



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 8/2018

Hillumerkingar jurtavara

I.

Erindið

Mál þetta hófst með erindi Samtaka afurðastöðva í mjólkuriðnaði, hér eftir SAM, dags. 29. ágúst 2017. Í erindinu var þess óskað að Neytendastofa brygðist við villandi auglýsingum og markaðssetningu matvæla, þar sem orðstír vöruheita mjólkur og mjólkurafurða sé hagnýttur með villandi hætti.

SAM telji að óheimilt sé að markaðssetja vörur undir heitum mjólkur og mjólkurafurða og bendi á að í lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu séu ákvæði um að matvæli skuli ekki markaðssett þannig að beitt sé blekkingum, villandi viðskiptaháttum eða að orðstír vöruheitis sé hagnýtt með ósanngjörnum hætti, sbr. t.d. 9., 14. og 15. gr. laganna.

SAM hafi veitt athygli auglýsingum og hillumerkingum í verslunum þar sem vörur séu ranglega markaðsfærðar með vörulýsingum sem vísi beint og óbeint til mjólkur og mjólkurvöru. Nokkur dæmi um blekkjandi auglýsingar og hillumerkingar fylgi bréfinu.

Mjólk og mjólkurvörur séu skilgreindar á alþjóðamarkaði samkvæmt ákvörðunum Codex Alimentarius, sem sé alþjóðleg samstarfsnefnd 180 landa, stofnuð af Matvæla- og landbúnaðarstofnun og Alþjóðaheilbrigðisstofnun Sameinuðu þjóðanna. Íslenskar skilgreiningar á mjólk og mjólkurafurðum séu staðfestar í reglugerð nr. 851/2012, um mjólkurvörur.

Neytendastofa fari með eftirlit vegna laga nr. 57/2005. Verslanir auglýsi og hillumerki vörur með því að nota nöfnin mjólk, jógúrt og smjör fyrir jafn ólíkar vörur og möndlusoð, hafragraut og súkkulaðiálegg. SAM telji slíkar auglýsingar og hillumerkingar brjóta gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 og hvetji Neytendastofu til að stöðva svo villandi viðskiptahætti.

Hinn 20. september 2017 bárust Neytendastofu viðbótargögn með ljósmyndum úr verslunum Hagkaups, Krónunnar, Bónus og Nettó með hillumerkingum sem erindi SAM snúi að.



Í bréfinu er tekið fram að um dæmi sé að ræða, þetta séu ekki myndir af öllum hillumerkingum sem SAM telji að séu villandi.

Einnig skuli tekið fram að SAM hafi ekki kannað hillumerkingar í öllum verslunum landsins. Merkingar í ofangreindum verslunum séu einungis teknar sem dæmi um villandi merkingar, SAM hafi enga ástæðu til að ætla að hillumerkingar í ofangreindum verslunum sé verri en almennt gerist hér á landi. Af þeim sökum hvetji SAM Neytendastofu til að kanna einnig merkingar í öðrum verslunum.

II. Málsmeðferð

1.

Erindi SAM var sent Hagkaup, Krónunni, Bónus og Samkaup til umsagnar með bréfum, dags. 10. október 2017. Með bréfunum fylgdu erindi SAM og ljósmyndir teknar úr hverri verslun. Í bréfunum kom fram að Neytendastofa teldi ákvæði 5. og 8. gr. laga nr. 57/2005 einnig geta átt við um erindið.

Svar Bónus barst með tölvubréfi, dags. 12. október 2017, þar sem fram kom að gerðar yrðu breytingar á öllum merkingum.

Svar Samkaup barst með tölvubréfi, dags. 23. október 2017, þar sem fram kom að merkingum yrði breytt og þess hafi verið óskað við birgja að þeir uppfærðu upplýsingar á vörum sínum.

