



Livsmedelsreklamens spelplan

- med fokus på AI och märkning

Märkningsdagen

4 december 2025

Advokat Katarina Ladenfors
katarina.ladenfors@marlaw.se



1

Agenda 4 december 2025

- Spelplan för märkning och marknadsföring på livsmedelsområdet
- AI och transparenskrav
- Pågående ärenden om influencer-marknadsföring
- Nya regler om miljö och hållbarhet som träder ikraft 27 september 2026



2

Livsmedelsreklamens spelplan - regleringen



3

Vilka aktörer övervakar?

Konkurrenter

-Kan vända sig till Patent- och marknadsdomstolen, Reklamombudsmannen (RO) och Miljöförvaltningen

Konsumenter

-Kan vända sig till Konsumentverket, Miljöförvaltningen, Reklamombudsmannen (RO)

Den kommunala kontrollmyndigheten/Miljöförvaltningen

Konsumentverket/KO

IMY/PTS

Reklamombudsmannen/RO

4

Marknadsstörningsavgift

31 § MFL Marknadsstörningsavgift

Marknadsstörningsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst fyra procent av näringsidkarens omsättning räkenskapsåret innan överträdelsen upphörde eller när näringsidkaren delgavs stämningsansökan, om den inte har upphört dessförinnan.

5



5

AI-förordningen – från förslag till verklighet

- 21 april 2021: Kommissionens förslag
- 6 december 2022: Rådets version
- 14 juni 2023: Europaparlamentets version
- 13 mars 2024: Antagen version
- 1 augusti 2024: Förordningen träder ikraft
- 2 augusti 2025: Förordningen börjar tillämpas

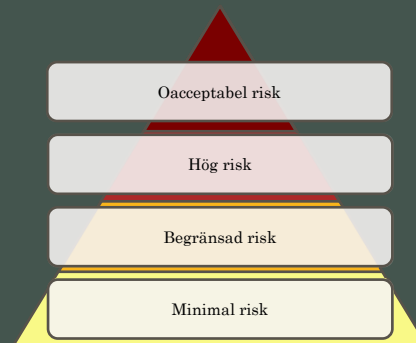
Vissa bestämmelser börjar gälla först 2 augusti 2026 bl.a. bestämmelserna om transparens.



6

AI-förordningen riskbaserad approach

Risk ska enligt artikel 3.2 förstås som kombinationen av sannolikheten för skada och denna skadas allvarlighetsgrad



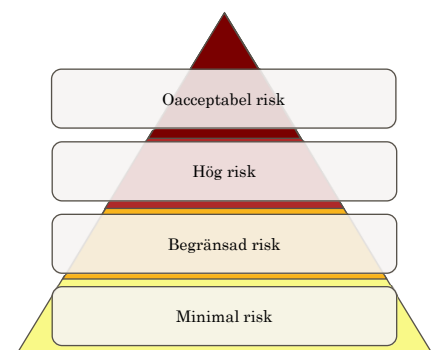
ML
MarLaw

7

Ett AI-system för allmänna ändamål, dvs. ett AI-system som bygger på en AI-modell för allmänna ändamål och som har kapacitet att tjäna en rad olika ändamål, både för direkt användning och för integrering i andra AI-system.

AI-system med begränsad risk

- Transparenskrav dvs. krav på märkning art. 50.
- Artikel 99.4 AI-förordningen säger att brott mot bl.a. artikel 50 (transparens) kan leda till administrativa sanktionsavgifter upp till: 15 miljoner euro eller 3 % av global årsomsättning – det som är högst
- Förslag – PTS tillsynsmyndighet



ML
MarLaw

8

Generativ AI – Bild (Hur fungerar det?)

 ChatGPT ▾

Logga in

Registrera dig



Vad kan jag hjälpa till med?

skapa en bild av en tjej på en häst

 Bifoga

 Sök

 Resonera



9

ML
MarLaw

9



+



=



10

ML
MarLaw

10

Transparenskrav (definitioner art. 3 AI-förordningen)

60. deepfake: AI-genererat eller AI-manipulerat bild-, ljud- eller videoinnehåll som liknar existerande personer, föremål, platser, enheter eller händelser och som för en person felaktigt kan framstå som autentiskt eller sanningsenligt.

