|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  | |
|  |  | |
|  | |  |
|  | Dnr Fi2017/00342/KO | |
|  |  | |

|  |
| --- |
| **Finansdepartementet** |
| Konsument- och finansmarknadsministern |
|  |

Till riksdagen

Svar på fråga 2016/17:738 Vilseledande marknadsföring av jakt- och turistresor samt volontärresor

Sofia Arkelsten har frågat mig vilka åtgärder jag avser att vidta när det gäller vilseledande marknadsföring av jakt- och turistresor samt volontärresor som är relaterade till lejon i framförallt Sydafrika.

Marknadsföringslagen (2008:486) har till syfte att främja konsumenternas och näringslivets intressen och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Enligt marknadsföringslagen är bl.a. vilseledande reklam förbjuden. En näringsidkare får således inte använda sig av felaktiga påståenden rörande t.ex. en vara eller tjänsts art, kvalitet, ursprung och risker såsom inverkan på hälsa och miljö. Som vilseledande marknadsföring räknas även att utelämna väsentlig information rörande varan eller tjänsten.

Marknadsföringslagen är tillämplig när marknadsföringen huvudsakligen riktar sig till den svenska marknaden. Det är Konsumentombudsmannen (KO) som utövar tillsyn över lagen. KO har möjlighet att meddela förbud förenade med vitespåföljd mot näringsidkare som ägnar sig åt vilseledande marknadsföring. I vissa allvarligare fall av överträdelser av marknadsföringslagen kan KO väcka talan i domstol och yrka att en marknadsstörningsavgift döms ut.

Om marknadsföringen av de aktuella resorna är vilseledande enligt ovan och huvudsakligen riktar sig till den svenska marknaden är marknadsföringslagen alltså tillämplig.

När det gäller frågan om Sverige genom utvecklat bistånd samt genom arbete inom EU och Cites kan minska ovärdig och oetisk lejonjakt, hänvisar jag till svaren från statsråden Lövin och Skoog (se fråga 2016/17:740 respektive fråga 2016/17:739 och 2016/17:741).

Stockholm den 8 februari 2017

Per Bolund