Svar Krónunnar barst með tölvubréfi, dags. 24. október 2017, þar sem fram kom að Krónan leitist við að eiga samskipti við neytendur á þeirra forsendum og notast sé við málvenjur og almennt málfar. Krónan telji að það orðalag sem notast hafi verið við í versluninni hingað til, og reyndar almennt á Íslandi, sé frekar til að hjálpa neytendum heldur en að rugla eða vera villandi. Í seinni tíð hafi áhugi neytenda vaxið um margskonar jurtaafurðir sem þeir gætu notað í stað hefðbundinnar mjólkurvöru og hafi Krónan lagt sig fram við að mæta þeim þörfum.

Krónan telji að kvörtun SAM eigi ekki við og muni ekki þjóna neytendum.

Bent sé á nokkur dæmi sem hafi verið notuð í íslensku máli í áratugi eins og hnetusmjör og kókosmjólk. Hvað þau nöfn varði vísi Krónan til Íslenskrar orðabókar frá Bókaútgáfu Menningarsjóðs.

2.

Með bréfi Neytendastofu til Matvælastofnunar, dags. 30. október 2017, óskaði Neytendastofa eftir afstöðu Matvælastofnunar til málsins.



Með bréfum Neytendastofu, dags. 2. nóvember 2017, til aðila málsins var þeim tilkynnt að stofnuninni hafi borist ýmis sjónarmið sem hún teldi þörf á að leita afstöðu Matvælastofnunar um og hafi það verið gert.

Svar Matvælastofnunar barst með bréfi, dags. 30. nóvember 2017. Þar segir að reglugerð nr. 851/2012, um mjólk og mjólkurvörur, fjalli um eftirlit með frumframleiðendum og skilgreiningar á mjólk og mjólkurvörum og merkingum þeirra. Mjólk sé samkvæmt reglugerðinni kúamjólk sem fengin sé við reglubundnar mjaltir og ætluð til manneldis. Ekki sé hægt að ráða af reglugerðinni að hún verndi sérstaklega heitin mjólk, rjómi, smjör, ostur, jógúrt eða önnur hugtök sem skilgreind séu í reglugerðinni. Hún skilgreini aðeins hvað felist í hugtökunum gagnvart efnisreglum reglugerðarinnar.

Reglugerð nr. 1308/2013/EB, eins og nýfallinn dómur Evrópudómstólsins í máli C-422/16 staðfesti, kveði á um að heitið mjólk skuli eingöngu notað fyrir dýramjólk og að tiltekin heiti afurða úr mjólk, s.s. rjómi, smjör, ostur og jógúrt séu frátekin fyrir afurðir úr dýramjólk nema í sérstökum undantekningartilvikum. Þessi reglugerð sé ekki hlut af EES samningnum og hafi því ekki verið innleidd hér á landi og ekki sé líklegt að það verði gert.

Af ofangreindu megi vera ljóst að regluverkið sem gildi um notkun heitanna sem um ræði sé ólíkt hér á landi og í Evrópusambandinu. Hér á landi feli regluverkið ekki í sér að umrædd heiti séu frátekin fyrir afurðir úr dýramjólk en í Evrópusambandinu séu þau það.

