



Slutrapport for kampagnen Økologiregnskab

INDLEDNING

Baggrunden for kampagnen:

Økologiens troværdighed er afgørende for, at forbrugerne fortsat kan have høj tillid til de økologiske fødevarer. Der må ikke kunne rejses tvivl om, at varer mærket som økologisk rent faktisk også er økologiske. Usikkerhed og specielt svindel kan medvirke til at undergrave troværdigheden af de økologiske fødevarer og dermed det røde Ø-mærke og EU-logoet for økologi. Fødevarestyrelsen udførte i 2014 og 2019 lignende kampagner, og begge viste at Fødevarestyrelsen fortsat bør fastholde fokus på området.

Økologiregnskabet er helt centralt for Fødevarestyrelsens kontrol med, at der ikke sker svindel med de økologiske fødevarer. Derfor er det vigtigt, at der jævnligt gennemføres målrettede kampagner på området. Kampagnerne er med til at sikre at risikoen for svindel minimeres.

I denne kampagne vil Fødevarestyrelsen undersøge regelefterlevelsen på området.

Formål:

- At kontrollere om virksomhedernes økologiregnskab er udarbejdet og dokumenteret
- At kontrollere om virksomhedernes skriftlige procedurer er opdateret og tilstrækkelig dækkende for området med økologiregnskab
- Udbrede virksomhedernes kendskab til Fødevarestyrelsens værktøj 'Balanceregnskab for økologiske fødevarer' på Fødevarestyrelsens hjemmeside

KONKLUSION

Kort intro:

Den samlede regelefterlevelse i kampagnen er på 75 %. Til sammenligning var den samlede regelefterlevelse 83,5 % på hele fødevareområdet i 2024.

I kampagnen fandt vi flere overtrædelser end vi sædvanligvis finder i forbindelse med den årlige kontrol af virksomhedernes økologiregnskab. Virksomhederne vil generelt gerne overholde reglerne, men kravene til økologiregnskab kan være vanskelige og komplekse at efterleve. Økologiregnskabet er imidlertid essentielt for økologiens troværdighed, idet det kan vise, at der er balance mellem ind- og udgående mængder af økologiske fødevarer.

Derfor viser kampagnen, at forbrugerne overordnet kan have tillid til økologiske varer i Danmark.

Hovedkonklusion:

I første halvår af 2025 har Fødevarestyrelsen gennemført kampagnekontrol i 149 forskellige fødevarevirksomheder, målrettet fødevareproducenters økologiregnskab.

75 % af de kontrollerede fødevarevirksomheder lever op til reglerne om økologiregnskab.

25 % (37 virksomheder) er sanktioneret med indskærpelse i forbindelse med kampagnekontrollen. Heraf havde 12 virksomheder ikke udarbejdet balanceopgørelser for råvarer og/eller færdigvarer, 9 virksomheder havde ikke opstillet en input/outputbalance, og 10 virksomheder havde mangelfulde skriftlige procedurer på området.

I 18 virksomheder kunne det konstateres, at økologiprocedurerne for regnskab ikke var tilstrækkeligt opdaterede i forhold til de nuværende formkrav. Dette udløste ikke en sanktion, men Fødevarestyrelsen vil følge op på det på kommende kontrol.

I en enkelt virksomhed er der nedlagt forbud mod markedsføring som økologisk, idet kontrollen konstaterede at konventionelle råvarer blev markedsført som økologiske. Det var sandsynligvis ikke virksomhedens intentionen at svindle eller bevidst snyde med økologien.

Økologireglernes kompleksitet afspejles i den relativt høje sanktionsprocent.

Fødevarestyrelsen vil fortsat have fokus på, at alle dele af økologireglerne efterleves, da det samlet set sikrer mod fejl og svindel og dermed højner troværdigheden.

At kontrollere om virksomhedernes økologiregnskab er udarbejdet og dokumenteret

- Kontrollen er gennemført i 149 virksomheder. 18 % er sanktioneret for overtrædelser forbundet direkte til økologiregnskabet.

