

PRESSMEDDELANDE

2008-12-01

Riskabelt Legogodis på internationell "värstinglista"

Legos och Kellogg's legoliknande godis är med på den internationella lista över företag som anses vara sämst ur konsumenternas perspektiv.

– Att tillverka godis som ser ut som legobitar kan inte bara vara farligt för barnen utan är även ett bevis på att företagen inte tar sitt fulla ansvar, säger Jan Bertoft, generalsekreterare.

Varje år tar Consumers International (CI) fram en lista över företag vars arbetsätt kan ifrågasättas ur konsumenternas perspektiv.

Den lista över företag som finns på den internationella värstinglistan är:

- Lego och Kellogg's vars legobitar i godis kan utgöra en fara för barn då de lätt kan förväxlas med riktiga bitar.
- Läkemedelsföretaget Eli Lilly för att de upprepade gånger brutit mot reglerna i sin marknadsföring av det potenshöjande läkemedlet Cialis.
- Samsung som inte bara säljer tv-apparater och mobiltelefoner utan även vapen som stridsvagnar. Dessa används bland annat i Korea och Turkiet.
- Toyota som använder överdrivna miljöargument när de säljer bilar, som till exempel "the car nature wants to own".
- Den brittiska livsmedelskedjan Tesco som stämt tre journalister i ett försök att tysta ner den kritik som riktats mot dem.

En del av dessa företags reklamkampanjer finns inte i Sverige, men på Internet hittar man bland annat legogodis och det impotenshöjande läkemedlet Cialis. På vissa bloggar finns information om var man kan beställa legogodis men även tillverka det själv.

De utvalda företagen har nominerats till CI som valt ut dessa fem företag som "vinnare" för att ha missbrukat konsumenternas rättigheter. Juryn består av sekretariatet och experter från medlemsorganisationer.

För mer information gå in på: www.consumersinternational.org/pressbriefing

Har du ytterligare frågor kan du kontakta:

Jan Bertoft, generalsekreterare, tel: 08-674 43 00 eller 070-797 79 87.

Louise Ekström, kommunikationsansvarig, tel: 08-674 43 00 eller 070-202 85 86.

Sveriges Konsumenter är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 28 medlemsorganisationer samt enskilda medlemmar. Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter arbetar med påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, och ger ut tidningarna Råd & Rön och KonsumentMakt.