Í 2. mgr. 18. gr. laga nr. 93/1995 komi fram að óheimilt sé að villa um fyrir neytendum með merkingu, auglýsingu og framsetningu matvæla, þar með talið lögun þeirra, útliti eða umbúðum og umbúðarefni, hvernig þeim sé fyrir komið og í hvaða umhverfi þau séu sýnd, sem og upplýsingum sem séu veittar um þau. Ákvæði þetta sé tekið beint upp úr reglugerð nr. 178/2002/EB og sé því samhljóða hér á landi og í Evrópusambandinu. Þetta ákvæði sé enn frekar útfært í reglugerð nr. 1169/2011/EB, um miðlun upplýsinga um matvæli, sem innleidd var hér á landi með reglugerð nr. 1294/2014. Reglugerðinni sé ætlað að tryggja öfluga neytendavernd í tengslum við matvælaupplýsingar. Matvælaupplýsingar séu skilgreindar í reglugerðinni sem upplýsingar sem varði matvæli og séu gerðar tiltækilegar fyrir lokaneytendur með merkimiða, öðru fylgiefni eða með öðrum aðferðum, þ.m.t. nútímataekni eða munnlega. Samkvæmt álitum Matvælastofnunar falli hillumerkingar í verslunum undir skilgreininguna á matvælaupplýsingum og skuli uppfylla þau skilyrði sem almennt gildi um þær. Samkvæmt 7. gr. reglugerðarinnar skuli matvælaupplýsingar ekki vera villandi einkum að því er varði sérkenni matvæla og eðli þeirra, auðkenni, eiginleika, samsetningu, magn, geymsluþol, upprunaland, framleiðsluáferð eða framleiðslu.

Hvað varði notkun heitanna sem hér um ræði telji Matvælastofnun að fyrst og fremst þurfi að huga að því hvort að notkun á þeim í upplýsingum sem gefnar séu um matvæli geti verið villandi fyrir neytendur. Þar sem hefð sé fyrir því hér á landi að heitin mjólk, rjómi, smjör, ostur, jógúrt



o.s.frv. séu ein og sér notuð yfir kúamjólk og ákveðnar afurðir hennar myndi Matvælastofnun álíta það villandi að kalla afurðir/vörur sem ekki uppfylla skilgreiningar í reglugerð um mjólkurvörur, þessum heitum. Stofnunin telur að séu þessi heiti notuð án frekari skýringa geri neytendur ráð fyrir þeim vörum sem skilgreinar séu í reglugerð um mjólkurvörur, þ.e. kúamjólk og afurðum úr henni. Hins vegar geti stofnunin ekki séð að neitt sé því lagalega til fyrirstöðu að kalla vörur heitum eins og kókosmjólk, möndlusmjör, hnetusmjör, jurtarjómi o.s.frv. ef markaðssetning og matvælaupplýsingar geti ekki á neinn hátt talist villandi fyrir neytendur s.s. hvað varði eðli vöru.

Í þessu samhengi megi einnig benda á ákvæði viðauka VI. við reglugerð nr. 1169/2011/EB, um matvælaupplýsingar, þar sem fram komi að þegar um sé að ræða matvæli, þar sem efnisþættir eða innihaldsefni sem neytendur búist við að séu venjulega notuð eða séu á náttúrulegan hátt fyrir hendi, hafi verið skipt út fyrir annan efnisþátt eða innihaldsefni, skuli vera á merkingunni, auk listans yfir innihaldsefnin, skýr tilgreining á efnisþættinum eða innihaldsefninu sem var notað að hluta eða öllu leyti í staðinn. Dæmi um þetta gæti verið pítsa sem hafi ekki hefðbundinn ost. Neytendur geri ráð fyrir að á pítsu sé ostur úr kúamjólk. Sé notað annarskonar innihaldsefni, s.s. einhverskonar jurtaafurð, í stað hefðbundins osts, sé ekki nóg að það komi fram í lista yfir innihaldsefni heldur þurfi einnig að fylgja upplýsingar um að pítsan sé með t.d. „jurtaosti“ eða tengt heiti vörunnar.

Í mörgum tilfellum sé orðstír, þekking neytenda á mismunandi tegundum kúamjólkurafurða og hefðbundinni notkun þeirra, nýtt við markaðssetningu á vörum úr jurtaríkinu sem ætlað sé að nota á svipaðan hátt. Margar þessar vörur séu einmitt notaðar sem staðgenglar fyrir hefðbundnar mjólkurvörur af neytendum sem ýmist þurfi eða kjósi að neyta ekki kúamjólkurafurða. Það sé þó álit stofnunarinnar að sú löggjöf, er varði matvæli og gildi hér á landi komi ekki í veg fyrir að heiti sem venjulega séu tengd kúamjólk og afurðum hennar séu notuð sem hluti af lengri heitum á jurtaafurðum svo lengi sem upplýsingarnar eða framsetning varanna geti ekki talist villandi.

