Coop fällda för vilseledande och otillbörlig marknadsföring

*I maj 2016 stämde Svenskt Växtskydd\* Coop Sverige AB för vilseledande och otillbörlig marknadsföring. Stämningen gällde* *reklamfilmerna ”ekoeffekten” och ”Amelia testar ekoeffekten”. Den 3 juli 2017 föll domen i Patent- och marknadsdomstolen och Svenskt Växtskydd vann på samtliga punkter.*

Coops reklamfilmer olagliga

Svenskt Växtskydd stämde Coop för de två reklamfilmerna ”ekoeffekten” och ”Amelia testar ekoeffekten” eftersom Coop i filmerna på ett ytterst tvivelaktigt och vilseledande sätt försökte påvisa att ekologisk mat skulle vara bättre för hälsan och för miljön jämfört med annan mat.

*- Coop har med en riggad studie som grund spelat in ett par filmer där man överdriver, ljuger och skräms, säger Anders Normann verksamhetsledare för Svenskt Växtskydd.*

Det är oetiskt och olagligt att vilseleda kunder med den typ av ovederhäftiga påståenden som förekommer i reklamen, något som blir extra tydligt i och med Patent- och marknadsdomstolens fällande dom.

Vite om liknande budskap upprepas

Coop måste, förutom att betala rättegångskostnaderna, betala 1.000.000 kr i vite i det fall de på nytt antingen marknadsför livsmedel på det ovederhäftiga sätt som skett eller marknadsför livsmedel på väsentligen liknande sätt.

Förenklat kan sägas att Coop får betala vite om de exempelvis:

* visar filmerna ”ekoeffekten” eller ”Amelia testar ekoeffekten” igen,
* påstår att ”vi äter insektsmedel” om konventionell mat,
* skriver att ekologisk mat odlas utan kemiska bekämpningsmedel,
* hävdar att ekologisk livsmedelsproduktion ökar mångfalden i naturen, eller
* på något annat sätt marknadsför att ekologiskt odlade livsmedel är bättre och medför färre risker ur hälsosynpunkt än konventionellt odlade livsmedel.

En fråga om marknadsföring och inte en attack mot eko-produktionen

Stämningen handlar om brott mot marknadsföringsregelverket. Flertalet gånger har Coop felaktigt uttalat sig om att stämningen skulle handla om att Svenskt Växtskydd vill stoppa eller gå till attack mot den ekologiska livsmedelsproduktionen.

Svenskt Växtskydds medlemsföretag tillverkar och säljer både kemiska och biologiska växtskyddsmedel för användning inom konventionell och ekologisk odling.

- *Vi bryr oss inte om huruvida lantbrukare väljer en ekologisk eller konventionell produktionsinriktning och det är inte alls det stämningen och domen handlar om,* säger Anders Normann*.*

Svenskt Växtskydd värnar om en konkurrenskraftig jordbruks- och livsmedelsproduktion

Svenskt Växtskydd arbetar för en ökad svensk livsmedelsproduktion och för att stärka hela det svenska lantbrukets konkurrenskraft.

*- Att låta Coop kommunicera att ekologisk mat skulle vara bättre för hälsan och för miljön är fel av många anledningar, inte minst för att det ger sken av att det alltid skulle vara bättre att välja importerad ekologisk mat framför den svenskproducerade. Det finns inget belägg för det. Det finns däremot belägg för att den svenska maten nästan alltid är bättre än den importerade ur miljösynpunkt samt att den svenska maten generellt innehåller mycket låga resthalter av bekämpningsmedel,* avslutar Anders Normann.

Intresserad av att veta mer och diskutera rättsfallet?

KTF utbildning anordnar ett frukostseminarium den 7 september.

Anmälan till frukostseminariet genom att klicka nedan:

<http://ktfutbildning.se/vara-utbildningar/2017/9/7/frukostseminarium-coop-fallet>

Domen mot Coop Sverige AB kan läsas nedan:

<http://www.mynewsdesk.com/se/kemisktekniskaforetagen-ktf/documents/stockholms-tp-pmt-11299-16-dom-2017-07-03-68739>

För vidare information: Anders Normann, verksamhetsledare Svenskt Växtskydd

[anders.normann@svensktvaxtskydd.se](mailto:anders.normann@svensktvaxtskydd.se) eller +46 70-591 81 62

Ida Björling, Svenskt Växtskydd

[ida.bjorling@svensktvaxtskydd.se](mailto:ida.bjorling@svensktvaxtskydd.se) eller +46 70-912 50 47

\*Svenskt Växtskydd är en av fem branschföreningar inom Kemisk Tekniska Företagen (KTF). Stämningen är hanterad via servicebolaget KTF Organisation AB.