



Partnerskab: Fonden Varefakta & MLDK

Det får du som medlem af MLDK



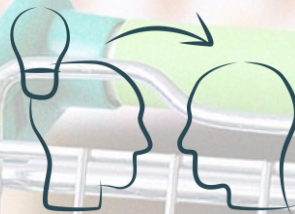
Hotline

Eksklusive gratis adgang til Varefaktas hotline.

Stil korte, afklarende spørgsmål inden for kategorierne fødevarer, nonfood-dagligvarer, dyrefoder og kosttilskud.

Hotlinen kan bruges til spørgsmål om fx:

- anprisninger og markedsføringsudsagn
- tolkning af gældende lovgivning og ny lovgivning.
- konkrete mærkningskrav.



Webinarer

Som medlem bliver du inviteret til faglige webinarer i samarbejde med Varefakta.

Vi dykker blandt andet ned i regulering af grønne claims, fremtidens mærkningsregler, myndighedernes fokusområder, ESG og dokumentationskrav i værdikæden.

Næste webinar er den 9. juni:
"Sådan kommunikerer du grønt uden greenwashing med varefakta".



Specialiseret rådgivning

Du kan også trække på Varefaktas fulde rådgivningskompetencer.

Vi hjælper virksomheder inden for fødevarer, nonfood-dagligvarer, kosttilskud og dyrefoder med at sikre, at produkter kan udvikles, lanceres og markedsføres uden regulatoriske overraskelser.



Det skal kunne mærkes

- i hverdagen.
Og for verden.

Klimakrisen, tabet af biodiversitet og et voksende krav om ansvarlig produktion betyder, at vi alle må gentænke, hvordan vi producerer, handler og vælger.

For varer sætter spor.

Fremtidens virksomheder skal tage ansvar – ikke blot i ord, men gennem handlinger, der både kan måles og mærkes.

Det er derfor, vi er her.

Varefakta har i mere end 60 år hjulpet virksomheder med at sikre, at varerne er i orden.

Fra fabrik til forbruger. Fra jord til bord.

Vi rådgiver og vejleder til bedre gennemsigtighed, mere troværdighed og større ansvarlighed. Til gavn for virksomheder. For forbrugere. Og for samfundet.

Vores værdier er de samme som altid, men vores ambitioner er grønnere end nogensinde.

Vi er her for at fremme ansvarlighed i fremtidens forbrug. For at gøre det lettere for alle at vælge det, der gør en mærkbar forskel.

I hverdagen. Og for verden.

Derfor skal du vælge Varefakta



+4515

Varefakta-mærkede varer i danske og udenlandske supermarkeder



+65

Års erfaring med mærkning af forbrugerprodukter



+15

Ekspertter står klar til at supportere og rådgive dig



Vi gør det komplekse enkelt

Du får rådgivning, der gør reglerne forståelige og mærkningen korrekt. Vi sikrer compliance og skræddersyede løsninger, der hjælper dig i mål – fra produktudvikling, emballage og dokumentation til deklaration, labels og markedsføring af produktet.



Varefakta-mærket viser, at du tager ansvar

Når dine fødevarer og nonfood-varer bærer Varefakta-mærket, sender du et klart signal om gennemsigtighed og troværdighed. Vi tjekker, at alt er i orden, derfor er fødevarer fritaget for Fødevarestyrelsens ordinære kontrol. Det styrker både jeres brand og position i markedet.



Vi hjælper dig med den grønne omstilling – hele vejen gennem værdikæden

Uanset om du arbejder med ESG, private label, eksport eller nye markeder, guider vi dig sikkert gennem krav, forbrugerforventninger og muligheder. Vi omsætter ambitioner til handling – med løsninger, der matcher din forretning og hele din værdikæde.

DAGENS AGENDA

- Indblik i de nye regler
- Praktisk håndtering af de nye regler
- Dagens formål: OBS på jeres markedsføring.



Nye skærpede krav kræver handling

- Flere grønne budskaber end nogensinde
 - Green hushing vs. Green washing
 - Øget fokus fra myndigheder
 - Nu bliver det et compliance-område – ikke kun marketing
- Mere fakta. Mindre greenwashing.
- Empowering Consumers for the Green Transition

REGLERNE KOMMER IKKE ET STED FRA

Hvordan hænger reglerne sammen i praksis?



EU-niveau

- EmpCo (greenwashing)
- UCP (vildledning)

Nationalt niveau

- Markedsføringsloven

Praksis og håndhævelse

- Forbrugerombudsmandens vejledning
- Afgørelse og sager
- Klagenævn og domstole

An aerial photograph showing a two-lane asphalt road that curves through a dense, vibrant green forest. To the right of the road, a calm body of water reflects the sky. A single white car is visible on the road, moving away from the viewer. The scene is captured from a high angle, emphasizing the natural beauty and tranquility of the landscape.

