



Forum for Fødevarereklamer

## **Forretningsorden for Forum for Fødevarereklamer**

### **1. Sammensætningen af Forum for Fødevarereklamer**

- a. Dansk Industri, Dansk Erhverv, DSK, HORESTA, Bryggeriforeningen, TV2, Danske Medier, KreaKom og Danske Annoncører er medlemmer af Forum for Fødevarereklamer.
- b. Fødevarestyrelsen, Kulturministeriet og Forbrugerrådet Tænk er observatører.
- c. Observatører inviteres til at deltage i møderne og kan bidrage med deres faglige indsigt i området.
- d. DI Fødevarer varetager sekretariatsfunktionen for Forum for Fødevarereklamer.

### **2. Samarbejde med Forbrugerombudsmanden**

- a. Forum for Fødevarereklamer samarbejder med Forbrugerombudsmanden.
- b. Samarbejdet indebærer, at:
  1. Forbrugerombudsmanden, i det omfang det er relevant, oplyser klager om muligheden for at klage til Forum for Fødevarereklamer, når Forbrugerombudsmanden ikke tager en sag op.
  2. Forum for Fødevarereklamer orienterer Forbrugerombudsmanden om behandlede sagers udfald.
  3. Forum for Fødevarereklamer sender sager videre til eventuel behandling efter markedsføringslovens regler, hvis Forum for Fødevarereklamer vurderer, at der også kan være tale om overtrædelser af markedsføringslovens regler.

### **3. Klager og sagsbehandling**

- a. Medlemmer af Forum for Fødevarereklamer træffer afgørelse i sager om markedsføring af fødevarer til børn i henhold til Kodeks for Fødevarereklamer til Børn.
- b. Der er fri klageadgang til Forum for Fødevarereklamer, og klager kan komme fra privatpersoner, virksomheder, organisationer m.v. Klager indgives skriftlig til sekretariatet. Endvidere har Forum for Fødevarereklamer mulighed for at tage klager op af egen drift.

- c. Enhver skriftlig henvendelse anses som en klage, medmindre det er åbenbart, at der ikke klages.
- d. Klager, som ikke hører under anvendelsesområdet for kodeks for fødevarereklamer til børn, eller som er åbenbart grundløse, kan afvises af sekretariatet.
- e. Sagsbehandlingen foregår på skriftligt grundlag. Sekretariatet videresender en indgiven klage til den indklagede erhvervsdrivende til udtalelse. Sekretariatet drager i øvrigt omsorg for sagens oplysning. Sekretariatet vejleder i fornødent omfang klager og indklagede.
- f. Sekretariatet fastsætter en frist på ca. 14 dage for den indklagede erhvervsdrivende til at afgive udtalelse og eventuelt afgive supplerende informationer, til sagens oplysning.

#### **4. Indkaldelse og afholdelse af møder**

- a. Der afholdes et ordinært møde om året samt ad hoc møder efter behov, for eksempel i tilfælde af at Forum for Fødevarereklamer modtager en klage.
- b. Indkaldelse til det ordinære møde sker med minimum to ugers frist. Ad hoc møder kan indkaldes med en uges frist, med henblik på at sikre effektiv sagsbehandling.
- c. Sekretariatet for Forum for Fødevarereklamer forbereder og indkalder til møderne, udarbejder mødemateriale samt udarbejder udkast til afgørelser.
- d. Medlemmer og observatører i Forum for Fødevarereklamer modtager mødemateriale, herunder udkast til afgørelse, mindst tre hele hverdage forud for mødet.
- e. På møderne drøftes udkast til afgørelse. Sekretariatet indhenter medlemmernes og observatørernes bemærkninger, og på baggrund heraf færdiggøres et revideret udkast til afgørelse. Afgørelsen fremsendes til skriftlig godkendelse hos medlemmerne inden for en given tidsfrist.
- f. Når afgørelsen er endelig, orienteres klager og indklagede 24 timer, inden afgørelsen offentliggøres på hjemmesiden for Forum for Fødevarereklamer.

#### **5. Afgørelser fra Forum for Fødevarereklamer**

- a. Forum for Fødevarereklamer er beslutningsdygtige, når mindst halvdelen af medlemmerne er til stede.
- b. Forum for Fødevarereklamer træffer afgørelse ved stemmeflertal, hvor alle medlemmer udgør én stemme.
- c. Der tilstræbes altid enighed.

- d. Hvis medlemmer ikke er enige i afgørelsen, skal dissensen anføres med navnene på dissenterende medlemmer.
- e. Forum for Fødevarereklamer har følgende sanktionsmuligheder:

- i. Kritik

Vurderer Forum for Fødevarereklamer, at den indklagede markedsføring er i strid med vejledningen, udtaler Forum for Fødevarereklamer kritik heraf. Forum for Fødevarereklamer forventer, at kritik bliver fulgt op af umiddelbar handling, enten gennem direkte stop for markedsføringen, eller gennem ændring af markedsføringstiltaget.

- ii. Efterretning

Vurderer Forum for Fødevarereklamer, at markedsføringstiltaget er i strid med retningslinjerne, og redegør indklagede allerede i bemærkningerne til klagen, at de på baggrund af klagen har stoppet eller ændret markedsføringstiltaget i en sådan grad, at Forum for Fødevarereklamer ikke længere vurderer, at markedsføringen er i strid med retningslinjerne, udtaler Forum for Fødevarereklamer kritik, men tager sagen til efterretning.

- iii. Ingen kritik

Vurderer Forum for Fødevarereklamer, at det indklagede markedsføringstiltag ikke er i strid med retningslinjerne, kommer Forum for Fødevarereklamer med en begrundet udtalelse herfor. Dette sikrer, at klager forstår, hvilke overvejelser Forum for Fødevarereklamer har gjort forud for afgørelsen.

Alle afgørelser, som Forum for Fødevarereklamer afsiger, offentliggøres på Forum for Fødevarereklameres hjemmeside.

## **6. Habilitet**

- a. Medlemmerne af Forum for Fødevarereklamer skal erklære sig inhabile i behandlingen af en klage, såfremt de eller deres organisation har en særlig personlig eller økonomisk interesse i en given sags udfald.
- b. Et medlem af, eller observatør i, Forum for Fødevarereklamer skal ligeledes erklære sig inhabil, såfremt denne er klager i den klagesag, der behandles.

## **7. Medlemmers indtræden**

- a. Nye medlemmer kan optages i Forum for Fødevarereklamer med to tredjedelsflertals godkendelse.

## **8. Medlemmers udtræden**

- a. Hvis en organisation ønsker at udtræde af Forum for Fødevarereklamer, skal dette meddeles til sekretariatet med minimum tre måneders varsel.

## **9. Ændring af Kodeks for Fødevarereklamer og vejledning til kodeks**

- a. Ændringer af Kodeks for Fødevarereklamer og vejledning til kodeks sker på initiativ fra sekretariatet.
- b. Sekretariatet udarbejder udkast, som drøftes med medlemmer og observatører i Forum for Fødevarereklamer.
- c. Ændringer til Kodeks for Fødevarereklamer skal godkendes af mindst to tredjedele af medlemmerne i Forum for Fødevarereklamer.
- d. Ændringer af vejledningen kan vedtages med simpelt flertal.

## **10. Ændring af forretningsordenen**

- a. Ændringer til forretningsordenen skal godkendes af mindst to tredjedele af medlemmerne i Forum for Fødevarereklamer.