Að lokum megi benda á að margar þær jurtavörur sem um ræði beri ekki heiti eins og „jurtamjólk“, „jurtaostur“ o.s.frv. þ.e. framleiðendur markaðssetji vörunar ekki undir slíku heiti. Enda sé slíkt oft ekki leyfilegt í framleiðslulandinu, ef vörunar séu upprunnar í Evrópusambandinu. Sumar íslenskar verslanir kjósi hins vegar, við hillumerkingar, að nota slík heiti yfir vörunar þ.e. að nota heiti eins og „jurtamjólk“ á meðan framleiðandi markaðssetur vöruna sem „jurtadrykk“. Mögulega gæti það sem slíkt talist villandi/misvísandi. Réttara væri að verslanir kalli vörunar þeim nöfnum sem framleiðandi hafi gefið þeim við hillumerkingar, þ.e. þýði heitin beint.

3.

SAM var sent álit Matvælastofnunar til umsagnar með bréfi Neytendastofnu, dags. 29. janúar 2018, og félaginu gefinn kostur á að koma að skýringum eða athugasemdum.



Svar barst með bréfi, dags. 9. mars 2018, þar sem segir að SAM séu sammála því álitni Matvælastofnunar að „[...] lög og reglur banni ekki með beinum hætti notkun [...]“ hefðbundinna vöruheita mjólkurafurða yfir ólíkar jurtavörur. SAM harmi að íslenskir neytendur njóti ekki sömu beinu verndar gegn mismunun á vöruheitum mjólkurafurða og neytendum í Evrópusambandinu eru tryggð. Hvetji SAM Neytendastofu til að benda ráðherra neytendamála á þá mismunun sem íslenskir neytendur verði að þola og óska eftir úrbótum.

Kvörtun SAM sé vegna villandi auglýsinga og markaðssetningar matvæla þar sem orðstír vöruheita mjólkur og mjólkurafurða sé hagnýttur með villandi hætti. Ekki vegna vöruheita sem séu frátekin fyrir afurðir úr dýramjólk eingöngu.

Í bréfinu er tekið undir með Matvælastofnun að það sé hefð á Íslandi að heitin mjólk, rjómi, smjör, ostur, jógúrt o.s.frv. séu notuð yfir kúamjólk og ákveðnar afurðir úr henni og að villandi sé að nota vöruheitin um vörur sem uppfylli ekki skilyrði í reglugerð um mjólkurvörur.

Einnig taki SAM undir þá ábendingu Matvælastofnunar að villandi/misvísandi geti verið að beita hillumerkingum sem markaðssetji vörur undir öðrum vöruheitum en vörurnar séu framleiddar undir.

SAM telji að mjólk og mjólkurvörur hafi mjög jákvæða ímynd í hugum íslenskra neytenda, ímynd sem tengist hreinleika, hollustu og að vara sé náttúruleg og án aukaefna. Jákvæð ímynd mjólkur og mjólkurvara byggist einnig á „Ráðleggingum um mataræði“ sem gefnar séu út af Embætti landlæknis á Íslandi, en í ráðleggingunum segi m.a. um mjólk og mjólkurvörur:

„Mjólk og mjólkurvörur innihalda mikilvæg næringarefni á borð við prótein, kalk, jod og önnur stein- og snefilefni.

Stærsti hluti jods í fæði hér á landi kemur úr mjólkurvörum og fiski. Lítil kalkneysla, samhliða lágu gildi D-vítamíns í blóði, tengist minni beinþéttni. Á hinn bóginn er mikil mjólkurneysla ekki æskileg því þá eru líkur á að fæðið verði einhæft og skorti trefjar og önnur holl efni. Eins tengist of mikil kalkneysla auknum líkum á krabbameini í blöðruhálskirtli.

