

Motion till riksdagen 2019/20:953

av **Markus Wiechel (SD)**

Åtgärder mot reafusk

Förslag till riksdagsbeslut

Riksdagen ställer sig bakom det som anförs i motionen om förändringar av marknadsföringslagen och tillkännager detta för regeringen.

Motivering

Den norska sajten E24.no avslöjade i augusti 2019 att sportvarukedjan XXL har fuskat med sin reaprissättning, vilket fick många att kritisera företaget. Faktum är dock att detta knappast är ett nytt fenomen. I många år har nämligen helt vanliga privatpersoner kunnat avslöja hur butiker trixat med prissättningen för att senare kunna rea ut sina produkter och därmed lura köparna. Detta är i mångas ögon att betrakta som falsk marknadsföring och det är fullt förståeligt att det irriterar konsumenterna.

Att detta är ett påtagligt problem bekräftas av Konsumentverket, som är den svenska myndigheten med uppdrag att se över att företag följer marknadsföringslagen i Sverige. Efter det norska avslöjandet om XXL kunde en jurist från Konsumentverket, i en intervju med Svenska Dagbladet, konstatera att de haft ärenden i samtliga branscher de granskat. Vilket innefattade samtliga större aktörer inom sportvaruhandeln, leksaks-handeln, handeln med barnprodukter och handeln med sängar.

Enligt marknadsföringslagen måste en rea omfatta ordinarie sortiment, enbart gälla under en begränsad tid, normalt sett ett par veckor, samt vara väsentligt lägre än det ordinarie priset. Mot bakgrund av detta räcker inte nuvarande bestämmelser, varför regeringen bör återkomma med förslag på förändringar av marknadsföringslagen för att stärka konsumentskyddet. Detta kan exempelvis ske genom krav på hur länge en produkt eller tjänst kan ha kostat något för att det ska kunna anses vara ordinarie pris.

Markus Wiechel (SD)