**2019-12-05**

**Företaget Dagsmeja döms för vilseledande marknadsföring rörande varumärket ”Attitude”**

Som en del i arbetet att säkerställa konsumentskydd och rättvis konkurrens på marknaden stämde KoHF

sommaren 2018 företaget Dagsmeja för otillbörliga hälso- och miljöpåståenden i marknadsföringen av den importerade produktserien ”Attitude”. Produktserien ”Attitude” består av tvätt- och rengöringsmedel samt kosmetiska produkter.

KoHF menade att de gått långt över gränsen för vad man får säga för att sälja sin produkt.

*- En av KoHFs huvuduppgifter är att säkerställa lagenlighet på marknaden, vi accepterar inte att företag försöker vinna marknadsfördelar genom falska påståenden och felaktig produktmärkning*, säger Olof Holmer VD för KoHF.

**Dagsmeja, fällt på samtliga 59 punkter**

Dagsmeja har nu fällts på samtliga 59 punkter som KoHF tog upp i sin anmälan, dessa gäller vilseledande marknadsföringspåståenden, symboler och bilder samt även felaktig märkning. Några exempel på punkter de blivit fällda för följer nedan:

* *”Alla Attitudes produkter och biprodukter är fria från cancerogena ämnen, mutagener och hormonstörande gifter”*

Detta insinuerar att andra rengöringsprodukter skulle kunna innehålla ämnen med sådana egenskaper. Det är inte sant och dessutom är det förstås förbjudet.

* *”Certifierat miljövänliga enligt UL-Ecologo”*

Att reservationslöst påstå att produkter är miljövänliga är falskt. Även om man hänvisar till en miljömärkning som skulle vara känd och erkänd i Sverige, så måste man vara specifik i vad som gör produkten ”miljövänlig”.

* *”Vegan”*

Dagsmeja har inte kunnat påvisat att produkterna är veganska, det är förstås allvarligt i det fall en konsument vill ha en vegansk produkt men inte får det.

* *”CO2-neutral: bidrar inte till klimatförändring”*

Dagsmeja har inte kunnat påvisa att detta påstående stämmer. Att använda sig av påståenden om klimatneutralitet utan att kunna underbygga det med fakta är givetvis förkastligt. Konsumenter blir vilseledda, företag som arbetar seriöst med dessa frågor drabbas av oschysst konkurrens och tyngden i en viktig samhällsfråga negligeras. Detta brukar kallas ”Greenwash”.

* Felaktig produktmärkning

Slutligen har också Dagsmeja underlåtit sig att märka produkterna korrekt. Bland annat gäller det ett diskmedel som saknar de korrekta och lagstadgade faroangivelserna ”Irriterar huden” och ”Orsakar allvarlig ögonirritation”.

–*Det är positivt att domstolen klargör vad som är vilseledande marknadsföring när det kommer till hälso- och miljöpåståenden för produkter. Vi är nöjda med hur domstolen har resonerat och vi tror att det kan finnas andra som kan ta lärdom av detta*, avslutar Olof Holmer.

För ytterligare information, kontakta Olof Holmer: olof.holmer@ktf.se eller +46 70-950 70 19

Kosmetik- och hygienföretagen, KoHF är den svenska branschföreningen för leverantörer av kosmetik, hygien- och rengöringsprodukter på den svenska konsumentmarknaden.