Ráðlagt er að velja sem oftast fituminni, ósykraðar eða lítið sykraðar mjólkurvörur án sætuefna.

- *Hæfilegt magn eru tvö glös, diskar eða dósir af mjólk eða mjólkurvörum á dag (500 ml).*
- *Ostur getur komið í stað annarra mjólkurvara að hluta til. Einn skammtur af mjólkurvörur jafngildir 25 g af osti. Ein keypt ostsneið er 15 g en ostsneið skorin heima er oft um 10 g.“*

SAM telji skýrt að Embætti landlæknis sé ekki að fjalla um iðnaðarframleiddar eftirlíkingar mjólkurafurða þegar embættið fjalli um næringarefni í mjólkurvörum og hvetji til neyslu tveggja glasa, diska eða dósar af mjólkurvörum á dag. Ljóst sé að embættið sé ekki að hvetja til neyslu á 500 ml á dag af hafrasoði, möndluseyði eða hafragraut undir nafni jógúrts. Þaðan af síður sé Embætti landlæknis að hvetja til neyslu á 500 ml á dag af súkkulaðismjórinu Nutella, eins og algeng hillumerking sýni.



Opinberar ráðleggingar um lýðheilsu íslensku þjóðarinnar hvetji til neyslu mjólkur og mjólkurafurða vegna hollustu varanna. SAM telji nauðsynlegt að komið verði í veg fyrir að neytendur séu blekkir til að versla iðnaðarframleiddar eftirlíkingar mjólkurafurða, með villandi merkingum er nýti jákvæða ímynd íslenskra mjólkurafurða sem meðal annars byggir á ráðleggingum um neyslu mjólkurafurða frá Embætti landlæknis.

4.

Með bréfum Neytendastofu, dags. 5. apríl 2018, var Hagkaup, Bónus, Krónunni og Samkaup gefinn kostur á að koma að skýringum eða athugasemdum við sérfræðiálit Matvælastofnunar og svarbréf SAM.

Ekkert svar barst.

Með bréfum Neytendastofu, dags. 4. maí 2018, tilkynnti stofnunin aðilum málsins um lok gagnaöflun.

5.

Þann 14. maí 2018 barst Neytendastofu tölvubréf frá Hagkaup þar sem óskað var eftir að koma að frekari sjónarmiðum. Í tölvubréfinu sagði að Hagkaup hafi strax breytt merkingum sem taldar hafi verið villandi. Hagkaup telji þó að með því að búa til ný nöfn á vörur eins og möndlumjólk eða hrísmjólk sem yrðu þá drykkur eða vökvi geti verslunin eins verið að villa um fyrir neytendum og þeim aðilum sem leiti eftir slíkum vörum vegna t.d. ofnæmis. Það megi einnig halda því fram að neytendur þessara vara þekki þær ekki undir öðrum nöfnum en komi fram á umbúðum.

Það megi örugglega setja fram mörg sjónarmið og fullyrðingar um hollustu og óhollustu þessara vara en það breyti því ekki að það séu neytendur sem hafi síðasta orðið. Ef ekki hafi komið fram alvarlegar ásanir frá þeim telji Hagkaup ekki að verið sé að villa um fyrir neytendum með því að kalla vöru sama nafni og fram komi á umbúðum.

6.

Tölvubréf Hagkaup var sent SAM til upplýsingar með bréfi Neytendastofu, dags. 28. maí 2018. Í bréfinu kom fram að vænta mætti ákvörðunar í málinu innan fárra vikna.

III.

Niðurstaða

1.