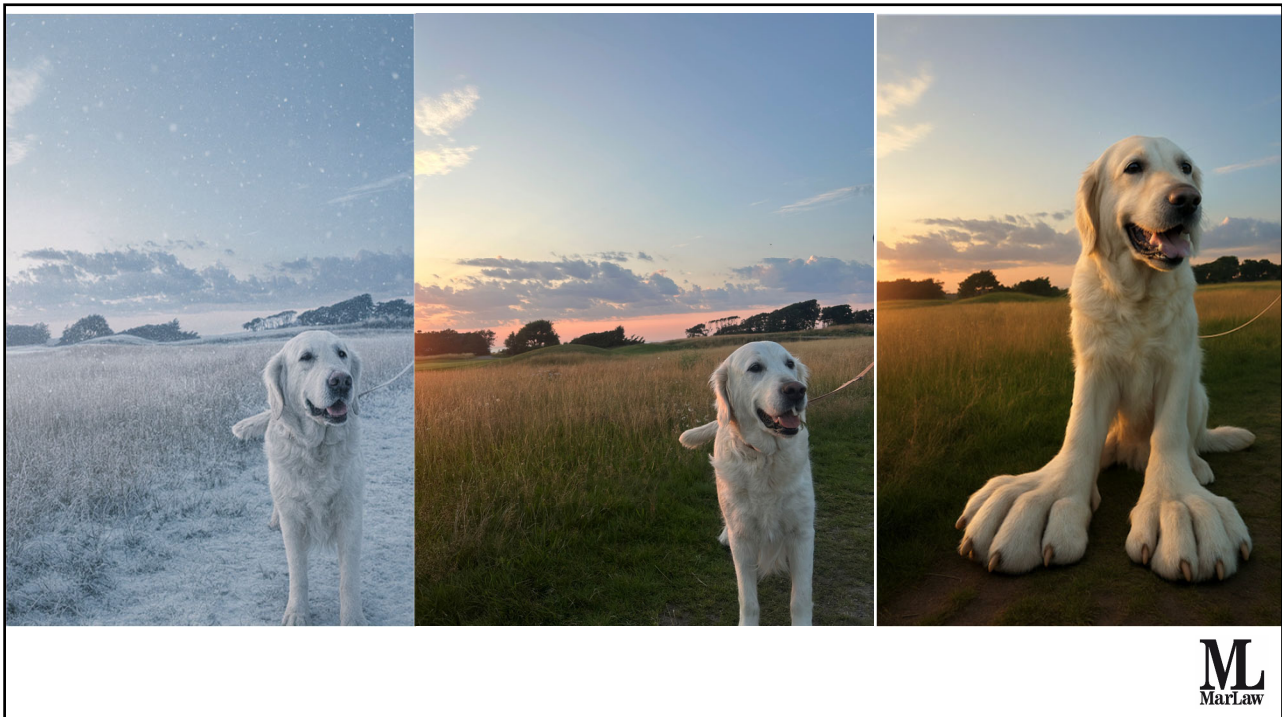
11

ML
MarLaw

11

**ML**
MarLaw

12



13

Transparenskrav tillhandahållare (användare)

Skäl 134 i AI-förordningen:

Deepfakes ska: på ett tydligt och urskiljbart sätt upplysa om att innehållet har skapats artificiellt eller manipulerats genom märkning av de utdata som producerats med AI i enlighet med det och upplysa om dess artificiella ursprung.

Artikel 50.4 i AI-förordningen:

Vid skapande av deepfakes krävs upplysning om att innehållet har genererats artificiellt eller manipulerats.

14

ML
MarLaw

14



15



16

Transparenskrav tillhandahållare (användare)

Artikel 50.4

[...] Tillhandahållare av ett AI-system som genererar eller manipulerar text som offentliggörs i syfte att informera allmänheten om frågor av allmänt intresse ska upplysa om att texten har genererats artificiellt eller manipulerats.

Artikel 50.5 i AI-förordningen (informationslämning):

Den information som avses i punkterna 1–4 ska lämnas till de berörda fysiska personerna på ett tydligt och urskiljbart sätt senast vid tidpunkten för den första interaktionen eller exponeringen. Informationen ska uppfylla de tillämpliga tillgänglighetskraven.