Markedsføringsloven

Tilføjelser til sortlisten (udvidelse af bilag 1):

- Udsagn om hele produktet eller virksomheden, når fordelene kun vedrører dele heraf.
- Fordele, der følger af lovgivningen.
- Generiske miljøanprisninger.
- Bæredygtighedsmærker.
- Klimaudsagn baseret på klimakompensation.

Implementeringsdato og overgangsperiode?

Skæringsdato: 27. september 2026

- Ingen eksplicit overgangsordning for emballage i forsyningskæden
- Stor usikkerhed om håndtering af eksisterende emballager

The ECGT Directive shall apply from 27 September 2026. From that date, traders will need to ensure that their environmental claims and sustainability labels in a business to consumer context comply with the new provisions, including for existing products.

- Kommissionen peger på praktiske løsninger (fx stickers eller supplerende information)
- National håndhævelse bliver afgørende





Billedet er genereret med AI

UNDERSØGELSE GENNEMFØRT AF OPINION FOR SVANEMÆRKET

Værdien i miljøudsagn hos forbrugeren

- 82 % af danske forbrugere mener at virksomheder ofte overdriver, hvor miljøvenlige deres produkter er.
- 79 % oplever at det er svært at vurdere om et produkt er et bedre valg for miljøet.
- 78 % er ofte irriterede over, at produkter markedsføres som "grønne" uden en god forklaring.

Hvad er "den gennemsnitlige forbruger"?

- Et centralt juridisk begreb i Direktivet om urimelig handelspraksis og EU-domstole

- Dom: C-646/22:

*"Begrebet "gennemsnitsforbruger" som omhandlet i dette direktiv skal defineres med henvisning til en almindelig **oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet forbruger**. En sådan definition udelukker imidlertid ikke, at en persons beslutningsevne ændres af en række begrænsninger, såsom kognitive forvridninger."*

- Det afgørende er ikke, hvad virksomheden **mener** at have sagt, men hvad den **gennemsnitlige forbruger med rimelighed kan forventes at forstå**.



EmpCo forbyder vage og generiske miljøanprisninger

Klimavenlig

CO2-neutral

God mod
planeten

Naturlig



EmpCo forbyder vage og generiske miljøanprisninger

Klimavenlig

Miljøvenlig
emballage



"Emballagen
består af 85 %
genanvendt plast"

CO2-neutral

God mod
planeten

Naturlig



Hvorfor er ordet ”bæredygtig” så udfordrende?

Bæredygtighed er et bredt begreb, der omfatter flere dimensioner end miljø.

Brundtlandrapporten definerer bæredygtig udvikling som:

"En udvikling, som opfylder de nuværende behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare."

Bæredygtighed bygger på tre dimensioner:

- **Miljømæssig bæredygtighed**
- **Social bæredygtighed**
- **Økonomisk bæredygtighed**



A close-up photograph of a person's hand holding a small, transparent globe of the Earth. The globe shows continents and oceans, with a bright light source behind it creating a lens flare effect. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting foliage.

Hvad er et bæredygtighedsmærke?

*”Ethvert **frivilligt** tillidsmærke, kvalitetsmærke eller tilsvarende, enten offentligt eller privat, der har til formål at **fremhæve og promovere et produkt, en proces eller en virksomhed under henvisning til deres miljømæssige eller sociale karakteristika eller begge**, og omfatter ikke nogen obligatorisk mærkning krævet i henhold til EU-retten eller national ret”*

- Bred definition jf. artikel 2 stk. 1 litra q
- Vi må afvente praksis
- Generisk miljøudsagn eller bæredygtighedsmærke → begge omfattet af EmpCo.

Et par eksempler på
bæredygtighedsmærker /
generiske miljøanprisninger



Sådan følger mærkningsordningerne med udviklingen



Fremtidsvisioner

Fra den 27. september 2026 vil det kunne være vildledende at:

Bruge miljøudsagn om **fremtidige miljøpræstationer**, hvis ikke man har klare, objektive, og verificerbare forpligtelser fastsat i en detaljeret og realistisk gennemførelsesplan, der omfatter målbare og offentligt tilgængelige tidsbestemte mål og andre relevante elementer, der er nødvendige for at støtte dens gennemførelse, såsom tildeling af ressourcer, og som regelmæssigt kontrolleres af en uafhængig tredjepartsekspert, hvis konklusioner gøres tilgængelige for forbrugerne (MFL § 5, stk. 2, nr. 12)

"Vi bestræber os på at passe på kloden"

"Vi vil være klimaneutrale i 2035"

"Vi har en brændende passion for miljø"



Når bæredygtighed ikke kan dokumenteres



Alle tre eksempler bruger brede miljøpåstande uden at specificere eller dokumentere den konkrete miljøfordel.

