

Kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden (KN2023/02755)

Sammanfattning

Journalistförbundet har tagit del av kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden. Journalistförbundets remissvar begränsas till de delar av förslaget som påverkar det grundlagsskyddade området i mediegrundlagarna, tryckfrihetsförordningen (TF) och yttrandefrihetsgrundlagen (YGL).

Syftet med det aktuella direktivet är att reglera miljöpåståenden i kommersiellt syfte. Mediegrundlagarna är inte tillämpliga på rent kommersiellt innehåll, eftersom det anses falla utanför TF:s och YGL:s materiella tillämpningsområde. Miljöpåståenden tycks dock röra sig i gränslandet mellan reklam och konsumentinformation, eftersom syftet med att upplysa konsumenter inte nödvändigtvis behöver vara kommersiellt. Det kan därför inte uteslutas att miljöpåståenden faller innanför mediegrundlagarnas materiella tillämpningsområde.

Journalistförbundet anser inte att miljöpåståenden som faller inom mediegrundlagarnas materiella tillämpningsområde ska förbjudas. Enligt Journalistförbundet bör regeringen därför, i det fortsatta lagstiftningsarbetet inom EU, verka för att det införs ett tydligt undantag som omhändertar de konflikter som kan uppstå mellan direktivet och mediegrundlagarna när direktivet ska implementeras i svensk rätt.

Om kommissionens förslag

Kommissionens förslag till direktiv om verifiering och kommunikation om uttryckliga miljöpåståenden beskrivs i regerings faktapromemoria 2022/23:FPM80 på följande sätt:

”Kommissionen presenterade den 22 mars 2023 sitt förslag till direktiv om gröna påståenden. Förslaget kompletterar lagförslaget till ett direktiv om mer konsumentmakt i den gröna omställningen genom bättre skydd mot otillbörliga affärsmetoder och bättre information genom att fastställa kriterier om miljöpåståenden och miljömärkningar riktade till konsumenter som måste uppfyllas för att få sättas på EU:s inre marknad. Förslaget ska stärka konsumenternas möjligheter att fatta välgrundade beslut för att minska miljö och klimatpåverkan från konsumtionen. Förslaget bidrar därmed till att nå nationella klimat- och miljömål samt till att genomföra Agenda 2030. Förslaget är en del av genomförandet av kommissionens gröna giv och bygger på kommissionens handlingsplaner för en cirkulär ekonomi och för konsumentpolitiken.

Syftet med förslaget om gröna påståenden är att reglera miljöpåståenden på den inre marknaden och därmed förenkla för konsumenter att kunna göra miljömässigt informerade val samtidigt som så kallad grönmalning motverkas. Syftet är att skydda konsumenter mot vilseledande miljöpåståenden samtidigt som det skyddar seriösa näringsidkare genom att minska floran av miljömärkningar och säkerställa lika konkurrensvillkor på EU:s inre marknad.

Förslaget reglerar förhållandet mellan näringsidkare och konsumenter. Förslaget innebär att näringsidkare behöver ett förhandsgodkännande av ett ackrediterat organ för att använda ett miljöpåstående i kommersiellt syfte. För att få ett sådant måste ett antal kriterier uppfyllas.”¹

Journalistförbundet anser i likhet med regeringen att ambitionen med förslaget är god. Det är viktigt att vilseledande miljöpåståenden motverkas. Samtidigt är det viktigt att värna yttrandefriheten och möjligheten att bedriva en allsidig konsumentjournalistik. Som framgår av ovan nämnda Fakta PM är det därför viktigt att analysera hur bestämmelserna i direktivet förhåller sig till de gränser som TF och YGL ställer upp.²

Journalistförbundet noterar att direktivet får effekten att om ett bilföretag till exempel uppger att en bilmodell släpper ut x antal gram koldioxid per kilometer, men inte får ett förhandsgodkännande om att det stämmer kommer det fortfarande gå att hävda det i media, i till exempel en intervju, med stöd av mediegrundlagarna. Det är enligt Journalistförbundet viktigt att den myndighet som sköter förhandsgodkännandet går att granska journalistiskt och dess beslut måste gå att ifrågasätta. Det är därför naturligt att miljöpåståenden som inte klarat ett förhandsgodkännande ändå går att återge i media.