At kontrollere om virksomhedernes skriftlige procedurer er opdateret og tilstrækkelig dækkende for området med økologiregnskab

- Kontrollen er gennemført i 149 virksomheder.
- 6,7 % er sanktioneret for overtrædelser omhandlende virksomhedens skriftlige økologiprocedurer vedrørende regnskabet.
- 12 % skal revidere deres skriftlige procedurer uden at det udløste en sanktion. Det er tilfælde, hvor de skriftlige økologiprocedurer for regnskab blev vurderet dækkende, da virksomheden blev certificeret, men hvor de ikke er tilstrækkeligt opdaterede i forhold til nuværende krav til udformning.

Udbrede virksomhedernes kendskab til Fødevarestyrelsens værktøj 'Balanceregnskab for økologiske fødevarer' på Fødevarestyrelsens hjemmeside

- 41 virksomheder har modtaget vejledning omkring muligheden for at benytte Fødevarestyrelsens værktøj til udarbejdelse af økologiregnskab.
- Vejledningen er givet til de virksomheder, hvor den tilsynsførende har vurderet, at det kan være et nyttigt værktøj for virksomheden.

Kort sammenfatning af udbyttet for kampagnen:

De fleste økologivirksomheder har godt styr på de krav, der stilles.

Næsten alle sanktionerede virksomheder efterlevede igen kravene allerede ved første opfølgende kontrolbesøg. Det giver Fødevarestyrelsen et indtryk af at kampagnen har givet anledning til et løft på regnskabsområdet.

Sanktionsprocenten i kampagnen er højere end forventet. Kravene er omfattende og kan til tider være vanskelige for virksomhederne at forstå, omsætte til praksis og efterleve.

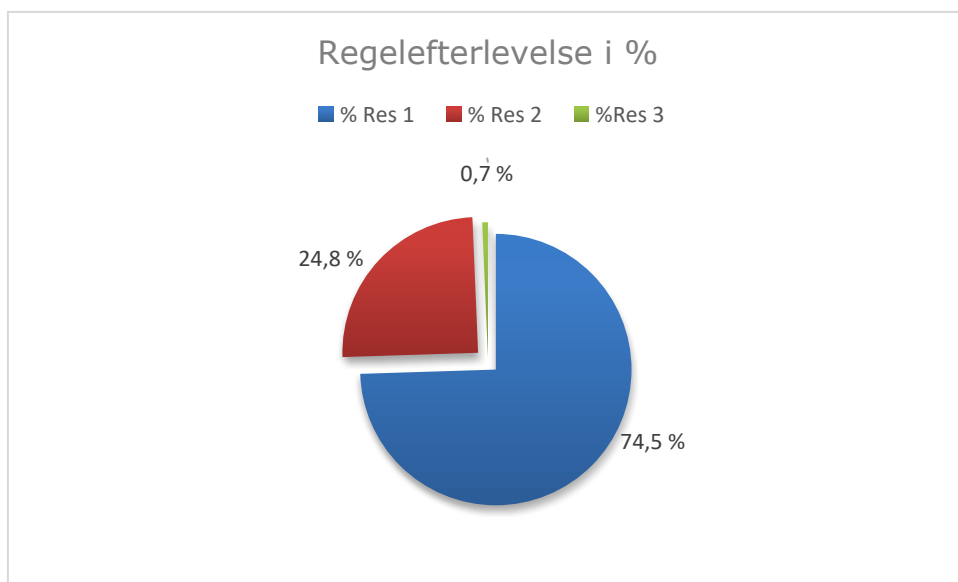
Det er fortsat vigtigt at have fokus på overholdelse af kravene til økologiregnskab, da det er virksomhedernes mulighed for at dokumentere balance mellem de råvarer der indkøbes og de færdigvarer der produceres, ligesom det er et stærkt redskab i Fødevarestyrelsens bestræbelse på at sikre mod svindel med økologiske fødevarer i Danmark.

