Svar på fråga 2020/21:3529 av Angelica Lundberg (SD)  
Striktare åtgärder kring miljölöften i reklam

Angelica Lundberg har frågat mig om jag anser att det behövs större agerande från Konsumentverket och striktare kravställning på företag för att fullgod information kring miljöargument för varor och tjänster ska ges, och hur jag i så fall avser att agera.

En mer hållbar och cirkulär konsumtion är av stor vikt för att nå de miljöpolitiska målen. Otydliga och ibland direkt felaktiga påståenden om produkter riskerar att minska konsumenternas förtroende för den information som lämnas och försvåra för dem att göra miljömedvetna val.

Som jag har framfört i tidigare svar på fråga från Angelica Lundberg om miljöpåståenden i reklam (2020/21:1676) bedriver Konsumentverket, utöver granskningar av förekomsten av miljöargument, ett intensivt tillsynsarbete för att motverka felaktiga påståenden om produkters miljöegenskaper. Detta arbete har i hög grad resulterat i rättelser från företagens sida. Jag bedömer därför att Konsumentverket agerar aktivt på området.

Europeiska kommissionen har aviserat att ett lagstiftningsförslag om styrkande av miljöpåståenden kommer att presenteras i slutet av året. Regeringen är positiv till initiativ som syftar till att motverka vilseledande miljöargument i marknadsföring. Det underlättar för konsumenterna att fatta välinformerade beslut och för myndigheterna att genomföra kontroller.

Stockholm den 9 september 2021

Lena Micko