

Oslo, 9. oktober 2009
Pressemelding

Tapte i retten, men vant saken

I tilsvar fra Aker BioMarine, sendt til Oslo Byfogdembete 22.september 2009, i forkant av rettsaken 24.og 25.september, trakk Aker Biomarine nøkkelpåstandene i sin kampanje, budskapene som dannet kjernen i konflikten. – Kjernen i saken var derfor allerede vunnet før selve rettsaken startet, sier Stig Ebert Nilssen, administrerende direktør i Axellus AS.

Det gjelder følgende påstander:

1. "Studier viser at omega-3 fra krill virker bedre enn omega-3 fra fisk".
2. "Omega-3-garanti; positiv effekt eller pengene tilbake"
3. "SPISTE DU FISK I GÅR? Som en tommelfingerregel sier forskere at vi bør spise fet fisk minst to ganger i uken – eller ta et Omega-3 kosttilskudd daglig"
4. "En om dagen gjør den store forskjellen" (sitat Petter Northug)
5. "For meg er kun det beste godt nok" (sitat Petter Northug)

Vi er fornøyd med at Aker BioMarine har endret sitt budskap midt i markedsføringskampanjen. Dette gjorde de allerede før rettssaken startet, noe som er en stor seier for oss, og for de som ønsker en mer ryddig og redelig kommunikasjon med forbrukeren. Vi ønsket å få rettens syn på hvorvidt resterende av deres påstander var villedende, og tar til etterretning at retten ikke har gitt oss medhold når det gjelder disse. Vi tar inn over oss at dette har vært en kompleks sak å vurdere for rettsapparatet, og vil vurdere hva som er de mest fornuftige neste skritt for å opplyse forbrukerne om viktigheten av omega-3-mengden i kosttilskudd, sier Stig Ebert Nilssen, administrerende direktør i Axellus AS.

For Axellus har sammenhengen mellom mengde Omega-3 i produktet og hvilke helseeffekter produktet lover til forbrukerne, vært viktig å få frem.

Denne saken handler om mer enn en rettslig uenighet mellom Aker Biomarine og Axellus AS. Den handler om sammenhengen mellom mengde omega-3 og de helsemessige lovnader som et kosttilskuddsprodukt kan gi. Vi vil fortsette å ta til orde for en grundig gjennomgang av hele omega-3 markedet, og vil ta initiativ til konstruktiv dialog med alle de viktigste aktørene i markedet. Felles standarder for enhetlig merking og redelig markedsføring av omega-3 produkter vil kunne bidra til å bevare seriositeten i markedet og gjøre det enklere for forbrukeren å selv avsløre produkter med for lav mengde, sier Utviklingsdirektør Anita Helland i Axellus.

For mer informasjon eller kommentarer, ta kontakt med:

Kristina Johansen
Informasjonssjef, Axellus
Mail: kristina.johansen@axellus.no
Tlf: 22 89 64 13/ 90 06 59 08

Anita Helland
Utviklingsdirektør, Axellus
Mail: anita.helland@axellus.no
Tlf: 22 89 64 81/99 25 26 96