RESULTATER

Fødevarestyrelsen har udført 149 kampagnekontroller. 37 virksomheder er sanktioneret med en indskærpelse. 1 virksomhed har fået forbud mod markedsføring af fødevarer som økologiske.

Ved 67 delresultater er der konstateret bagatelagtige overtrædelser og der er givet 170 vejledninger i forbindelse med kampagnen. En overvejende del af de bagatelagtige overtrædelser er givet for mangelfulde skriftlige økologiprocedurer.

Opfølgende kontrol er ikke en del af kampagnen; dog er det værd at bemærke, at der ved første opfølgning er 33 virksomheder som har rettet op og overholder reglerne, 2 virksomheder er sanktioneret med en ny indskærpelse og 2 virksomheder er politianmeldt.



Figur 1. Overblik over den samlede regelefterlevelse i kontrolkampagnen i procent. Resultat 1: Ingen anmærkninger. Resultat 2: Indskærpelse. Resultat 3: Forbud eller påbud.

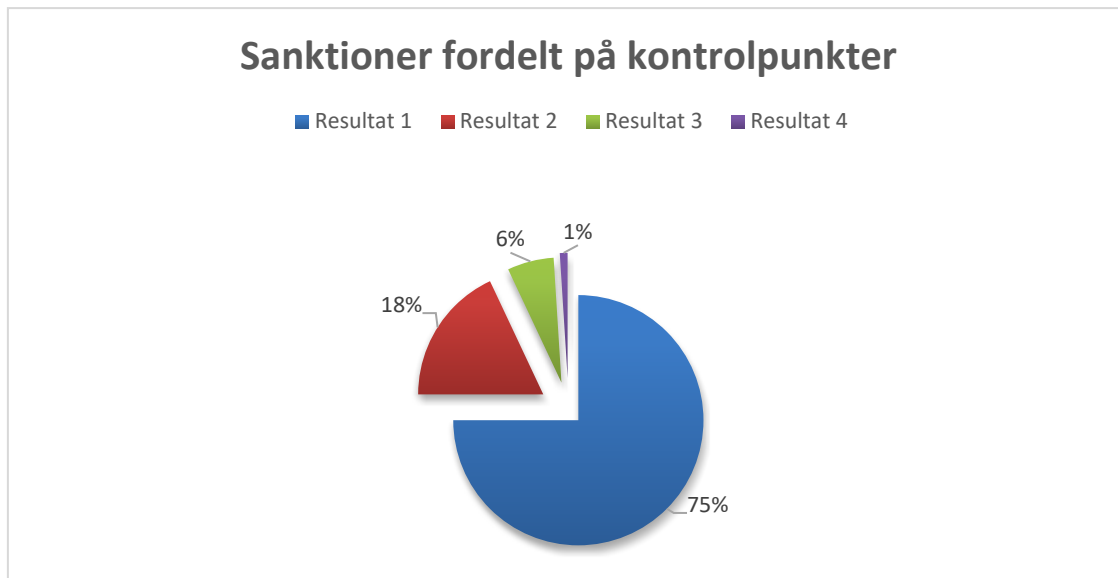
I denne kampagne er der kontrolleret 1 lovgivningsområde og 2 kontrolpunkter der igen fordeler sig på flere delresultater. De 2 kontrolpunkter er Økologiregnskab og Skriftlige økologiegenkontrol procedurer.

38 virksomheder er sanktioneret og sanktionerne fordeler sig på 45 delresultater. Det betyder, at der ved nogle kampagnebesøg er konstateret mere end én sanktion.

Sanktionerne fordeler sig således: 18 % for reglerne vedr. udarbejdelse af økologiregnskab og 6,7 % for overtrædelse af reglerne vedr. skriftlige procedurer. Begge områder omfatter en række detailregler og dermed også flere delresultater.

