

Miljøstyrelsens vejledning om "fri-for"-anprisninger på kemikalieområdet

Denne vejledning er udarbejdet af Miljøstyrelsen som en hjælp til de virksomheder, der ønsker at markedsføre sig med, at deres produkter ikke indeholder specifikke kemiske stoffer eller blandinger. Vejledningen giver i den forbindelse et overblik over, hvad man skal være opmærksom på, for bl.a. at iagttage markedsføringsloven, som Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med.

Vejledningen indeholder følgende:

- generelle anvisninger
- konkrete krav til anprisninger
- eksempler
- produktspecifikke regler på kemikalieområdet

Generelle forudsætninger for fri-for-anprisninger - markedsføringsloven

Anprisninger på produkter er reguleret af markedsføringslovens¹ regelsæt, særligt dennes § 1 om god markedsføringsskik og § 3 om vildledende og utilbørlig markedsføring. Nedenfor listes de vigtigste ting man skal tænke på, hvis man vil fremhæve fraværet af specifikke stoffer eller stofgrupper i sine produkter.² Hvis der i anden lovgivning er fastsat særlige regler om markedsføring af produkter, der er af betydning for "fri-for"-anprisninger, skal disse regler også følges. Se nærmere neden for under "produktspecifikke regler på kemikalieområdet"

Husk følgende krav, når du vil fremhæve at dit produkt ikke indeholder et bestemt stof:

- **Relevant forbrugeroplysning:** At anprise fravær af specifikke stoffer, kan i nogle tilfælde forårsage en ubegrundet negativ forbrugeropfattelse af ellers lovligt anvendte stoffer. "Fri for"-anprisninger og lignende bør derfor kun anvendes, når der er tale om en relevant forbrugeroplysning, der har til formål at give forbrugerne mulighed for at træffe et oplyst valg, når de køber ind.
Eksempel: "Uden parfume" er en relevant forbrugeroplysning, da parfumestoffer kan forårsage allergi, og anprisningen kan dermed hjælpe forbrugere, der gerne vil undgå produkter med parfume.
- **"Fri-for"-anprisninger signalerer sikrere produkter:** En "fri-for"- et uønsket stof-anprisning på et produkt vil give forbrugerne en opfattelse af, at produktet er sundere/sikrere end andre produkter, der ikke har denne anprisning. Hvis det stof, som man ved en fri-for-anprisning fremhæver at produktet ikke indeholder, er udskiftet med et andet stof, der er ligeså bekymrende, vil dette

¹ Lovbekendtgørelse nr. 1216 om markedsføring af 25. september 2013, som ændret ved lov nr. 1460 af 17. december 2013.

² En mere udførlig vejledning fås i [Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande mv. i markedsføringen, januar 2011](#)

dermed kunne være vildledende. Der skal derfor findes bedre alternativer at tilgå, hvis man vil udskifte et uønsket stof til et andet.

Eksempel: Hvis bisphenol A er udskiftet med en anden type bisphenoler, som kan være tilsvarende problematiske, vil det være vildledende at anprise "uden bisphenol A".

- **Fri-for-anpriser må ikke bruges for forbudte stoffer:** Det følger af retspraksis, at det f.eks. ikke er tilladt, at anprise fravær af allerede forbudte stoffer.
Eksempel: "Uden bly" på maling: Denne anprisning vil være vildledende, da bly er generelt forbudt i maling.³
- **Klart budskab:** Anpriserne skal være præcise, relevante og klare, og givet på en objektiv måde. Det vil f.eks. sige, at det skal være tydeligt, hvilke stoffer, der er tale om, eller at anpriserne ikke må skabe ubegrundet frygt eller bekymring for et stof eller blanding.
Eksempel: Anprisningen "Fri for hormonforstyrrende stoffer" er for bredt formuleret og bliver uklar for forbrugerne. Det er ikke tydeligt, hvilke stoffer, der er tale om. Alle hormonforstyrrende stoffer er endvidere heller ikke kendt, og anprisningen giver på det punkt derfor hverken mening, eller kan dokumenteres.
Eksempel: "Uden kræftfremkaldende aluminium" kan være vildledende, da der på nuværende tidspunkt ikke er dokumentation for at aluminium fremkalder kræft, og der dermed også skabes ubegrundet bekymring for stoffet.
- **Det skal give mening:** De pågældende anpriser skal give mening for produktet og være væsentlige, f.eks. må "fri for"-anpriser ikke omhandle stoffer, der normalt set ikke bruges i den type produkter de anvendes for.
Eksempel: "Uden ftalater" på et rent træprodukt: Ftalater bruges til at blødgøre plast, og anprisningen er derfor kun relevant på produkter af materialer, hvor ftalater kunne tænkes at findes, dvs. i dette eksempel plast.
- **Dokumentation for rigtighed:** Anpriserne skal naturligvis også være sandfærdige, og skal være underbygget af relevant og fyldestgørende dokumentation, som skal vise, at produkterne rent faktisk ikke indeholder de nævnte stoffer⁴. Det kan være i form af uafhængige analyseresultater, dokumentation fra leverandører og lignende. Er en undersøgelse udført af producenten eller den erhvervsdrivende, som markedsfører produktet, skal undersøgelsen være vurderet af en uafhængig instans, eller det må på anden lige så betryggende måde kunne bekræftes, at undersøgelsen har været korrekt udført, og at vurderingen af resultatet kan forsvares på et rent fagligt grundlag.⁵
Eksempel: Se eksempler under punktet "Klart budskab".