Grundlagarnas tillämpning på kommersiellt innehåll

Mediegrundlagarnas tillämpningsområde är begränsat och omfattar inte rent kommersiellt innehåll. Det anses följa av att ändamålet med tryckfrihetsförordningen är att ”säkerställa ett fritt meningsutbyte, en fri och allsidig upplysning”. Det gör att marknadsföringslagens bestämmelser kan tillämpas på marknadsföring utan hinder av TF. Skulle en annons ha ett annat syfte än ett rent kommersiellt, kan annonsen – helt eller delvis – bli bedömd enligt TF.³

Generella förbud mot reklam för vissa varor, till exempel alkohol, har inte ansetts förenligt med TF och därför har uttryckliga undantag införts i TF 1 kapitlet, 12 §. I samma paragraf finns ett undantag som gäller ”krav att införa och på ett visst sätt utforma varningstext, innehållsdeklaration

¹ Se Regeringskansliets faktapromemoria 2022/23:FPM80, sid 1 f.

² Se Regeringskansliets faktapromemoria 2022/23:FPM80, sid 5.

³ Se Warling-Nerep, Wiweka, En orientering i Tryckfrihet och Yttrandefrihet, 4 uppl, sid 58.

eller annan liknande produktinformation om syftet är skydd för hälsa eller miljö eller konsumentskydd," (punkt 4). Tillämpningsområdet beskrivs i förarbetena på följande sätt:

Med "varningstext" bör förstås texter som har ett syfte att upplysa konsumenter om vissa skadliga egenskaper hos en viss produkt. Med begreppet "innehållsdeklaration" bör typiskt sett avses en lista över vilka ämnen eller ingredienser som ingår i ett livsmedel eller någon annan produkt. Med "annat liknande produktinformation" avses bl.a. uppgifter om hur en viss produkt (t.ex. ett läkemedel) ska användas eller hur den ska hanteras i avfallsledet.⁴

Direktivets tillämpning i Sverige

Syftet med det aktuella direktivet är att reglera miljöpåståenden i kommersiellt syfte. Som framgår av ovan anses mediegrundlagarna inte tillämpliga på rent kommersiellt innehåll. Miljöpåståenden tycks dock röra sig i gränlandet mellan reklam och konsumentinformation, eftersom syftet med att upplysa konsumenter inte nödvändigtvis behöver vara kommersiellt. Det kan därför inte uteslutas att miljöpåståenden faller innanför mediegrundlagarnas materiella tillämpningsområde. Enligt TF finns det genom en delegationsbestämmelse möjlighet att i vanlig lag reglera "krav att införa och på ett visst sätt utforma varningstext, innehållsdeklaration eller annan liknande produktinformation om syftet är skydd för hälsa eller miljö eller konsumentskydd". Det kan vid en första anblick förefalla som att miljöpåståenden ryms inom "annan liknande produktinformation". Av förarbetena framgår det dock att detta ska tolkas relativt snävt. Avsikten var i vart fall inte att reglera information som närmast framstår som värdeomdömen om produkter.

Enligt Journalistförbundets bedömning finns det mot bakgrund av vad som framgår ovan ingen möjlighet att inom ramen för dagens reglering förbjuda den typen av felaktiga miljöpåståenden som direktivet reglerar i de fall de anses falla inom mediegrundlagarnas materiella tillämpningsområde. Särskilt inte som direktivet föreskriver att det ska införas en förhandsgranskning, det vill säga i praktiken en censurmyndighet, för miljöpåståenden. Journalistförbundet anser inte att miljöpåståenden som faller inom mediegrundlagarnas materiella tillämpningsområde ska förbjudas. Enligt Journalistförbundet bör regeringen därför, i det fortsatta lagstiftningsarbetet inom EU, verka för att det införs ett tydligt undantag som omhändertar de konflikter som kan uppstå mellan direktivet och mediegrundlagarna när direktivet ska implementeras i svensk rätt.



Ulrika Hyllert
Förbundsordförande
Journalistförbundet

⁴ Se SOU 2016:58 "Ändrade mediegrundlagarna", del 1, sid 461.