



**ERHVERVS MINISTEREN**

13. januar 2025

**Besvarelse af spørgsmål 2 ad L 26 stillet af Erhvervsudvalget den 5. december 2024 efter ønske fra Karina Lorentzen Dehnhardt (SF).**

**ERHVERVS MINISTERIET**

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

**Spørgsmål:**

Vil ministeren redegøre for de problematikker, som ministeren nævnte under 1. behandlingen den 3. december, der skal undersøges i forhold til EU-retten? I forlængelse heraf, vil ministeren oplyse, om Norge, som danner baggrund for lovforslaget ikke allerede har undersøgt det? Endeligt bedes ministeren redegøre for, hvordan Frankrig har kunnet lave et forslag om mærkning af retoucherede reklamer uden problemer med EU-retten?

Tlf. 33 92 33 50  
Fax 33 12 37 78  
CVR-nr. 10 09 24 85  
EAN nr. 5798000026001  
em@em.dk  
www.em.dk

**Svar:**

Med SF's lovforslag lægges der op til at regulere brugen af retoucheret reklame gennem ændring af markedsføringsreglerne. Markedsføringsreglerne er reguleret på EU-niveau i direktivet om urimelig handelspraksis. Direktivet indebærer, at medlemslandene ikke må fastsætte mere vidtgående eller lempeligere regler inden for direktivets anvendelsesområde. Der er derfor grænser for, hvad der er muligt ift. national lovgivning. Det er korrekt, at Norge i forbindelse med deres lovforslag om mærkning af retoucheret reklame har vurderet, at deres forslag er i overensstemmelse med EU-retten.

Den franske ordning, som nævnes i spørgsmålet, vedrører, som jeg er oplyst, mærkning af fotografier af modeller i reklamebudskaber (til kommercielt brug). Der er tale om en væsentlig anden ordning, som er mindre omfattende, end det danske forslag om retouchering. I den franske ordning stilles f.eks. ikke specifikke krav til mærkets form og udtryk. Det kan betyde, at mærkningen kan være mere eller mindre synlig. Derfor kan de to ordninger ikke umiddelbart sammenlignes, herunder deres forenelighed med EU-retten.

Med venlig hilsen

Morten Bødskov