



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

26. juni 2024

Besvarelse af spørgsmål 256 alm. del stillet af udvalget den 3. maj 2024 efter ønske fra Carl Valentin (SF).

ERHVERVSMINISTERIET

Spørgsmål:

Er det i overensstemmelse med markedsføringslovens regler og god markedsføringsskik at markedsføre kosmetikprodukter til børn – f.eks. via influencers – og gælder det også, hvis produkterne indeholder allergener, hormonforstyrrende stoffer eller anden farlig kemi, som børn kan være særlig sårbare overfor?

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Tlf. 33 92 33 50
Fax. 33 12 37 78
CVR-nr. 10092485
EAN nr. 5798000026001
em@em.dk
www.em.dk

Svar:

Det er vigtigt, at børn og unge kan færdes trygt og sikkert online, herunder på sociale medier. Dette gælder ikke mindst i forhold til markedsføring af produkter, der er uegnede til børn. Derfor er det positivt, at der findes en række regler, der netop har til formål at beskytte børn og unge på området.

Der findes allerede i dag regler i markedsføringsloven, der skal sikre, at erhvervsdrivende udviser god skik, og at den markedsføring, de anvender, ikke er vildledende. Det vil ikke være i overensstemmelse med markedsføringslovens regler at markedsføre et ulovligt produkt.

Det følger desuden af markedsføringslovens § 3, stk. 2, at handelspraksis, der er rettet mod børn og unge, skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans. Bestemmelsen har til formål at beskytte børn og unge i forbindelse med markedsføring rettet specielt mod denne målgruppe, da de er lettere at påvirke og nemmere at præge end voksne. Bestemmelsen er udtryk for en agtsomhedsnorm og for en generel skærpelse i forhold til de øvrige bestemmelser i markedsføringsloven. Det er en konkret vurdering, hvornår en given handelspraksis bevæger sig over grænsen for, hvad der er tilladt.

Det følger endvidere af markedsføringslovens § 11, stk. 2, at handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år ikke må indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til produkter, der er uegnede til børn. Ved vurderingen af, om et produkt er uegnet til børn og unge under 18 år, lægges der først og fremmest vægt på, om produktet i henhold til lovgivningen kan

sælges til børn og unge under 18 år. Det vil fx ikke være tilladt at markedsføre tatoveringer eller kosmetiske indgreb, som næseløft, implantater botox og tandblegning. Derudover kan der lægges vægt på, om det er velkendt, at produktet påvirker kroppen på u hensigtsmæssig vis, eller om produkterne frarådes af myndighederne til børn og unge under 18 år. Det gælder fx so-larier, energidrikke eller slankeprodukter.

Markedsføring af kosmetikprodukter kan således efter omstændighederne være i strid med markedsføringslovens krav om god skik og forbuddet mod markedsføring rettet mod børn og unge af produkter, der er uegnede for dem. Det vil i givet fald være Forbrugerombudsmanden, der skal afgøre, om markedsføringen er i strid med markedsføringslovens regler.

Der gælder herudover regler for markedsføring af kosmetikprodukter i kos-metikforordningen, som hører under Miljøministeriets ressortområde. Mil-jøministeriet har til brug for besvarelsen af spørgsmålet oplyst følgende:

"Kosmetikforordningen harmoniserer reglerne for markedsføring af kos-metiske produkter i EU. Det er ulovligt at markedsføre kosmetiske produk-ter, der ikke overholder reglerne i forordningen. Kosmetiske produkter målrettet børn må ikke indeholde stoffer, som kan udgøre en risiko for børn. Hvis et kosmetisk produkt er beregnet til børn, så er der krav om, at fabri-kanter skal tage højde for det ved udarbejdelse af sikkerhedsvurderingen af produktet. Herudover skal fabrikanter overholde de begrænsninger, der fremgår af kosmetikforordningen, såsom begrænsninger af visse hormon-forstyrrende stoffer og allergener.

Håndhævelsen af kosmetikforordningen sker via kemikalieloven, herunder også online markedsføring. Reglerne gælder også for onlineindhold produ-ceret af influencere, forudsat at influenceren er eller arbejder på vegne af en økonomisk aktør, der er omfattet af kosmetikforordningen."

Med venlig hilsen

Morten Bødskov