Det svarer i antal til, at 35 delresultater med sanktion skyldes mangler i virksomhedernes økologiregnskab, og 10 delresultater skyldes at virksomhedernes skriftlige økologiprocedurer om regnskab ikke har været dækkende.

Herunder ses en fordeling i antal kontrolpunkter.

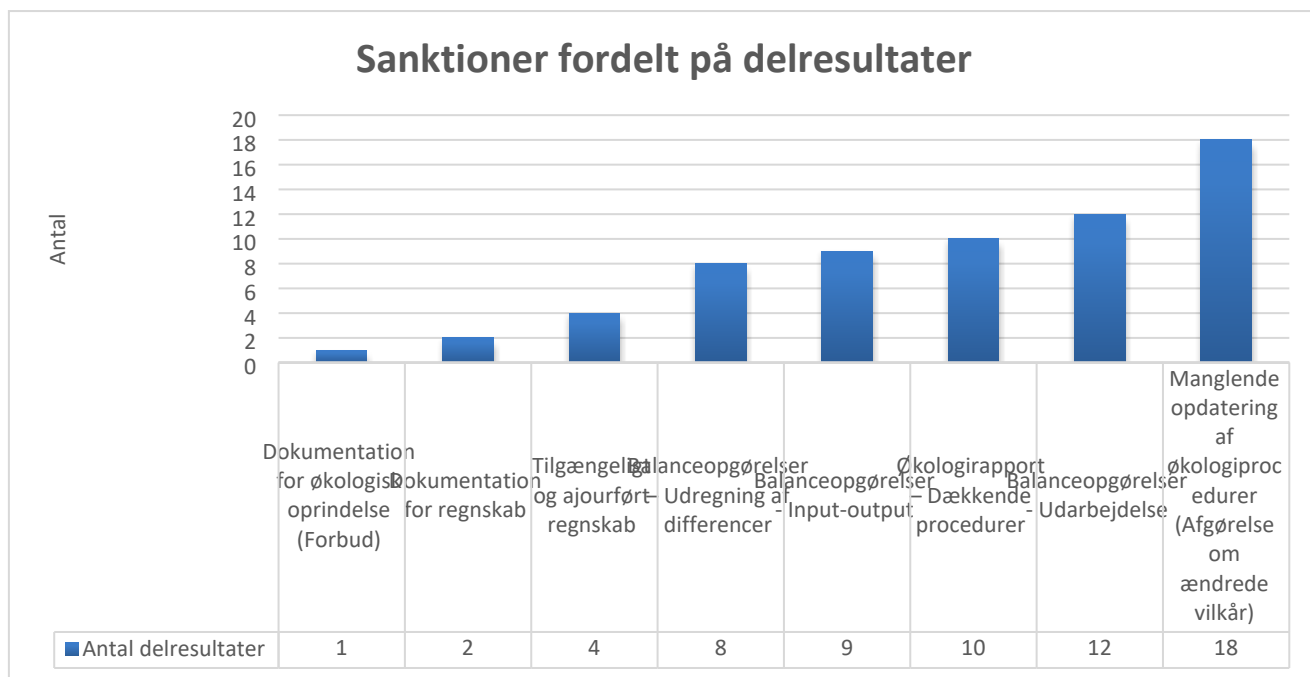


Figur 2. Overblik over sanktioner fordelt på kontrolpunkter i procent. Resultat 1: Ingen anmærkninger. Resultat 2: Indskærpelse - Økologiregnskab. Resultat 3: Indskærpelse - Skriftlige procedurer. Resultat 4: Forbud

Søjlediagrammet viser en fordeling af sanktioner på delresultater.

Desuden vises antallet af virksomheder, hvor de skriftlige økologiprocedurer for regnskab ikke var tilstrækkeligt opdateret i forhold til de nuværende krav til udformning (sidste

søjle). Dette udløste ikke en sanktion, men Fødevarestyrelsen vil følge op ved kommende kontrolbesøg.



