

2024

Marknadsföringsrättsåret som gått

En rapport från Advokatfirman MarLaw



ML

1. INLEDNING

Syftet med denna rapport – som vi framställer för tredje året i rad – är att på ett överblickbart sätt summera nyheterna från marknadsföringsrättsåret 2024. Detta eftersom det är svårt att hitta sammanhållna information på detta ständigt dynamiska rättsområde. Advokatfirman MarLaw har sedan starten år 1969 haft marknadsföringsrätten som en orubblig del av sin kärnverksamhet och kommer fortsätta ha det i framtiden. Denna summering redogör för årets lagstiftningsnyheter, domstolsprövningar samt tillsynen i Sverige. Vi har inte som ambition att vara särskilt utförliga utan snarare så kortfattade som möjligt för att skapa en snabb översikt. Detta kan inbjuda till fördjupad läsning där intresse finns. Först några reflektioner från året som gått.

ÅR 2024 – MILJÖPÅSTÅENDEN I FOKUS OCH FÖRSIKTIGT FRAMÅT FÖR ARTIFICIELL INTELLIGENS

Det gångna året har karaktäriserats av en skärpt geopolitisk konkurrens under ett supervalår samt ett omställningsfokus. Fokus på den gröna omställningen har främst yttrat sig i uppmärksammade EU-rättsliga marknadsföringsdirektiv. Med nya sanktionsmöjligheter är sannolikheten stor att överträdelser framöver kan bli kostsamma för företagen. Parallellt har krafttag mot artificiell intelligens (AI) tagits för att motverka obehindrad AI-användning, främst genom AI-förordningen. Båda områdena har varit under luppen för EU-kommissionen. Därutöver publicerades Internationella Handelskammarens nya regler för reklam och marknadskommunikation som nu ålägger ett visst ansvar för marknadsförare vid användning av AI.

Kanske var den mest omvälvande marknadsföringsrättsliga nyheten genomförandet av EU-direktivet för mer konsumentmakt i den gröna omställningen (2024/825). Marknadsaktörer har nu ett djupgående regelverk att förhålla sig till vid utformning av hållbarhetspåståenden, dit också hållbarhetsmärkningar räknas. De nya bestämmelserna har ännu inte prövats skarpt i domstol, men Konsumentverket stärker sin bevakningsroll ytterligare inom området. Direktivet förbjuder också privata märkningar som inte är tredjepartscertifierade. I dagsläget finns ingen konkret vägledning om hur så ska ske. Framtiden får utvisa hur varje land utformar tillvägagångssättet för certifiering av privata, i förhållande till offentliga, märkningar, som därutöver kommer att klassas som miljöpåståenden och därmed granskas som sådana.

Inom nationellt och europeiskt tillsynsarbete har ett varningens finger höjts gentemot e-handelsbutiker som begagnar sig av så kallad *dropshipping*. Tillsynsmyndighetens arbete har utöver *dropshipping* fokuserat på korrekt prisinformation vilket vi spår blir ett fortsatt fokusområde. Därtill har influencers fortsatt att figurera i granskningar men inte blivit föremål för KO-domstolsprocesser under det gångna året. Däremot vann myndigheten framgång i andra domstolsprocesser med yrkande om höga marknadsstörningsavgifter. De mer kraftfulla sanktionsmöjligheterna som uppgår till som högst fyra procent av årsomsättningen har alltså tagit fart i tillämpningen där vi tror att trenden kommer att hålla i sig framöver.

Under år 2025 ser vi fram emot att följa omsättningen av direktivet om mer konsumentmakt i den gröna omställningen i praktiken genom att praxis skapas för att utröna de nya gränserna för miljöpåståenden som strider mot den nya EU-rätten. Dessutom väntar vi spánt på att se om det slutliga antagandet av Green Claims-direktivet sker.

Trevlig läsning!

Daniel Tornberg
Advokat/Partner/VD

Caroline Halfvarson
Biträdande jurist

Stockholm den 30 januari 2025

2. ÅRETS LAGSTIFTNINGSNYHETER

Lagstiftningsåret i revy präglas av åtgärder mot vilseledande miljöpåståenden. Dessutom har EU:s omdiskuterade och omfattande reglering av artificiell intelligens (AI) antagits och blir successivt verklighet under de kommande två åren. Internationella Handelskammarens uppdaterade regler tar nu även AI i beaktande. Därutöver har EU-rätten fokuserat ytterligare den digitala sfären genom nya produktsäkerhetskrav som ska finnas tillgängliga på e-handelsplattformar.