Mál þetta snýr að kvörtun Samtaka afurðastöðva í mjólkuriðnaði (SAM) yfir hillumerkingum og markaðssetningu fjögurra verslana á jurtavörum þar sem notast er við afurðarheiti mjólkur



og mjólkurvara. Kvörtunin beindist að Bónus, Hagkaup, Krónunni og Nettó en í erindi kom fram að ekki væri um tæmandi talningu að ræða og þær ljósmyndir sem fylgdu erindinu ekki tæmandi um þær vörur sem kvörtunin gæti náð til. SAM heldur því fram að með því að nýta góðan orðstír mjólkur og mjólkurvara við hillumerkingar og markaðssetningu á jurtavörum séu neytendum veittar villandi upplýsingar sem brjóti gegn 9., 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Af hálfu Neytendastofu hefur verið bent á að ákvæði 5. og 8. gr. laga nr. 57/2005 geti einnig átt við um erindið. Þá hefur SAM vísað til reglugerðar nr. 851/2012, um mjólkurvörur, reglugerðar nr. 1308/2013/EB auk dóms Evrópudómstólsins í máli nr. C-422/16 til staðfestingar þess að óheimilt sé að notast við afurðaheiti mjólkur og mjólkurvara við markaðssetningu jurtavara.

Í svörum aðila málsins hefur því verið hafnað að veittar séu villandi upplýsingar um eðli eða innihald jurtavaranna þannig að neytendur geti talið að um dýraafurðir sé að ræða.

Neytendastofa aflaði sérfræðiálits frá Matvælastofnun vegna málsins þar sem kom m.a. fram að tilvísuð reglugerð nr. 1308/2013/EB sé ekki hluti EES samningsins og hafi því ekki gildi hér á landi. Það sé álit stofnunarinnar að þekking neytenda á mismunandi tegundum kúamjólkurafurða og hefðbundinni notkun þeirra sé nýtt við markaðssetningu á vörum úr jurtaríkinu þar sem þeim sé gjarnan ætlað að koma í stað mjólkurvara. Í mörgum tilvikum merki framleiðendur vörunar ekki með heitum á borð við jurtamjólk eða jurtaostur þar sem lagareglur framleiðslulands heimili ekki slík heiti en sumar íslenskar verslanir kjósi hins vegar við hillumerkingar að nota slík heiti. Mögulega geti slíkt talist villandi og réttara væri að kalla vörunar þeim nöfnum sem framleiðandi hafi gefið þeim.

2.

Í 5. gr. laga nr. 57/2005 er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fer fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Ákvæði 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 er svohljóðandi:

„Viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Viðskiptahættir sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa eru alltaf óréttmætir.“

Ákvæðinu er, skv. umfjöllun í greinargerð, ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða skv. ákvæðinu er litið til þess hvort háttsemin geri það að verkum að hinn almenni neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.



Í 9. gr. er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur, t.d. með almennri framsetningu þó gefnar séu upp réttar staðreyndir, eða ef neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Í a.–g. lið málgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Í erindi SAM var ekki vísað til tiltekinna stafliða 1. mgr. 9. gr.

Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segir í 14. gr.:

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Í 15. gr. laganna er fjallað um að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinauta eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Í umfjöllun um ákvæðið segir t.d. að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrðir að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð og falli því undir ákvæði laganna. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. liðum 2. mgr. 15. gr. Í erindi SAM var ekki vísað til tiltekinna stafliða 2. mgr. 15. gr.

3.

Af þeim ljósmyndum sem fylgdu erindi SAM má sjá að mjög algengt er við hillumerkingar að orðunum mjólk, smjör, jógúrt, rjómi eða ostur er bætt aftan við það jurtaheiti sem varan er framleidd úr, t.d. möndlumjólk, hnetusmjör, hafrajógúrt, sojarjómi eða jurtaostur. Þó eru einnig dæmi þess að öðrum almennari orðum er bætt framan við t.d. sprauturjómi eða þeytirjómi eða að íslensku afurðaheiti mjólkurvara er bætt aftan við erlent vöruheiti t.d. Oatly smurostur eða Oatly sýrður rjómi. Að lokum má nefna að af ljósmyndunum má sjá að í sumum verslunum er nokkuð um að notast sé að fullu við erlent heiti vörunnar við hillumerkingu án þess að íslensku heiti sé þar bætt við. Þess skal þó getið að samkvæmt svörum allra fjögurra verslana voru strax gerðar umbætur á þeim hillumerkingum sem talist gætu villandi fyrir neytendur.