Figur 3. Overblik over sanktioner fordelt på delresultater i antal. Søjle 1: Forbud. Søjle 2, 3, 4, 5, 6 og 7: Indskærpelse. Søjle 8: Ingen anmærkninger, Afgørelse om ændrede vilkår.

Kampagnen rettede sig mod virksomheder, der tilbereder økologiske fødevarer og samlet set er 139 ud af 149 kampagnekontroller foretaget i virksomheder af den type. Den branche, hvor flest kampagnekontroller er foretaget, er virksomheder med fremstilling af vegetabiliske produkter.

Kampagnebesøg og sanktioner fordelt på branche

Branche	Antal kontrolbesøg	Antal sanktioner
Specialforretning - Bager m.v.	4	1
Dagligvareforretning uden/med begrænset behandling	2	2
Specialforretning - Delikatesse, specialiteter m.v. med behandling	7	2
Specialforretning - Slagter m.v.	6	1
Serveringsvirksomhed - Restauranter m.v.	4	2
Serveringsvirksomhed - Uden behandling	1	0
Catering med levering til detailvirksomheder (detail med engros)	2	0
Fremstilling af animalske produkter - Kød	15	2
Fremstilling af animalske produkter - Fisk og muslinger m.v.	2	1
Fremstilling af vegetabiliske produkter mv. evt. med indhold af forarbejdede animalske produkter	69	14
Fremstilling af animalske produkter - Mælk og ost	10	1
Fremstilling af animalske produkter - Æg	3	3
Fremstilling af drikkevarer m.v.	10	4
Fremstilling af kosttilskud, tilsætningsstoffer m.v.	5	2
Lager/lagerhotel og evt. engroshandel - Uden køl/frost	8	3
Lager/lagerhotel og evt. engroshandel - Med køl/frost	1	0
I alt	149	38

Figur 4. Fordeling af kampagnekontrol og sanktioner på brancheniveau.

METODE

Kampagnen er gennemført i perioden fra 1. januar til 30 juni 2025, hvor Fødevarestyrelsen har udført 149 kampagnekontroller.

Kampagnens kontrolmetode har fulgt en bestemt rækkefølge. Der er først taget udgangspunkt i virksomhedens balanceopgørelser, dernæst løbende registreringer, der ligger til grund for balanceopgørelserne, og til sidst de bilag, der ligger til grund for de løbende registreringer. Kontrollen har været en stikprøve, hvor der er udvalgt 1-2

råvarer og færdigvarer, som er fulgt igennem regnskabet. Fødevarestyrelsen har blandt andet kontrolleret, at der har været råvarer nok til rådighed til den mængde færdigvarer, der er færdigmeldt. Vi har kontrolleret lageroptælling, partidokumenter, produktionsregistreringer og dokumentation for svind og spild. Vi har gennemgået virksomhedens skriftlige økologiprocedurer for regnskab. Her har vi sikret, at virksomhedens beskrivelser lever op til kravene således at virksomhedens håndtering af balanceopgørelserne er dækkende.

Kontrolbesøgene kunne gennemføres uanmeldt eller anmeldt.

Hos 100 % økologivirksomheder er alle kampagnekontroller varslet både telefonisk og skriftligt minimum 14 dage forud for kontrol dato. Virksomheder med 100 % økologi skal ikke opstille periodevis balanceopgørelser, men kun udarbejde balanceopgørelser på anmodning.

Forud for kampagneperiodens start er der udsendt pressemeddelelse. Desuden har Fødevarestyrelsen orienteret erhvervet ved møde i dialoggruppe for økologiske fødevarer i august 2024, ligesom kampagnen er offentliggjort på Fødevarestyrelsens hjemmeside.

Kampagnen var relevant i alle virksomheder, hvori der stilles krav om opstilling af økologibalanceopgørelser. Fødevarestyrelsens registreringer til brug for virksomhedens økologicertifikat, har været anvendt ved udpegning af virksomheder til denne kampagne.