27 MARS

TILLÄGG MED FOKUS PÅ MILJÖ I DIREKTIVET OM OTILLBÖRLIGA AFFÄRSMETODER

Som en del av EU-kommissionens gröna giv antogs direktivet (2024/825) om mer konsumentmakt i den gröna omställningen vilket inför tillägg i direktiv (2005/29/EG) om otillbörliga affärsmetoder. Innovationerna yttrar sig i tillägg på den så kallade svarta listan, det vill säga metoder som under alla omständigheter är förbjudna. En av de mest uppmärksammade nyheterna är förbudet mot allmänna miljöpåståenden i stil med "miljövänlig" som inte vederläggs. Möjligheterna till vederläggning utgörs av EU:s Ecolabel eller en viss miljöprestanda enligt särskilda certifikat; med andra ord är kraven mycket högt ställda på tydliga och ej överdrivna miljöpåståenden.

17 JUNI

FÖRSLAG OM "GREEN CLAIMS DIRECTIVE"

EU-kommissionens förslag om en ny omfattande lagstiftning (COM[2023] 166 final) med hårdare tag mot förekomsten av *greenwashing* har nått sin sista förhandlingsfas. Europeiska rådets riktlinje omfattar bland annat en åtskillnad mellan uttryckliga miljöpåståenden och så kallade miljömärkningar. Den ställer också krav på information om miljöpåståenden om koldioxidkrediter utanför företagets värdekedja. Direktivet förmodas antas omkring år 2026.

1 AUGUSTI

REGLERING AV ARTIFICIELL INTELLIGENS

I augusti 2024 trädde EU:s förordning om artificiell intelligens (2024/1689) i kraft. För den som använder sig av AI för att redigera eller framställa bild, video eller ljud krävs en märkning om att AI har använts. Vårt att notera är att gränserna för vad som utgör en AI-redigerad förfalskning är långt ifrån klara i dag men ska förtydligas. Förordningen uppställer också ett sanktionssystem med betydande avgifter för AI-användare som bryter mot märkningskravet. Förordningens olika delar blir dock tillämpliga allt eftersom till och med augusti 2026.

19 SEPTEMBER

UPPDATERING AV REGLER FÖR MARKNADSKOMMUNIKATION

I september uppdaterades Internationella handelskammarens (ICC) regler för ansvarsfull marknadskommunikation och publicerades på svenska en tid därefter, den 7 november 2024. Reglerna utgör inte lagstiftning men har fått stort genomslag i domstol genom åren. Till nyheterna hör bland annat att marknadsförare har ett ansvar för AI-genererat material.

13 DECEMBER

KRAV PÅ PRODUKTSÄKERHET

Genom en tilläggsförordning ändrades förordning (EU) 2023/988 om allmän produktsäkerhet ("GSPR") som gäller för alla produkter som inte redan täcks av harmoniserad EU-lagstiftning. Produkter som släpps ut på marknaden måste nu ha en ekonomisk aktör etablerad inom EU som svarar för nödvändig dokumentation gentemot myndigheter. Det uppdaterade regelverket tar särskilt e-handeln i beaktande och ställer bland annat krav på vilken produktinformation som ska framgå vid distansförsäljning via internet.

3. MARKNADSFÖRING I DOMSTOL

Överträdelse av marknadsföringslagstiftningen prövas regelbundet i patent- och marknadsdomstolarna. Den i särklass vanligast förekommande parten är tillsynsmyndigheten Konsumentombudsmannen (KO) som var part i drygt 25 % av målen (en drastisk nedgång från 60 % under föregående år). Den totala kostnaden (sanktioner och offentliggjorda förlikningslikvider) för överträdelse uppgick i år till 3 053 940 kr totalt varav 2 650 000 kr utgjorde marknadsstörringsavgifter. Detta är en tydlig ökning jämfört med föregående år då motsvarande siffra uppgick till 1 250 000 kr (varav 0 kr utgjorde marknadsstörringsavgifter) genom de mer kraftfulla sanktionsmöjligheterna. Jämfört med tidigare år minskade antalet prövningar år 2023 i överrätt samtidigt som antalet i underrätt ökade.

Högsta domstolen (HD)

Under året har domstolen inte avgjort några marknadsföringsrättsliga mål.

Patent- och marknadsöverdomstolen (PMÖD)

Under året meddelade domstolen enbart en marknadsföringsrättslig dom. Det kan jämföras med de två föregående åren då domstolen meddelade fyra (2023) respektive sju (2022) avgöranden. Väl värt att uppmärksamma är att PMÖD har frångått huvudregeln och tillåtit överklagande till HD i den avkunnade domen där prövningstillstånd har meddelats av HD.

21 MARS

Dom, PMT 7458-23

Mål mellan KO och Göteborgsvarvet avseende konsumentavtalsvillkor som inte tillät återbetalning av maratonavgifter vid inställt lopp. PMÖD fastställde underinstansens domslut som avlog yrkandet om oskälighet. PMÖD tillät överklagande av domen där HD har meddelat prövningstillstånd.