Reglugerð nr. 1308/2013/EB hefur ekki verið innleidd hér á landi og samkvæmt ákvörðun sameiginlegu EES-nefndarinnar nr. 40/2016 frá 5. febrúar 2016 er reglugerðin aðeins að hluta til tekin upp í EES-samninginn. Þannig eru aðeins tekin upp í EES-samninginn þau ákvæði reglugerðarinnar sem snúa að víni. Önnur ákvæði reglugerðarinnar, þ.m.t. þau sem snúa að



mjólk og mjólkurvörum sem og frátekt afurðarheita mjólkur, hafa þannig ekki verið tekin upp í EES-samninginn. Ákvæði reglugerðarinnar eða þau sjónarmið sem fram koma í dómi Evrópudómstólsins í máli nr. C-422/16 koma því ekki til álita í máli þessu.

Í lögum nr. 57/2005 er ekki að finna bann við notkun afurðaheita sem fram koma í reglugerð nr. 1294/2014 til auðkenningar á jurtavörum og því verður að fara fram mat á því hvort um villandi eða óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða sem eru til þess fallnir að hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda eða eftirspurn.

Neytendastofa tekur undir það sjónarmið sem fram kemur í álitum Matvælastofnunar að afurðaheitin mjólk, smjör, ostur, jógúrt, rjómi o.s.frv. ein og sér veði þau hughrif hjá hinum almenna neytanda að um dýraafurð sé að ræða, nánar tiltekið vöru unna úr kúamjólk. Notkun á þessum heitum einum og sér fyrir jurtavörur væri því að mati stofnunarinnar villandi fyrir neytendur og hefði þannig áhrif á fjárhagslega hagsmuni þeirra auk þess að hafa áhrif á eftirspurn. Í gögnum málsins hefur ekki verið sýnt fram á að nokkur verslananna merki jurtavörur með afurðaheiti mjólkurvara án forskeytis eða annarra skýringa.

Kemur þá til álita hvort notkun forskeyta samhliða afurðaheitum mjólkur teljist villandi eða ósannjarnt gagnvart neytendum eða til þess fallið að hafa áhrif á eftirspurn. Í þessu sambandi telur Neytendastofa að meta verði viðskiptahættina í hverju tilviki eftir því hvernig forskeyti er valið eða merking að öðru leyti. Að mati stofnunarinnar er hinn almenni neytandi upplýstur um að vara sem ber merkingu þar sem jurtaheiti er skeytt framan við afurðaheiti mjólkur, t.d. möndlumjólk, hnetusmjör, hafrajógúrt, sojarjómi eða jurtaostur, sé ekki dýraafurð og að varan sé unninn úr því hráefni sem tilgreint er í forskeytinu. Telur stofnunin það eiga við um neytendur hvort sem þeir vilja neyta dýraafurða eða kjósa jurtaafurðir. Þá verður stofnunin að fallast á að nokkur málhefð er orðin fyrir þeim heitum á vörunum.

Að sama skapi telur stofnunin að í þeim tilvikum sem öðru almennara forskeyti hefur verið bætt framan við afurðarheiti mjólkur sem almennt tíðkast ekki að notað sé fyrir mjólkurafurðir, t.d. sprauturjómi og þeytirjómi, feli ekki í sér villandi viðskiptahætti gagnvart neytendum eða að áhrif séu höfð á eftirspurn eftir vörum.