17



17

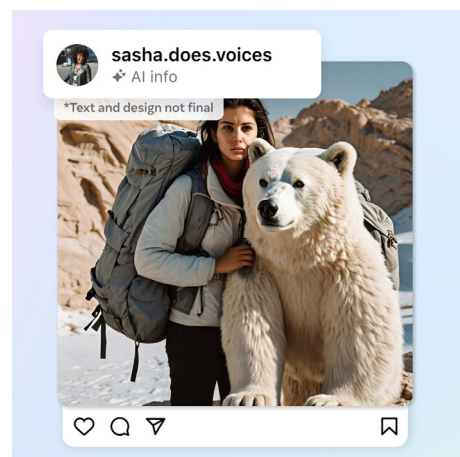
Metas etiketter för AI-genererade bilder och videos

Exempel på digitalt skapat innehåll som kräver en etikett:

- En realistisk video av en grupp personer som går runt på en utomhusmarknad
- En ljudfil med två personer som pratar
- En låt skapad med AI-genererad sång
- En reel berättad med en realistisk AI-genererad voiceover.

Exempel på digitalt skapat innehåll som inte kräver en etikett:

- Video av ett utomhuslandskap, skapad i en stil som liknar en tecknad film
- Video som har redigerats med endast mindre storleksändringar och beskärningar



18



18

Konsumentverket – bred tillsyn av influencers och företag

- Över 50 samarbeten har granskats
- Rör både annonsör och influencers
- Rör olika branscher
- Fokus på reklamidentifiering
- Viktigt med avtal och tydliga riktlinjer

19

ML
 MarLaw

19

Ämne: Re: Brev från Konsumentverket - KOV 2025/527

Hej Vilma,

Jag har mottagit och tagit del av innehållet i ditt mail samt bifogade filer gällande "Åtgående dold och vilseledande marknadsföring". Jag har försökt att nå dig per telefon flertalet gånger sedan ditt mail kom men har tyvärr inte lyckats att få tag på dig telefonledes.

Det är viktigt för mig att klargöra att jag inte har ämnat att vilseleda någon i de två nämnda inläggen som gjordes 8 januari samt 12 mars 2025.

Jag skrev inläggen med min vanliga tonalitet och missade att skriva "betalt" i samband med "samarbete" och borde såklart gjort det. Utöver dessa två inlägg har jag, sen vår senaste kontakt i samband med lanseringen av UMA okt 2023, alltid märkt samtliga inlägg för UMA på mitt konto @jenniewallden med "reklam". Jag har nu märkt de två inläggen från 8 januari samt 12 mars 2025 med "Reklam för egen verksamhet".

Jag kommer framöver ALLTID att börja samtliga inlägg som har med UMA Foods att göra med:

"Reklam för egen verksamhet"

alt

"Reklam för mina såser UMA"

alt

"Reklam för UMA"

alt

"Reklam"

alt

"Betalt samarbete"

så det inte blir otydligt på något sätt att det rör sig om marknadsföring. Jag är införstådd med att det kan bli förvirrande för konsument med bara ordet "samarbete" (precis som du skriver i dagens snabba skrollande, vilket ökar konstant) och därmed kommer jag alltid placera reklammärkningen först i inlägget innan själva copyn.

Det är inte lätt att navigera sig rätt bland allt som händer på sociala medier, det gäller även mig som spenderar mycket tid där. Jag ber om ursäkt för mitt misstag och det kommer aldrig upprepas.

Kan du vänligen bekräfta att ovan märkningar jag har skrivit ovan är i linje med de bestämmelser som råder och att jag har förstått det hela rätt.

ML
 MarLaw

20

Att det står klart för genomsnittskonsumenten att betalning utgått för inlägget är en förutsättning för att konsumenten ska förstå att det är fråga om marknadsföring. Enligt praxis är reklammarkeringar som anger ”i samarbete med” otydliga i det avseendet. Utöver ordvalet i reklammarkeringen har även markeringens övriga utformning betydelse för bedömningen av tydlighet, såsom markeringens

- placering,
- färgsättning och
- teckenstorlek (se exempelvis PMT 2054–18).



