

**Dansk Forening for Markedsføringsret**  
Medlemsmøde den 9. oktober 2019

# **MILJØMARKEDSFØRING - RETSPRAKSIS**

v/Jane Frederikke Land (H) - LIGA Advokater

# Hvad findes der af retspraksis?



miljømarkedsføring |



Søg

Gå til

Tilføj til udklipsholder

Overvåg søgning

2 resultater

Skjul låste hits

Vis alle forekomster

Sortér efter relevans ▾

En plastemballageproducents udsagn på sin hjemmeside og i en brochure om de miljømæssige fordele ved plastemballage frem for metalemballage udgjorde vildledende sammenlignende reklame i strid med markedsføringsloven.

Sø- og Handelsretten, 30.12.2011

MARKEDSFØRINGS- OG KONKURRENCERET, FORBRUGERBESKYTTELSE

+ Vis forekomster

U.2012.9775

Udsagn i salgsbrochure om miljømæssige fordele ved plastemballage var urigtige, vildledende og til dels miskrediterende i forhold til metalemballagebranchen og var dermed en overtrædelse af markedsføringsloven, ICC's kodeks for reklamepraksis og miljøbeskyttelsesloven. Ikke erstatning eller berigtigelse af udsagnene.

Sø- og Handelsretten, 30.12.2011

MARKEDSFØRINGS- OG KONKURRENCERET, FORBRUGERBESKYTTELSE · MILJØ- OG PLANRET

UFR

the switch from metal to plastic packaging has led to weight reductions of more than 20% and a more efficient use of our storage capacity – factors that save both money and CO<sub>2</sub> emissions in the product life cycle," says CEO Francis Blake from Unilever, the producer of Ice Fruits.



### Cost saving through conversion

The packaging and decoration preserve the premium quality perception.

The exploitation of metal used for packaging and lids is extremely energy demanding and the CO<sub>2</sub> emissions from this phase of the life cycle is 2.5 times higher than for plastic.

Also the energy needed to produce the metal packaging is almost the double of what is needed to injection mould a plastic packaging.



### CO<sub>2</sub> calculations

Aquafina has reduced the CO<sub>2</sub> emissions on each washing powder tin by 20 grams through the new tinPac Eco™ container. The yearly savings add up to 39.2 tons of CO<sub>2</sub>, equivalent to the emissions from an average car going around the world 1.8 times.

The removal of a tinPac container's color has led to a 4 grams reduction in the CO<sub>2</sub> emission of each container. With 1 million containers, this reduction adds up to 4 tons of saved CO<sub>2</sub> – or what an average car emits driving from Paris to Barcelona and back more than 1.9 times.

The change from round to square containers can save 8 grams of CO<sub>2</sub> emissions due to pallet optimisation, fewer truck loads and fewer raw materials. With 2 million containers, this saves 5 truck loads, 253 pallets and 7.2 tons of raw material.

### Plastic for modern life and modern people

Superfos packaging solutions offer many superior product properties compared to traditional packaging of glass and metal, both for industry, consumers and the environment.

Plastic is light weight, very hygienic and very resistant. It has a very flexible reaction to impacts, which means low risk of breakage.

At the same time, it has a large degree of design possibilities, superb decoration options with excellent container clarity or all the colours of the rainbow, and that makes it very attractive to work with.

CO<sub>2</sub> emission is low in PP compared to glass



### New trend: More plastic

Plastic has increased its volume compared to other packaging materials



Example: 19 ltr packaging produced and delivered in Sweden

The new Superfos PS/MANAR is free from volatile organic compounds – No rot... No mass...

## Plastic – the material of the future

- Liquid tight
- Unbreakable
- Light weight
- Easy opening and re-closing
- Microwave, dishwasher and freezer safe
- High product safety
- High oxygen barriers
- Razor sharp decoration
- Suitable for hot filling and use of autoclaving
- Resilient for chewing

# 2012.977 SHD EMPAC-dommen

Miljømessige fordele ved Superfos' plastemballage frem for bl.a. metalemballage, herunder navnlig i relation til **CO<sub>2</sub> udledning**



# 2012.977 SHD EMPAC-dommen

## Sø- og Handelsretten – GENERELT

- Der har i samfundet generelt gennem de senere år været øget fokus på miljø og dermed en øget interesse blandt virksomheder og forbrugere for produkter med en reduceret miljøpåvirkning.
- Det har en betydelig kommerciel værdi for en virksomhed at kunne fremhæve de miljømæssige fordele ved virksomhedens produkter.
- For at forhindre illoyal konkurrence må der derfor stilles strenge krav til rigtigheden af sådanne miljømæssige udsagn. Disse skal være klare, sande, konkrete og ikke vildledende og skal kunne underbygges af dokumentation fra en uvildig sagkyndig.