Neytendastofa telur notkun hillumerkinga þar sem erlent heiti vöru er tekið beint upp geti ekki talist villandi í skilningi laga nr. 57/2005. Skal í þessu sambandi tekið fram að mál þetta snýr aðeins að hillumerkingum og kynningu verslana á jurtavörum en ekki koma til álita merkingar eða útlit umbúða matvörunnar. Kvörtun SAM lítur ekki að umbúðum á vörunum auk þess sem tekið er á þeim í lögum nr. 93/1995, um matvæli.

Að lokum skal litið til þeirrar tegundar hillumerkinga þegar heiti vöru er fylgt eftir með íslensku afurðarheiti mjólkurvara til skýringa á því hvernig vöru er um að ræða, t.d. Oatly smurostur og Oatly sýrður rjómi. Í framangreindu dæmi ber varan heitið Oatly sem vísar til þess að um er að ræða vöru sem unnin er úr höfrum (e. oats). Þegar litið er til þess að heiti vörunnar, sem lýsir



innihaldi hennar þrátt fyrir að vera á ensku, kemur fram samhliða íslensku afurðarheiti mjólkur sem og að teknu tilliti til þess að jurtavörur eru, samkvæmt þeim ljósmyndum sem fylgdu erindi SAM, almennt ekki staðsettar samhliða kúamjólkurafurðum í verslunum telur Neytendastofa að neytendum dyljist ekki að hér sé um jurtavöru að ræða. Hillumerkingarnar eru því ekki villandi eða ósanngjarnar gagnvart neytendum og hafa ekki áhrif á eftirspurn.

Með vísan til alls ofangreinds telur Neytendastofa gögn málsins ekki sýna fram á að neytendum séu veittar villandi, rangar eða ófullnægjandi upplýsingar um jurtavörur með hillumerkingum eða annarri markaðssetningu sem að hluta til vísa til afurðaheita mjólkurvara. Óháð því hvort framleiðandi velji vörunni slíkt heiti eða taki það fram á umbúðum vörunnar fær Neytendastofa, með vísan til þess sem að framan greinir, ekki séð að neytendum séu veittar villandi eða rangar upplýsingar. Af þeim ljósmyndum sem fylgdu erindi SAM eru hillumerkingarnar skýrar um það til hvaða vöru þær vísa og nokkuð ljóst að með íslenskum afurðarheitum mjólkur samhliða heiti vörunnar eða á eftir forskeyti um jurtagrund er þekking neytenda á eðli og einkennum einstakra mjólkurvara nýtt til þess að neytendur geti áttað sig á tegund jurtavörunnar og til staðgöngu hvaða mjólkurvöru hún getur komið. Þrátt fyrir að Embætti landlæknis mæli, vegna lýðheilsusjónarmiða, með neyslu kúamjólkur og að þekking neytenda á eðli og einkennum einstakra mjólkurvara sé nýtt til að lýsa einkennum jurtavöru getur Neytendastofa ekki fallist á að framsetning á jurtavörum í verslunum skv. þeim gögnum sem lögð hafa verið fram í málinu leiði til þess að orðstír mjólkurafurða sé nýttur með ósanngjörnum hætti. Þá fær stofnunin ekki séð að neytendur muni telja að neysla jurtavaranna leiði til þess ávinnings sem Embætti landlæknis hefur fjallað um að njóta megi af neyslu mjólkurvara.

Neytendastofa telur því, að svo stöddu og að teknu tilliti til þeirra tegunda merkinga sem til álita koma í máli þessu, ekki ástæðu til frekari aðgerða í málinu. Stofnunin telur að meta þurfi merkingar á hillumiðum verslana í hverju tilviki fyrir sig m.t.t. þeirra sjónarmiða sem fram hafa komið í ákvörðun þessari og því geti komið upp tilvik þar sem merkingar geti talist villandi.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Ekki er ástæða til aðgerða af hálfu Neytendastofu í máli þessu.“

Neytendastofa, 21. júní 2018

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir