

Miljöpåståenden i marknadsföring – vad gäller?

Disposition

- Vad utgör ett miljöpåstående?
- Närmare om Direktivet 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder/Marknadsföringslagen
- Praxis Marknadsdomstolen
- Praxis Patent- och marknadsdomstolarna

Vad utgör ett miljöpåstående?

Vad utgör ett miljöpåstående?

- Alla former av affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare → konsument som antyder eller skapar intryck att en vara eller tjänst:
 - Har en positiv inverkan på miljön,
 - Ingen inverkan alls på miljön eller
 - Är mindre miljöskadlig jämfört med konkurrerande produkter eller tjänster
- Påstående, information, symboler, logotyper, grafik, förpackningar och reklam i alla medier

Regelverk

Direktivet 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder

- Artikel 6 – vilseledande handlingar → 10 § marknadsföringslagen
- Artikel 7 – vilseledande underlåtenhet/lämnande av information på ett oklart sätt m.m. → 10 § 3 stycket marknadsföringslagen
- Artikel 5.2 – i strid med god yrkessed → 5 § marknadsföringslagen
- Bilaga I (svarta listan) → 4 § marknadsföringslagen

Direktivet 2005/29/EG om otilbörliga affärsmetoder

Kommissionens tillkännagivande, Vägledning om tolkningen och tillämpningen av Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG [...], EUT 29.12.2021 C 536, avsnitt 4.1.

Föreslagna ändringar på EU-nivå

- EU-kommissionen har lämnat förslag om mer konsumentmakt i den gröna omställningen genom bättre skydd mot otillbörliga affärsmetoder och bättre information (30 mars 2022)
- Ändringar i direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder och direktiv 2011/83/EU om konsumenträttigheter

Förslag till EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV om ändring av direktiven 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller mer konsumentmakt i den gröna omställningen genom bättre skydd mot otillbörliga affärsmetoder och bättre information, COM (2022) 143

Marknadsföringslagen

- 5-6 §§** **Generalklausulen** – Marknadsföring ska stämma överens med god marknadsföringssed. Marknadsföringen är otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 10,8 §§** **Förbud mot vilseledande marknadsföring** – Användande av felaktiga påståenden eller andra vilseledande framställningar, utelämnande av väsentlig information, lämnande av väsentlig information på ett otydligt sätt. Marknadsföringen är otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.
- 18 §** **Jämförande reklam** – Får inte vara vilseledande, misskrediterande, måste avse produkter som svarar mot samma behov/ändamål och avse väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos produkterna m.m.
- 4 §** **Svarta listan**

Marknadsföringslagen - Utgångspunkter för prövning av ett miljöpåstående

- Marknadsföringens innebörd fastställs utifrån hur den är ägnad att uppfattas av en genomsnittskonsument
- Näringsidkaren har bevisbördan för att marknadsföringen är vederhäftig
- Särskilt höga krav ställs på vederhäftighet för miljöpåståenden
- Högt ställda krav på bevisning

Miljöpåståenden i praxis

Miljöpåståenden i praxis - Marknadsdomstolen

- Miljöpåståenden i marknadsföring intet nytt
- Flertal avgörande från Marknadsdomstolen, miljöpåståenden förekommit vid marknadsföring av
 - Fordon
 - Rengöringsmedel, tvättmedel, avfettningsprodukter
 - Färger, lim
 - Eldningsolja
- Jämförande reklam
- Användning av miljömärkning utan tillstånd

Miljöpåståenden i praxis - Marknadsdomstolen

Exempel miljöpåståenden vid Marknadsdomstolen

- Olika varianter av begreppet miljövänlig → "miljöfordon", "miljövänligt lim", "reducerar miljöpåverkan"
- "gynnar miljön", "dieselvänliga motorer" + kompletterande information
- "Städar luften"
- "Biologiskt nedbrytbar"
- "Sulfo utan sulfat"
- "Våra konkurrenter har kolkraft men vi ger solkraft till alla våra kunder! Skaffa ren el här!"

Miljöpåståenden i praxis – Marknadsdomstolen

MD 2011:12

Påståendet ”**miljövänlig**” → allmänt hållet påstående som kan uppfattas gälla produktens totala miljöpåverkan” → Mercedes bevisbördan för alla nära till hands liggande tolkningar → Konsument kan tänkas lägga någon ytterligare innebörd i uttrycket än den Mercedes avsett → ”Miljövänligt” alltför obestämt och uppfyller inte de krav på klarhet och precision som krävs enligt marknadsföringslagen → **Marknadsföringen otillbörlig**

Påståendena ”**gynnar miljön**”, ”**miljövänliga dieselmotorer**” → ses i ljuset av att de förekommit i Mercedes broschyr om sitt miljöarbete → i broschyren redovisades uppgifter om dieselpartikelfilter m.m. → Påståendena på ett tillräckligt tydligt sätt beskrivits i den text som fanns i anslutning till uttrycken → Mercedes visat att bilmodellerna hade de fördelar ur miljösynpunkt som beskrivits i broschyren → **Marknadsföringen inte otillbörlig**

Miljöpåståenden i praxis – Patent- och marknadsdomstolarna

- Fåtal avgörande från patent- och marknadsdomstolarna, miljöpåståenden förekommit vid marknadsföring av
 - Livsmedel
 - Hud- och hårvårdsprodukter
 - Färger
 - Tvätt- och rengöringsprodukter
 - Träfiberisolering
 - Braskaminer
- Användning av certifieringar

Miljöpåståenden i praxis – Patent- och marknadsdomstolarna

Exempel miljöpåståenden vid patent- och marknadsdomstolarna

- Olika varianter av begreppet miljövänlig → ”det naturliga och miljövänliga alternativet”, ”bra för miljön”
- Olika varianter på begreppet eko/ekologiskt → ”Ekoeffekten”, ”upptäck vårt ekologiska sortiment för hud och hår”, ”Purple lavender EKO”
- ”CO2 neutrala [...] tillverkas av 100 % förnyelsebar energi”
- ”Vid konventionell odling används ofta bekämpningsmedel som minskar antalet växt-och djurarter och stör balansen i naturen”
- ”Certifierat enligt [...]”

Miljöpåståenden i praxis – Patent- och marknadsdomstolarna

PMT 1782-21

Påståendena "Urtekram är certifierat enligt Cosmos Organic" m.m. utgjorde miljöpåståenden → I allmänhet inte tillräckligt att kortfattat hänvisa till en tredjepartscertifiering → Märkningens innebörd och betydelse måste klargöras genom hänvisning till var information om certifieringen kan hittas m.m. → Denna information måste finnas i omedelbar närhet till påståendena → Då sådan ytterligare information saknades ansågs marknadsföringen stå i strid med marknadsföringslagen →

Marknadsföringen otillbörlig

Miljöpåståenden – på G....

PMT 17372-21

"Netto Noll Klimat Avtryck" på framsida EKO-
mjölkpaket + kompletterande text på sidan av
mjölkpaket

Tack!

