

Digitala marknadsplatser och sociala medier

Här ger Livsmedelsverket vägledning om hur kraven i lagstiftningen kan uppnås. Vägledningen är inte bindande och utesluter inte andra sätt att uppfylla kraven.

Här får du veta vilka regler som gäller för e-handel via digitala marknadsplatser och sociala media.

Digitala marknadsplatser

Digitala marknadsplatser (webbplatser, Facebook med mera) är virtuella platser där säljare och kunder möts, precis som på fysiska marknadsplatser och torg. Det är idag mycket vanligt att redan etablerade livsmedelsföretag med fysiska butiker använder sig av digitala marknadsplatser för att utöka sin exponering mot kunderna.

Marknadsplatser där livsmedel säljs kan skötas på olika sätt och det avgör vem som ska vara registrerad som livsmedelsföretagare. Oftast framgår det av de allmänna villkoren på den digitala marknadsplatsen vem kunden köper av.

När försäljning på en marknadsplats sköts av det företag som driver marknadsplatsen ska företaget i normalfallet ha registrerat den livsmedelsanläggning varifrån verksamheten bedrivs. Företaget som driver marknadsplatsen kan förutom att vara ett led i livsmedelskedjan genom att äga produkterna de släpper ut på marknaden, även ha ansvar för livsmedelsinformation, spårbarhet och att vidta åtgärder vid upptäckt av icke säkert livsmedel. Se artikeln 18 och 19, förordning (EU) nr 178/2002.

Om betalning sker via plattformen eller om plattformen enbart ger information om hur betalning ska ske, har betydelse för om marknadsplatsen ska tolkas som ett led i livsmedelskedjan och därmed om företaget bakom plattformen ska anses vara livsmedelsföretagare.

Om företaget bakom en plattform till exempel ska sörja för transporter till kund/konsument kan det vara ytterligare en anledning till att de ska vara registrerade som livsmedelsföretag.

Ett annat exempel, när det företag som står bakom marknadsplatsen i normalfallet *inte* ska registrera en anläggning som livsmedelsföretagare, är när försäljning sker av enskilda företag som använder sig av marknadsplatsen. I de fallen ska det framgå att det är ett visst företag/person som säljer på marknadsplatsen. Det brukar då stå i de allmänna villkoren på den digitala marknadsplatsen att avtal ingås mellan marknadsplatsens samarbetspartner och kunden/konsumenten. I de fallen är det säljaren/samarbetspartnern som ska vara registrerad livsmedelsföretagare, förutsatt att kriterierna för registrering är uppfyllda.

Det är värt att notera att vissa marknadsplatser har kombinationer av ovan. Det finns företag som har marknadsplatser som upplåter "plats" till företag att sälja själva, men marknadsplatsen kan även erbjuda tjänster som till exempel att sköta lagring, leveranser, ta emot betalningar och sköta kundkontakterna. I de fallen bör anläggningen som företaget som driver marknadsplatsen äger, vara registrerad för enbart en viss del av verksamheten.

Sociala medier

Försäljning via sociala medier är också e-handel och ska registreras och bedömas enligt samma principer som annan livsmedelsverksamhet.

Det finns sociala medier som också har marknadsplatser, till exempel Facebook.

REKO-ringar

Att sälja livsmedel via REKO-ringar är en typ av e-handel och distansförsäljning som blir allt vanligare. REKO står för "*rejl konsumtion*" och är ett sätt att handla lokalproducerad mat utan mellanhänder.

Köpare och säljare får kontakt med varandra genom Facebook-grupper. I gruppen får köparen veta vilka varor som finns i den lokala REKO-ringen och hur man gör för att beställa. Där finns också information om var (utlämningsställe), när de beställda varorna hämtas och hur betalningen går till. Alla affärer görs upp i

förväg men betalningen kan ske på olika sätt, till exempel på plats då varan hämtas.

Försäljare i REKO-ringar kan vara primärproducenter, privatpersoner, producenter eller detaljhandlare som driver restauranger eller bagerier.

Vid försäljning i REKO-ringar gäller samma märknings- och informationsansvar som vid annan försäljning av livsmedel. Säljarna i REKO-ringar ska registrera sina anläggningar i samma omfattning och på samma villkor som annan livsmedelverksamhet.

Maten ska vara säker

Alla som säljer eller skänker livsmedel har ett ansvar för att livsmedlen är säkra att äta. Det gäller även privatpersoner som inte anses vara ett livsmedelsföretag och som till exempel säljer livsmedel via REKO-ringar. Se artikel 14 i förordning (EG) nr 178/2002. Livsmedlen får inte vara skadliga för människors hälsa eller ha hanterats eller förvarats på ett sådant sätt att de blivit otjänliga. Det är viktigt att produkterna till exempel hanteras på ett hygieniskt sätt och förvaras tillräckligt svalt och rent.

Privatpersoner anses inte vara livsmedelsföretagare. Därför omfattas inte privatpersoner (med undantag för jägare), som säljer livsmedel via en REKO-ring av bestämmelserna om direkt försäljning av små mängder primärprodukter i LIVSFS 2005:20. Däremot finns det andra bestämmelser som även privatpersoner måste följa. Stenmurklor får till exempel bara släppas ut på marknaden om de har förvällits enligt vedertagna metoder. Se 20 § LIVSFS 2005:20. Den som planerar att odla och sälja små mängder groddar måste alltid ansöka om godkännande hos länsstyrelsen och försäljningen får inte starta förrän godkännandet är klart. Att anläggningar för produktion av groddar måste vara godkända framgår av förordning (EU) nr 210/2013.

Senast uppdaterad 24 juni 2025 Ansvarig grupp ROR_LH