# 2012.977 SHD - EMPAC-dommen

- *Superfos packaging solutions offer many superior product properties compared to traditional packaging of glass and metal; both for industry, consumers and the environment*
- *The metal packaging is far higher on CO2 emission*
- *The switch from metal to plastic containers has led to weight reductions of more than 30 % and a more efficient use of our storage capacity - factors that save both money and CO2 emissions in the product life cycle*
- *The exploitation of metal used for packaging and lids is extremely energy demanding and the CO2 emissions from this phase of the life cycle is 2.5 times higher than for plastic*
- *Also the energy needed to produce the metal packaging is almost the double of what is needed to injection mould a plastic packaging*

## Sø- og Handelsretten

- Rigtigheden af udsagn er ikke tilstrækkeligt dokumenteret, idet Superfos alene har henvist til egne beregninger, som ikke er verificeret af en uvildig.
- Ikke tilstrækkeligt tydeligt, at miljøudsagnene kun vedrører visse faser af produkternes livscyklus og således f.eks. ikke tager højde for muligheden for genanvendelse af metal i produktionen af ny metalemballage.
- Udsagnene må derfor anses for urigtige og vildledende og egnede til på en mærkbar måde at påvirke adfærden på markedet.

Da hver af parterne for en del har tabt og for en del har vundet sagen, skal hver part bære egne omkostninger.

U.2015.2565H

Papiruld -  
Rockwool

## Højesterets udtalelse:

- *"Et af de centrale spørgsmål i sagen er, **hvilke krav der skal stilles til den dokumentation**, som er omhandlet i markedsføringslovens § 3, stk. 3, og § 5, stk. 2, herunder om det er tilstrækkeligt at sandsynliggøre, at en faktisk oplysning er rigtig.*
- *Højesteret finder, at både ordlyden af markedsføringslovens § 3, stk. 3, og § 5, stk. 2, forarbejderne til de to bestemmelser samt de bagvedliggende direktiver må forstås således, at dokumentationskravet **ikke kan opfyldes ved blot at sandsynliggøre rigtigheden af en oplysning.**"*

# U.2015.3331/2 H – Colgate - dokumentationskrav

## Højesteret

- Dokumentationskravet kan ikke opfyldes ved blot at **sandsynliggøre** rigtigheden af en oplysning, der anvendes i markedsføringen.
- De konkrete krav, der stilles med hensyn til dokumentationen for en oplysnings rigtighed, varierer under hensyn til omstændighederne i det enkelte tilfælde. Bedømmelsen af dette retlige krav til dokumentation afhænger bl.a. af de udsagn og det produkt, der er tale om.
- Markedsføringsudsagnene lover ikke et bestemt resultat af brugen af tandpastaproduktet. Udsagnene **afviger ikke væsentligt fra sædvanlige produktanprisninger** og er ikke fremsat som led i sammenlignende reklame.
- Efter skønsmændenes vurdering **indikerer** resultaterne af disse forsøg, at »Zendium Syreforsvar« og »Zendium Emalje Protect« har en særligt beskyttende effekt imod syreskader på tænderne.
- Tilstrækkelig dokumentation.

Se Erhvervsjuridisk Tidsskrift 2016.89



# U.2015.2565H

## Sø- og Handelsretten - GENERELT

- Der stilles strenge krav til rigtigheden af miljømæssige påstande og udsagn i markedsføring.
- Udsagnene skal være klare, sande, konkrete og ikke vildledende. Skal kunne underbygges af dokumentation fra en uvildig sagkyndig.
- Kravene er skærpede inden for teknisk komplekse områder og for udsagn, der angår sundhedsrisici for mennesker.
- Vurdering sker i forhold til den aktuelle situation på markedet. Den erhvervsdrivende skal derfor løbende gennemgå og eventuelt justere deres miljømæssige påstande for at sikre, at udsagnene til enhver tid er retvisende og afbalancerede.





# U.2015.2565H – Udsagn om miljø

- *Miljørigtig isolering*
- *Miljøvenligt materiale*
- *Stenuld »koster« ca. 27 kg CO<sub>2</sub> /m<sup>3</sup>*
- *Papiruld »koster« ca. 7 kg CO<sub>2</sub> /m<sup>3</sup>*
- *Det samlede CO<sub>2</sub> aftryk for Papiruld er derfor så lavt som 7 kg CO<sub>2</sub> /m<sup>3</sup>. Det er kun 25% af CO<sub>2</sub> belastningen fra fremstilling af stenuld*
- *Papiruld er bæredygtigt byggeri og grønne jobs*
- *CO<sub>2</sub>-venlig*

## Højesteret:

- Fritstående udtryk og uden forklaring. Herved efterlades det indtryk, at Papiruld Danmarks produkter er særligt skånsomme i miljømæssig henseende sammenlignet med konkurrerende produkter. Det fremgår ikke klart, at udsagnene f.eks. er begrænset til fremstillingen af produkterne eller kun gælder for en del af produkternes levetid.
- Det materiale som Papiruld Danmark har fremlagt, dokumenterer ikke, at papiruld i alle relevante henseender er særligt skånsomt miljømæssigt sammenlignet med konkurrerende produkter.
- Det kan ikke føre til andet resultat, at Papiruld Danmark har henvist til bl.a. miljøvaredeklarationer, som for så vidt kunne have dannet grundlag for konkret formulerede udsagn om miljømæssige forhold.
- Sammenligningerne mellem CO<sub>2</sub> -værdierne for henholdsvis stenuld og papiruld er behæftet med så megen usikkerhed, at der ikke foreligger den nødvendige dokumentation. Højesteret tiltræder herefter, at udsagnene strider mod markedsføringslovens §§ 1, 3 og til dels 5.

