

Motion till riksdagen 2021/22:4204

av **Amanda Palmstierna och Lorentz Tovatt (båda MP)**

Stoppa s.k. greenwashing – stöd seriösa företag

Förslag till riksdagsbeslut

1. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att stärka arbetet med kunskapshöjande insatser riktade till företag om korrekta respektive falska miljöpåståenden i reklam och tillkännager detta för regeringen.
2. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att stärka arbetet med tillsyn av företag vad gäller s.k. greenwashing och tillkännager detta för regeringen.
3. Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om att det behövs skärpta regler som ger tillsynsmyndigheter möjlighet att använda skarpare sanktioner när företag bryter mot marknadsföringslagen, och detta tillkännager riksdagen för regeringen.

Motivering

Ungdomsbarometern har kartlagt attityder och beteenden kopplade till hållbarhet hos personer i Sverige som är upp till 35 år. Det finns en förväntan om att företag ska förändra sina affärsmodeller för att bli hållbara på riktigt. En majoritet anser att företag har ansvar för att skapa ett mer hållbart samhälle. Över hälften kan tänka sig att välja bort företag som de anser agerar ohållbart.

Det här nyttjas av företagen. Greenwashing är ett växande problem för miljön, för konsumenter och för de företag som de facto gör ett seriöst miljöarbete. Det finns till och med exempel på företag som ägnar sig åt ”greenhushing” på grund av risken för att bli uthängda.

En kartläggning från Konsumentverket visar att allt fler företag använder miljöargument i sin marknadsföring, men att det ofta är svårt eller omöjligt för konsumenten att förstå varför en vara är miljövänlig. Konsumentmyndigheter i EU gjorde en gemensam granskning av miljöpåståenden i reklam med nedslående resultat. Nästan hälften av de granskade påståendena var överdrivna, vilseledande eller vaga.

Greenwashing regleras i marknadsföringslagen. Ett företag som bryter mot marknadsföringslagen får i första hand ändra marknadsföringen frivilligt. En majoritet av företagen ändrar sig vid tillsyn, men det finns också företag som trots upprepad tillsyn grönmålar verksamheten om och om igen på olika kreativa sätt.

Greenwashingen behöver motas i grind på flera sätt. För det första är det viktigt att stärka Konsumentverkets arbete med att bistå med kunskap till företag så att de kan navigera rätt i hur reklambudskap ska utformas för att uppfylla lagen. För det andra behöver Konsumentverkets arbete med tillsyn stärkas. Allt fler företag använder miljöpåståenden och tillsynsvolymer har inte hunnit ikapp. För det tredje behövs skärpta regler som ger tillsynsmyndigheter möjlighet att använda skarpare sanktioner när företag bryter mot marknadsföringslagen.

Amanda Palmstierna (MP)

Lorentz Tovatt (MP)