”Live like a Bosch – bæredygtighed, der holder”

”Saving water, acting green – like a Bosch”



Hvor opstod udfordringerne?

- Forbrugerne fik ikke tilstrækkelig information til at forstå udsagn.
- Hvorfor og hvordan var produktet bæredygtigt?
- Selvdosering af vaskemiddel - en funktion, som også andre vaskemaskiner er udstyret med.

”Made in a CO₂ neutral province in Italy”



Hvor opstod udfordringerne?

- Forbrugerne kunne fejlagtigt opfatte produktet som CO₂-neutralt
- Påstanden kunne give indtryk af en mindre klimapåvirkning, end produktet reelt havde.
- Det blev ikke oplyst, at CO₂-neutraliteten kom fra klimakompensation.

Forhåndsbesked til Forbrugerombudsmanden: CO2 reduceret ost

- FOM: Forhåndsbesked om markedsføring af ost produceret af både komælk og planteingredienser
- Konkrete udsagn om CO2-reduktion
 - CO2-besparelsen blev udregnet af en uafhængig tredjepart
 - Sammenligning med tilsvarende oste produceret af ren komælk, hvilket forbrugeren blev oplyst om

Forbrugerombudsmandens vurdering: Konkret og dokumenteret.

Ikke egnet til at vildlede → Lovligt efter markedsføringsloven



Bødemodellen

Omsætnings- kategori	0-5 mio. kr.	5-10 mio. kr.	10-20 mio. kr.	20-50 mio. kr.	50-100 mio. kr.	100-200 mio. kr.	200-500 mio. kr.	Over 500 mio. kr.
Nedsat bødeniveau	25.000 – 40.000 kr.	25.000 – 40.000 kr.	50.000 – 80.000 kr.	50.000 – 200.000 kr.	50.000 – 400.000 kr.	50.000 – 500.000 kr.	50.000 – 500.000 kr.	50.000 – op til 500.000 kr.
Normal bødeniveau	40.000 – 80.000 kr.	40.000 – 100.000 kr.	80.000 – 200.000 kr.	200.000 – 500.000 kr.	400.000 – 1.000.000 kr.	500.000 – 2.000.000 kr.	500.000 – 5.000.000 kr.	500.000 kr. – 1 pct. af den erhvervsdri- vendes omsætning op til 1 mia., plus 0,1 pct. af omsætning- en over 1 mia.*
Forhøjet bødeniveau	Over 80.000 kr.	Over 100.000 kr.	Over 200.000 kr.	Over 500.000 kr.	Over 1.000.000 kr.	Over 2.000.000 kr.	Over 5.000.000 kr.	1 pct. af den erhvervsdri- vendes omsætning op til 1 mia., plus 0,1 pct. af omsætning- en over 1 mia.
* Eksempel: For en virksomhed med en omsætning på 800 mio. kr., vil bødeintervallet være 500.000 kr. – 8.000.000 kr. For en virksomhed med en omsætning på 1,5 mia., vil bødeintervallet være 500.000 kr. – 10.500.000 kr.								

Der er hjælp at hente

- **FOMs vejledning:**
Forbrugerombudsmandens anbefalinger til virksomheders miljømarkedsføring
- **Forhåndsbesked**
Der er mulighed for at få vurderet fremtidig markedsføring hos forbrugerombudsmanden ved en forhåndsbesked
- **European Comission Q&A**
related to Directive (EU) 2024/825 ECGT



Praktiske anbefalinger

Kortlægning

Gennemgå virksomhedens emballager, markedsføringsmateriale og øvrige kommercielle kommunikation.

Kontrol

Vurder eksisterende miljøanprisninger og identificér områder med risiko for greenwashing eller manglende dokumentation.

Bevidsthed

Skab intern forståelse for reglerne og de risici, der er forbundet med miljø- og bæredygtighedspåstande, fx gennem retningslinjer, træning og kurser.

Forankring

Etabler interne processer for godkendelse og dokumentation af miljøanprisninger før de anvendes.



Få 15 % rabat på et labeltjek

- Vi gennemgår din label, så du kan sælge dine produkter med ro i maven.
- Vi sikrer, at både obligatoriske og frivillige oplysninger er korrekte - alt fra ingredienser og allergener til markedsføringstekster og grønne claims.

Vil du være helt sikker på,
at din label spiller?





Agnete Jürgensen

Teknisk & regulatorisk leder, food

aju@varefakta.dk
(+45) 46 30 45 04



Sofie Tyge

Faglig koordinator, nonfood

sty@varefakta.dk
(+45) 46 30 45 21

Læs mere på
varefakta.dk