³ Bortset fra i korrosionsbeskyttelses- og antibegroningsmaling.

⁴ Markedsføringslovens § 3, stk. 3.

⁵ Forbrugerombudsmandens vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande mv. i markedsføringen, afsnit 6.3.

Produktspecifikke regler

Kosmetiske produkter

Kosmetiske produkter reguleres af kosmetikforordningen (EF nr. 1223/2009), hvis artikel 20 forbyder vildledende markedsføring af kosmetiske produkter. Der er lavet en forordning med tilhørende vejledning, som giver nærmere beskrivelse af, hvordan kosmetiske produkter må anpriser. Bestemmelserne i denne forordning svarer i hovedtræk til de generelle regler i markedsføringsloven, men er mere detaljerede. Vejledningen giver desuden specifikke eksempler på anprisninger, som kunne være omfattet af bestemmelserne, og der er også et afsnit med best practises for dokumentation af anprisninger på kosmetik. Yderligere retningslinjer om "fri-for"-anprisninger diskuteres i øjeblikket i EU, og vil fremover formentlig supplere vejledningen nedenfor.

[Kosmetikforordningen](#)

[Forordning \(EF\) nr. 655/2013 om fastsættelse af fælles kriterier for underbygning af anprisninger i forbindelse med kosmetiske produkter](#)

[Vejledning til forordning \(EF\) nr. 655 /2013](#)

Kemiske stoffer og produkter

I bekendtgørelse om klassificering, emballering, mærkning, salg og opbevaring af kemiske stoffer og produkter (nr.1075 af 2011) er der regler om vildledende markedsføring i kapitel 6. Heraf fremgår f.eks., at det ikke er tilladt at skrive, at varen ikke indeholder et bestemt stof, med mindre det er relevant for forbrugerne, og varen i øvrigt ikke indeholder andre stoffer, der er lige så skadelige. Det er heller ikke tilladt at skrive "uden organiske opløsningsmidler", hvis andre produkter af samme type normalt ikke indeholder organiske opløsningsmidler. Disse bestemmelser svarer til en vis grad til de generelle regler i markedsføringsloven, men er mere specifikke, og håndhæves af Kemikalieinspektionen og ikke Forbrugerombudsmanden.

Foruden de rene kemikalier som for eksempel acetone, saltsyre, terpentint gælder reglerne også dagligvarer som for eksempel rengøringsmidler, vaskepulver, lim og maling.

Læs mere på Miljøstyrelsens hjemmeside:

[Faktaark om vildledende markedsføring](#)

Læs også [Miljøministeriets bekendtgørelse om klassificering, emballering, mærkning, salg og opbevaring af kemiske stoffer og produkter](#)

Bekæmpelsesmidler

Bekæmpelsesmidler er farlige over for de organismer, man ønsker at bekæmpe og det kan ikke udelukkes, at de også kan være farlige over for mennesker og miljø. Man må derfor ikke bruge ord, beskrivelser eller produktnavne, der kan give forbrugeren den opfattelse, at midlet er uden risiko for mennesker og miljø. Reglerne finder man i bekendtgørelse om bekæmpelsesmidler, og forordning om markedsføring af bekæmpelsesmidler (EF nr. 1107/2009). Disse bestemmelser svarer til en vis grad til de generelle regler i markedsføringsloven, men er mere specifikke, og håndhæves af Kemikalieinspektionen og ikke Forbrugerombudsmanden.

Læs mere på Miljøstyrelsens hjemmeside: [Vildledende markedsføring af bekæmpelsesmidler](#)

[Miljøministeriets bekendtgørelse nr. 702 af 28. juni 2011 om bekæmpelsesmidler](#)

[Forordning \(EF\) nr. 1107/2001 om markedsføring af bekæmpelsesmidler](#)