Patent- och marknadsdomstolen (PMD)

Domstolen meddelade under året dom i totalt tio marknadsföringsrättsliga mål. För jämförelse var motsvarande siffra under år 2023 åtta mål. Det innebär en sänkning från det tidiga 2020-talet då domstolen publicerade omkring tjugotalet domar vissa år.

2 FEBRUARI

Dom, PMT 15685-23

Mål avseende känneteckensanvändning i sökmotorer mellan två konkurrerande tandvårdsförmedlare. PMD biföll käromålet i dess helhet och utdömde därmed också skadeståndsansvar för anlitaendet av expert. Svaranden förbjöds marknadsföra sina tjänster på sätt som skett med konkurrentens AdWords.

10 APRIL

Dom, PMT 12811-23

Mål mellan två godissäljande bolag. PMD förbjöd svaranden från fortsatt saluföring av själva godisarna på varumärkesrättsliga grunder. Däremot avlog dock kärandens marknadsföringsrättsliga påstående då godisförpackningen inte ansågs ha en visuell koppling till den andra vid köptillfället.

22 MARS

Dom, PMT 15468-23

Mål avseende prisinformation mellan två konkurrerande bolag som säljer barnprodukter. Det svarande bolaget hade bland annat marknadsfört produkter som realiserade trots att så inte var fallet och jämfört produkters försäljningspris med ett jämförelsepris. PMD biföll käromålet och förbjöd fortsatt användning.

18 APRIL

Dom, PMT 2060-24

KO väckte talan mot ett företag för dess försäljningsmetoder som bland annat innebar att produkter felaktigt marknadsfördes som gratis och att konsumenter fakturerades för ej genomförda köp. PMD biföll käromålet och förbjöd, delvis interimistiskt, fortsatt användning av försäljningsmetoderna samtidigt som svaranden ålades informationsplikt av gällande

13 MAJ

Dom, PMT 17837-21

Mål mellan ett personbilsföretag och en återförsäljare av däck. PMD förbjöd däckåterförsäljarens marknadsföring som innehöll referenser till käranden vilka skapade otillbörlig förväxlingsrisk. Utöver förbud vid vite ålades svaranden även stå för publiceringskostnader av domen i flertalet svenska tidningar.

9 SEPTEMBER

Dom, PMT 6872-24

KO väckte talan för marknadsföring av tobaksfritt snus i strid mot måttfullhetsprincipen i lagen om tobaksfria nikotinprodukter. PMD biföll käromålet och förbjöd marknadsföringen både på TikTok där reklamen hade synts och på andra jämförbara sociala medier.

27 SEPTEMBER

Dom, PMT 1020-24

PMD meddelade dom i ett mål mellan två advokatbyråer. Domstolen fann att svarandens marknadsföring var vilseledande och att advokatbyrån hade underlåtit informera sina klienter om lagstadgad information vid distansavtalsköp. PMD meddelade därför förbud mot fortsatt användning av marknadsföringspåståendena och ålade advokatbyrån att ge korrekt konsumentinformation.

rätt gentemot konsumenten. Dessutom utdömdes marknadsstörningsavgift.

16 MAJ

Dom, PMT 5093-23

KO väckte talan mot två företag för otillbörlig telefonförsäljning. PMD kom fram till att utförandet stred mot bland annat den så kallade svarta listan och av marknadsföringslagen. Domstolen dömde ut förbud och informationskrav vid vite samt marknadsstörningsavgift.

23 SEPTEMBER

Dom, PMT 14007-23

Mål mellan en förmedlartjänst av finansiella rådgivare och en information- och rådgivningstjänst medelst podd- och blogginlägg samt ekonomisk rådgivning om privatekonomi. PMD förbjöd svarandens marknadsföring med anledning av att den bedömdes vara misskrediterande och vilseledande av konkurrenten. Domstolen gjorde en avvägning mellan yttrandefrihet och marknadsföringslagen, där den sista blev aktuell då inläggen bedömdes ha ett kommersiellt syfte.

29 OKTOBER

Dom, PMT 15901-23

Mål mellan två bolag inom skönhets- och hudvårdsbranschen angående jämförande och vilseledande reklam. PMD avvisade käromålet med hänvisning till att kärandens kännetecken inte befanns känt för genomsnittskonsumenten. Därutöver bedömde domstolen att ett visst ord inom hudvårdsbranschen inte kunde kopplas av genomsnittskonsumenten till kärandens märke.

4. TILLSYNSVERKSAMHETEN

Konsumentverket har prioriterat granskning av näthandelsföretag och så kallad *dropshipping*. Under året har Konsumentverket även genomfört sju granskningar (status quo från föregående år). Konsumentombudsmannen (KO) inledde fyra domstolsprocesser i år (jämfört med två föregående år). Beslut om förbud och/eller åläggande fattades i elva ärenden, vilket är en betydande ökning från fem året innan. Fem av ärendena avser prisinformation, vilket även har varit ett fokusområde för KO under året innan. Totalt 2 650 000 kr dömdes ut i marknadsstörningsavgift.

