

Stockholm, 22 oktober, 2007

Till  
Konsumentverket  
Box 48  
651 02 Karlstad

## **ANMÄLAN**

Anmälare: Föreningen Greenpeace-Norden, 857204-4280, Box 151 64, 104 65 Stockholm

Företag: OK-Q8 AB, 556027-3244, Box 23 900, 104 35 Stockholm

Saken: Vilsedande och otillbörlig marknadsföring

Begäran: att Konsumentverket skall förbjuda OK-Q8 AB att använda allmänna miljöargument i sin marknadsföring för drivmedlet Diesel Eco20.

Greenpeace är en ledande internationell miljöorganisation med en uttalad konsumentpolitisk agenda. Marknadsdomstolen har i mål C 26/06 konstaterat, att Greenpeace är att betrakta som en sammanslutning av konsumenter enligt Marknadsföringslagens § 38.

OKQ8 är Sveriges största bensinbolag. Bolaget planerar att lansera ett nytt drivmedel med namn *Diesel Eco20* i Sverige. Dieseln består enligt OKQ8 av 80 procent fossil diesel samt 20 procent biobränslen. I dagsläget innehåller biobränslet en blandning av 90 procent palmolja samt 10 procent animaliska fetter.

OKQ8 marknadsför sin satsning bland annat med uttryck som ”**bra för klimatet**”, ”**bättre för bilen - och för klimatet**”, ”**en grön världsnyhet**” och ”**miljödieseln som alla tjänar på**”. (se bilaga 1-3)

Greenpeace anser att bolagets marknadsföring är vilseledande och otillbörlig enligt Marknadsföringslagens §§ 4 och 6.

Greenpeace anser att den nya produkten inte bidrar till en hållbar utveckling utan tvärt om innebär flera betydande och allvarliga miljörisiker.

1. Eftersom Diesel Eco20 till 80 procent består av fossila bränslen kan den inte vara ”bra för klimatet”. Då förbränning av fossil diesel i fordon per automatik leder till utsläpp av bland annat koldioxid är det således ett missvisande påstående. Världens ledande klimatforskare är eniga om att det är människans utsläpp av växthusgaser som just koldioxid till atmosfären som ligger bakom de stigande temperaturerna på jorden.
2. Eftersom Diesel Eco20 består av 18 procent palmolja finns ytterligare problem med påståendet att bränslet är ”bra för klimatet” eller att det är en ”grön världsnyhet”. En ökad efterfrågan på palmolja kräver en expansion av oljepalmsplantager framför allt i Sydostasien. Detta leder direkt eller indirekt till skövling och bränning av skog för att ge plats åt nya odlingar. I och med avskogningen följer en ökad förlust av biologisk mångfald samt enorma utsläpp av växthusgaser. *Institut für Energie- und Umweltforschung* har på Greenpeace begäran utvärderat i vilka fall som användningen av palmolja till och med får en än mer negativ verkan i jämförelse med sin fossila motsvarighet vad gäller utsläpp av bland annat koldioxid. (se bilaga 4)
3. Eftersom en utökad palmoljeproduktion för att tillfredsställa efterfrågan på biodrivmedel oundvikligen kommer att leda till att regnskogsområden skövlas eller bränns ned, skapas också problem för alla de människor som är beroende av skogarna för sin överlevnad. Konflikter mellan palmoljebolag/skogsbolag och ursprungsbefolkningar är vanligt förekommande i både Malaysia och Indonesien. Att palmoljedieseln är något som ”alla tjänar på” blir därför missvisande i sammanhanget.

Klimatförändringen är den idag kanske mest uppmärksammade samhällsfrågan både nationellt och internationellt. Bolagets marknadsföring utnyttjar den allmänna oron för klimatfrågan av kommersiella skäl för att skaffa avsättning för en ny produkt. Marknadsföringen drabbar både konsumenter, som bibringas en felaktig uppfattning om produktens miljövänlighet, och konkurrenter, som drabbas av en konkurrensmässig störning på felaktiga grunder.

Konsumentverket och Marknadsdomstolen har upprepade gånger fastslagit att svepande uttalanden med miljöanknytning är förbjudna i reklamsammanhang. Bolagets användande av miljöargument vid marknadsföring av det nya drivmedlet strider uppenbart mot Marknadsföringslagens bestämmelser samt mot ICC:s regler för miljöreklam.

Vi ber därför Konsumentverket att stoppa OK-Q8 AB från att använda de vilseledande begreppen ”**bra för klimatet**”, ”**bättre för bilen - och för klimatet**”, ”**en grön världsnyhet**” och ”**miljödieseln som alla tjänar på**” och liknande i samband med Diesel Eco20.

Med vänlig hälsning

Lennart Daléus  
Generalsekreterare

Bilagor:

1. Utskrift från OKQ8:s hemsida: <http://www.okq8.se/omokq8/omokq8/halsa,miljo-sakerhet/dieseeco20> (2007-10-22)
2. Tidningen Oqtan, *klimatextra, Eco 20!*, sid 5.
3. Kopia på OKQ8:s broschyr: *Till dig som är medlem, nummer 9 2007*.
4. Institut für Energie- und Umweltforschung, 2007, *Conclusive Evaluation of Studies Assessing the Environmental Impact of the Use of Palm Oil as a Bioenergy Carrier*.