21

KOV 2025/527 #13

Konsument
verket · KO

Rättsenhet 1
Vilma Claésson
054-19 41 02

Datum Dnr
2025-08-06 2025/527

J Walldén AB

Skickas endast per e-post till
jenniewallden@gmail.com

Meddelande om överlämnat ärende

Konsumentverket har lämnat över aktuellt tillsynsärende till Konsumentombudsmannen för eventuella rättsliga åtgärder.

Ny kontaktperson i ärendet är processrådet Gunnar Wikström.

Mejl: gunnar.wikstrom@konsumentverket.se
Telefon: 054 – 19 40 26

Vilma Claésson
Jurist

På www.konsumentverket.se/foretag hittar du mer information för dig som företagare.



22

22

Mer konsumentmakt i den gröna omställningen

BILAGA

Bilaga I till direktiv 2005/29/EG ska ändras på följande sätt:

1. Följande led ska införas:

"2a) Uppvisa en hållbarhetsmärkning som inte grundas på ett certifieringssystem eller som inte fastställts av offentliga myndigheter."

2. Följande led ska införas:

"4a) Göra ett allmänt miljöpåstående för vilket näringsidkaren inte kan styrka erkänd utmärkt miljöprestanda som är relevant för påståendet.

4b) Göra ett miljöpåstående om hela produkten eller näringsidkarens hela affärsverksamhet när det faktiskt hänför sig bara till vissa aspekter av produkten eller en specifik del av näringsidkarens affärsverksamhet.

4c) Påstå, baserat på kompensation av växthusgasutsläpp, att en produkt har en neutral, minskad eller positiv miljöpåverkan när det gäller utsläpp av växthusgaser."

23

ML
 MarLaw

23

Vad är en hållbarhetsmärkning?

hållbarhetsmärkning: frivillig förtroendemärkning, kvalitetsmärkning eller motsvarande, antingen offentlig eller privat, som syftar till att särskilja och marknadsföra en produkt, en process eller en affärsverksamhet med hänvisning till dess miljömässiga eller sociala egenskaper eller både och, med uteslutande av obligatorisk märkning som krävs enligt unionsrätten eller nationell rätt.



24

ML
 MarLaw

24

Certifiering krävs för hållbarhetsmärkningar

- r) *certifieringssystem*: ett kontrollsystem från tredje part som intygar att en produkt, en process eller en affärsverksamhet uppfyller vissa krav som tillåter användning av en motsvarande hållbarhetsmärkning, vars villkor, inklusive krav, är allmänt tillgängliga och uppfyller följande kriterier:
- i) Systemet är tillgängligt på transparenta, rättvisa och icke-diskriminerande villkor för samtliga näringsidkare som vill och kan uppfylla systemets krav.
 - ii) Systemets krav utarbetas av systemets ägare i samråd med relevanta experter och berörda parter.
 - iii) Systemet fastställer förfaranden för att hantera bristande efterlevnad med systemets krav och föreskriver återkallande eller tillfälligt inställande av näringsidkarens användning av hållbarhetsmärkningen i händelse av bristande efterlevnad av systemets krav.
 - iv) Övervakning av näringsidkarens efterlevnad av systemets krav sker inom ramen för ett objektiva förfarande och genomförs av en tredje part vars kompetens och oberoende i förhållande till både systemets ägare och näringsidkaren grundar sig på standarder och förfaranden på internationell nivå, unionsnivå eller nationell nivå.

25



25

Frågeställningar att följa

Vad avses med ”märkning”?

Certifiering ska grundas på en standard - vad avses med ”öppen”?

Kommer det vara möjligt att ha egna varumärken som grundas på en öppen standard och kraven för certifieringssystem?

”Hållbarhetsmärkning som grundas på ett certifieringssystem”

Behöver standarden framgå i marknadsföringen?

26



26

FRÅGOR?

KATARINA LADENFORS

Advokat / Partner

+46 73 342 35 25

katarina.ladenfors@marlaw.se

Advokatfirman MarLaw AB

Nybrogatan 11, P.O. Box 3079, 103 61 Stockholm

Tel: +46 8 23 07 35

