriteriet for virksomhedsudvælgelse var, at virksomhederne skulle være ansvarlige for anmeldelse og markedsføring af kosttilskud. Kosttilskud skulle være markedsført med sundhedsanprisninger enten på det fysiske produkt og/eller på digitale platforme. Virksomhederne blev udvalgt til kampagnen bl.a. ud fra en screening af virksomhedens hjemmeside. For hver virksomhed blev der udvalgt et eller to kosttilskud til kontrol.

Kosttilskudsbranchen blev orienteret om kampagnen via et nyhedsbrev om kontrolkampagner med start 1. marts 2024. Ligeledes blev branchen orienteret om den kommende kontrolkampagne ved to forskellige dialogmøder mellem Fødevarestyrelsen og erhvervet.