14 FEBRUARI

EU-omfattande influencergranskning

EU-kommissionen tillsammans med Konsumentverket och andra tillsynsmyndigheter inom EU genomförde en granskning av influencers där 97 procent lade upp kommersiellt innehåll. Det framkom av granskningen att endast en av fem förhöll sig till reklamidentifiering enligt gällande rätt, särskilt gällande direktivet om otillbörliga affärsmetoder, och därmed bröt mot reglerna om dold reklam.

12 MARS

Granskning av varor beroende av mobilnät

Konsumentverket genomförde en granskning av teknologiska produkter. Nästan hälften av de granskade företagen saluförde produkter som snart är obrukbara på grund av den kommande nedläggningen av 2G- och 3G-nät. Tillsynsmyndigheten fann att försäljningen kan bryta mot marknadsförings- och distansavtalslagen samt att konsumenterna kan ha rätt till hävning i enlighet med konsumentköplagen.

25 APRIL

Granskning av *dropshipping*-företag

Konsumentverket inledde en omfattande granskning av näthandelsbutiker som använder sig av så kallad *dropshipping*. Fenomenet är i sig inte förbjudet men företagets agerande kan vara otillbörligt då konsumenterna fick ett felaktigt intryck om bland annat varornas ursprung. Varorna marknadsförs vara svensktillverkade med lager i Sverige när i själva verket både tillverkning och lagring sker i tredje land.

18 APRIL

Nordiskt ställningstagande om om klimatkompensationspåståenden,

Konsumentverket tillsammans med de nordiska motsvarigheterna har genomfört en gemensam granskning efter domen i ett mål mellan Arla Foods AB och Konsumentombudsmannen. Myndigheterna påbjöd företag att se över sina miljöpåståenden med anledning av sin bedömning om svårigheten att utforma miljöpåståenden i enlighet med direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder.

23 MAJ

Granskning, dnr. 2024/69

Konsumentverket genomförde en granskning av fritidshusförsäkringar som konsumenter uppmanas teckna då vanlig hemförsäkring inte gäller vid skada på fritidshus. Merparten av de granskade avtalen befanns i regel vara svårsläsliga och mycket omfattande. Vissa villkor bedömdes vara oskäligen, oklara eller obalanserade.

4 JUNI

Granskning avseende trafikskolors marknadsföring

Konsumentverket tog initiativ till en granskning av trafikskolors marknadsföring. Vissa överdriftspåståenden i stil med "Sveriges bästa trafikskola" gjordes. I övrigt framkom brister angående upplysning om ångerrätten som är tillämplig vid distansavtalsköp av körskoleutbildning.

14 AUGUSTI

Myndighetsöverskridande varning

Konsumentverket tillsammans med Kemikalieinspektionen och Elsäkerhetsverket gick ut med en gemensam varning om riskerna för *dropshipping* efter ett högt antal anmälningar till Konsumentverket. Myndigheterna varnade för otillåtna ämnen som bly och kadmium samt en otillfredsställande nivå sett till EU-gemensamma elsäkerhets- och allmänna säkerhetskrav.

8 NOVEMBER

EU-gemensam granskning

Konsumentverket och flera europeiska motsvarigheter riktar gemensam kritik mot den kinesiska e-handelsföretaget *Temu* till följd av marknadsföringsmetoder på företagets hemsida vilka har befunnits vilseledande eller aggressiva i form av exempelvis påtvingade spel och falska rabatterbjudanden. EU-kommissionen har nu inlett en formell granskning.

2 SEPTEMBER

Redovisningsrapport 2024:3

Konsumentverkets rapport visar på att 2022 års lagreform av prisinformationslagen inte har gett några märkbara resultat på så sätt att merparten granskade företag inte iakttar den så kallade 30-dagarsregeln som påkallar prisinformation om lägsta pris under de senaste 30 dagarna vid prissänkning.

20 NOVEMBER

Utfärdande av förbud

KO utfärdade fyra förbud vid vite på grund av vilseledande marknadsföring av finansiella tjänster. Ärendena är dnr. 2024/433 och dnr. 2024/434. Bolagens verksamhet utgjordes av en individuell rekommendation av kreditförmedlingstjänster medan genomsnittskonsumerten fick intrycket av att bolagen i sig erbjöd sådana konsumentkrediter.

* * *



Members of
the Swedish
Bar Association

ML
MarLaw
Specialised in market *law and*
intellectual property *law*
since 1969

ADVOKATFIRMAN MARLAW AB

Webbplats: marlaw.se | Växel: +46 (0)8 23 07 35 | Besöksentré: Nybrogatan 11, Stockholm | Postadress: Box 3079, Stockholm SE-103 61