

Tillgång till information om bränsleförbrukning och koldioxidutsläpp vid marknadsföring av nya personbilar

Konsumentverket ser positivt på ett tydligt genomförande av Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/94/EG av den 13 december 1999 om tillgång till konsumentinformation om bränsleekonomi och koldioxidutsläpp vid marknadsföring av nya personbilar och har följande kommentarer.

Konsumenters tillgång till information om bränsleförbrukning och koldioxidutsläpp är värdefull. Det ger konsumenter bättre förutsättningar att kunna göra jämförelser mellan fordon och att fatta välgrundade affärsbeslut.

Konsumentverket delar uppfattningen att översikten som nämns i bilaga II till direktiv 1999/94/EG med hänsyn till att uppgifterna som ska lämnas redan registreras med stöd av förordning (EU) nr 2019/631 medför att det inte är nödvändigt att utarbeta översikten i samråd med tillverkare.

Vidare ska översikten enligt artikel 4 i direktiv 1999/94/EG samt bilaga II till samma direktiv vara en fullständig förteckning över alla nya personbilsmodeller som kan köpas inom medlemsstaten, vara kompakt och bärbar samt ska på konsumentens begäran erbjudas den gratis både på försäljningsstället och vid ett utsett organ i varje medlemsstat. Översikten har tidigare implementerats genom Konsumentverkets papperspublikation Nybilsguiden. Denna har dock inte producerats sedan år 2005. Informationen har delvis förts över till webbplatsen www.bilsvar.se.

I promemorian nämns att Konsumentverket idag tillhandahåller "en sådan översikt" på Bilsvar.se. Konsumentverket vill dock uppmärksamma regeringen om att informationen på [Bilsvar](http://Bilsvar.se) förvisso innehåller en förteckning över alla personbilar uppdelade på fabrikat. Enligt bilaga II till direktiv 1999/94/EG ska förteckningen dock innehålla en lista över de 10 mest bränsleeffektiva nya modellerna rangordnade efter ökande CO₂-utsläpp för varje bränsletyp. Den listan saknas. [Bilsvar](http://Bilsvar.se) erbjuder istället ett klimatindex som beräknas utifrån hur mycket koldioxid per mil som varje bil släpper ut. Utgångspunkten för klimatindexet är den bränsleförbrukning som biltillverkaren anger kombinerat med utsläppen från de drivmedel som finns på marknaden. Bilarnas koldioxidvärde läggs därefter i en lista och placeringen på listan ger ett

klimatindex som visar hur en bils klimatpåverkan ser ut i förhållande till andra bilar på marknaden.

Enligt bilagan till direktivet ska förteckningen dessutom innehålla råd till bilförare att riktig användning och regelbundet underhåll av fordonet samt körsätt kan minska bilens bränsleförbrukning. Vidare ska förteckningen innehålla en förklaring avseende vilka effekter utsläppen av växthusgaser får, hänvisning till gemenskapens mål för genomsnittliga koldioxidutsläpp från nya personbilar samt datum då detta ska ha uppnåtts eller en hänvisning till kommissionens Internetöversikt över bilars bränsleekonomi och koldioxidutsläpp. Bilsvaret innehåller idag inga sådana råd eller förklaringar.

För att direktivet fullt ut ska kunna implementeras, skulle det innebära att Bilsvaret behöver kompletteras med ovanstående information. Detta innebär ökade kostnader och i praktiken en nödvändighet för Konsumentverket att tillhandahålla Bilsvaret vilket binder resurser för myndigheten som tidigare fördelats på Konsumentverkets egna initiativ. Vidare utgör Bilsvaret ett samarbete mellan Konsumentverket och Energimyndigheten som tillsammans disponerar innehållet på webbplatsen. Det är därför av vikt att Konsumentverket får i uppdrag att tillhandahålla den översikt som avses i artikel 4 med avsatta medel för uppdraget för att det ska vara genomförbart på det sätt avses i promemorian.

Konsumentverket ser positivt på att kravet på en ”kompakt och bärbar” översikt kan uppfyllas genom en hänvisning till en webbplats.

Avslutningsvis välkomnar Konsumentverket att informationen om bränsleförbrukning och utsläpp ska anses vara väsentlig och att marknadsföringslagens (2008:486), MFL, bestämmelser ska tillämpas om informationen inte lämnas. Med en sådan lagteknisk utformning förenklas tillsynen som kan grundas på 10 § 3 stycket MFL istället för på generalklausulen om god marknadsföringssed i 5 § samma lag. Det så kallade transaktionstestet underlättas också med en sådan lösning, när det kan ske under 8 § 1 stycket MFL istället för 6 § MFL.

Detta yttrande har beslutats av avdelningschef Joachim Allard. I handläggningen har också juristen Gustaf Danielsson, projektledaren Torbjörn Noaksson och föredragande jurist Charlotte Söderlund deltagit.

.....
Joachim Allard
Beslutande

.....
Charlotte Söderlund
Föredragande