PRESSEMEDDELELSE

PRESSEMEDDELELSE – Forbrugerombudsmanden politianmelder Salling Group for vildledende bæredygtighedsudsagn om Nettos ØGO-mærke

Pressemeddelelse · Offentlig forvaltning



Salling Group A/S, der står bag butikskæden Netto, har markedsført Nettos egen serie af økologiske produkter "ØGO" som værende det fjerde mest bæredygtige mærke i Danmark. Men bæredygtighedsudsagnet var baseret på en kåring fra en

privat forbrugerundersøgelse og dermed kun et udtryk for forbrugernes opfattelse af ØGO-mærket. Forbrugerombudsmanden har derfor politianmeldt Salling Group for vildledende markedsføring.

Forbrugerombudsmanden politianmelder Salling Group for i Nettos opslag på sociale medier og i en tilbudsmail fra Netto+ at skrive ”ØGO indtager igen 4. pladsen blandt Danmarks mest bæredygtige brands”.

Markedsføringen var efter Forbrugerombudsmandens opfattelse egnet til at give forbrugerne indtryk af, at ØGO var blevet kåret som det fjerdemest bæredygtige mærke i Danmark. Men udsagnet var baseret på en spørgeundersøgelse blandt 10.000 danske forbrugere, som den private virksomhed SB Insight, der står bag Sustainable Brand Index, har gennemført. Kåringen var derfor alene udtryk for forbrugernes opfattelse af ØGO-mærket.

Der stilles krav til virksomheder, før de må anvende bæredygtighedsudsagn i markedsføringen, og Forbrugerombudsmanden vurderer derfor, at det er vildledende markedsføring, når Salling Group benytter bæredygtighedsudsagn om ØGO-mærket i Nettos opslag på sociale medier og i en tilbudsmail fra Netto+. Det faktum, at ØGOs produkter er økologiske, kan efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke begrunde, at mærket markedsføres som bæredygtigt.

Forbrugerombudsmanden vurderer, at de udsagn, som Salling Group har benyttet i markedsføringen, er egnet til at give forbrugerne et fejlagtigt indtryk af produkternes reelle klima- og miljøbelastning.

Endelig vurderer Forbrugerombudsmanden, at markedsføringen er egnet til at forvride forbrugernes adfærd, fordi mange forbrugere har fokus på at vælge produkter, som bidrager til den grønne omstilling.

Salling Group fjernede de pågældende opslag efter Forbrugerombudsmandens henvendelse.

Forbrugerombudsmand Torben Jensen siger:

> Sagen viser nok engang, at virksomheder skal være varsomme med de udsagn, de benytter i deres markedsføring. Hvis Salling Group skriver, at et mærke har en fjerdeplads i bæredygtighed, så skal det naturligvis være korrekt og kunne dokumenteres. Der er i markedsføringsretlig

> sammenhæng en meget væsentlig forskel på, om en virksomheds produkter er bæredygtige eller af forbrugerne bliver opfattet som bæredygtige.

Forbrugerombudsmanden indskærpede i 2022 vildledningsforbuddet over for Salling Group, og i 2024 sendte Forbrugerombudsmanden en orientering om vildledningsforbuddet til Salling Group. Begge sager var på baggrund af Salling Groups brug af bæredygtighedsudsagn i markedsføringen.

Den tidligere indskærpelse er omtalt på Forbrugerombudsmandens hjemmeside her

Læs Forbrugerombudsmandens anbefalinger om brug af udsagn om miljø, klima og bæredygtighed

Lovgivningen på området:

Det fremgår af markedsføringslovens § 5, stk. 1, at virksomheders markedsføring ikke må indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktuelt korrekte.

Det fremgår af markedsføringslovens § 6, stk. 1, at virksomheders markedsføring ikke må vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.

Hvis markedsføringen er vildledende og egnet til at få forbrugeren til at træffe en beslutning, som denne ellers ikke ville have truffet, jf. markedsføringslovens § 8, har virksomheden handlet i strid med §§ 5 og 6, som er strafbelagt med bøde, jf. markedsføringslovens § 37, stk. 3.

Det fremgår herudover af markedsføringslovens § 13, at rigtigheden af oplysninger om faktiske forhold skal kunne dokumenteres.

Klima-, miljø- og bæredygtighedsudsagn er udsagn om faktiske forhold, hvorfor sådanne udsagn skal kunne dokumenteres.

Pressekontakt:

Forbrugerombudsmandens pressesekretariat kan kontaktes på tlf. 41 71 50 98.

KILDE: Forbrugerombudsmanden. GRAFIK / PRESSEFOTO: Pressemeddelelse.dk

Online: https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-forbrugerombudsmanden-politianmelder-salling-group-for-vildledende-baeredygtighedsudsagn-om-nettos-oego-maerke/

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Forbrugerombudsmanden.