Svar på fråga 2017/18:1073 av Rickard Nordin (C)  
Företags marknadsföring av grön el

Rickard Nordin har frågat mig om jag kommer vidta några generella åtgärder för att säkerställa att företag i sin marknadsföring får ange att de köper grön el via ursprungsgarantier eller grön el via egna vindkraftverk med ursprungsgarantier.

Sverige driver en ambitiös energipolitik, vilket är avgörande för att vi ska nå klimatmålet, men också för försörjningstrygghet och konkurrenskraft. I energiöverenskommelsen från 2016 slås fast att målet är 100 procent förnybar elproduktion år 2040. Vindkraft är en central byggsten för att nå detta mål. Ett av syftena med ursprungsgarantier är att det ska vara möjligt att visa vilken mängd förnybar el som den faktiska elförbrukningen motsvarar.

Tydlig information om produkters påverkan på miljön är viktigt för att konsumenter ska kunna göra aktiva val och på så sätt bidra till den omställning som krävs.

Enligt marknadsföringslagen får en näringsidkare inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans verksamhet. Det kan bl.a. handla om produktens ursprung, användning och risker såsom inverkan på hälsa och miljö.

Konsumentverket utövar tillsyn enligt marknadsföringslagen. Som statsråd varken kan eller bör jag uttala mig om en myndighets tillsynsåtgärder i ett enskilt ärende.

Stockholm den 28 mars 2018

Per Bolund