# U.2015.2565H - Udsagn om **genanvendelighed**

- *10. Papiruld er et 100 % genanvendeligt produkt*
- *22. overskydende eller gammelt Papiruld, som ikke skal anvendes kan afleveres på genbrugspladsen som småt brandbart affald i modsætning til mineraluld, som skal deponeres på særlige lossepladser for farligt byggeaffald*
- *27. Papiruld kan nedgraves og komposteres. Papiruld er ikke modstandsdygtigt overfor jordbakterier, og vil derfor nedbrydes. Der kan komposteres 1 kg Papiruld pr. 10 m2 jord*
- Af de grunde, som Sø- og Handelsretten har anført, tiltræder Højesteret, at disse udsagn er i strid med markedsføringslovens §§ 1 og 3.
- Sø- og Handelsretten: Udsagnene indeholder ingen henvisning til rockwool-/stenuldsprodukter og udgør derfor ikke sammenlignende reklame i forhold til Rockwool.
- Efter bevisførelsen findes det ikke tilstrækkelig objektivt dokumenteret, at papiruld er 100 % genanvendeligt som anført i påstand 10.
- Udsagnene i påstand 22 og 27 findes at være for unuancerede og for uklart formulerede til at kunne give et rigtigt og afbalanceret indtryk af de eksisterende muligheder for at genanvende papiruld henholdsvis andre isoleringsmaterialer, herunder rockwool/stenuld.
- Alle udsagnene udgør derfor vildledende og utilbørlig markedsføring og er i strid med markedsføringslovens §§ 1 og 3.

# U.2015.2565H – Udsagn om **arbejdsmiljø**

- *Papiruld indeholder ingen farlige fibre*
- *Ingen øget risiko for støvlunge sygdomme og bronkitis*
- *Irriterer ikke øjne og åndedræt*
- Højesteret tiltræder af de grunde, som Sø- og Handelsretten har anført, at disse udsagn er i strid med markedsføringslovens §§ 1 og 3.
- Sø- og Handelsretten: Udsagnene indeholder ingen henvisning til andre isoleringsprodukter og udgør derfor ikke sammenlignende reklame.
- Efter bevisførelsen findes det ikke tilstrækkelig objektivt dokumenteret, at papiruld ikke indeholder nogen farlige fibre og ikke indebærer nogen af de nævnte sundhedsrisici, herunder irritation af luftveje og øjne.
- Alle udsagnene udgør derfor vildledende og utilbørlig markedsføring og er i strid med markedsføringslovens §§ 1 og 3.

# Praksis fra Forbrugerombudsmanden (uddrag)

- *Renere afbrænding – mindre sod*
- *Bedre for dig og indeklimaet*

18/04490 – 26.02.18

- Markedsføring af lys med miljømæssige påstande var vildledende - Det var vildledende, at en virksomhed anvendte udsagnene” i markedsføringen af lys, fordi virksomheden ikke tilvejebragte tilstrækkelig dokumentation
- Ingen strafferetlig konsekvens. Virksomheden rettede ind.

# Praksis fra Forbrugerombudsmanden (uddrag)

- *PFOA-free*

15/12246 – 20.12.17

- Det var vildledende, at en virksomhed anvendte betegnelsen "PFOA-free" i markedsføringen af vanter til børn, fordi vanterne indeholdt små mængder af flourstoffet PFOA og andre flourstoffer
- Ingen strafferetlig konsekvens. Indskærpelse af reglerne

# Praksis fra Forbrugerombudsmanden (uddrag)

- *Økologisk*

16/05359 - 19.12.17

- Det var vildledende, at et supermarkedet markedsførte børnetøj, der ikke var økologisk, med betegnelsen "Økologisk velvære"
- Ingen strafferetlig konsekvens. Indskærpelse af reglerne

# Praksis fra Forbrugerombudsmanden (uddrag)

*Bilen ikke udleder CO2 under kørsel*

*Elbilen er CO2-neutral under kørsel. Dit endelige CO2-udslip afhænger af den strøm, du har anvendt på bilen, samt bilens energiforbrug.*

14/00964 -26.01.15

- Elbilproducenterne, skal såfremt de i reklamer oplyser, at bilen ikke udleder CO2 under kørsel, give forbrugerne bedre vejledning om CO2-udslippet ved produktionen af den elektricitet, som bilen forbruger.
- Ingen strafferetlig konsekvens.

Spørgsmål?