

Regeringskansliet
Finansdepartementet
Avdelningen för offentlig förvaltning
Konsumentenheten

fi.remissvar@regeringskansliet.se
fi.ofa.ko@regeringskansliet.se

Remissyttrande

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV om ändring av direktiven 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller mer konsumentmakt i den gröna omställningen genom bättre skydd mot otillbörliga affärsmetoder och bättre information

Er ref: Fi2022/01195

Svensk Handel, som är handelsföretagens intresseorganisation och företräder 9 000 små, medelstora och stora företag med nära 300 000 medarbetare, får med anledning av remissen anför följande:

Allmänna synpunkter

Svensk Handel tackar för möjligheten att få lämna kommentarer gällande förslaget om mer konsumentmakt i den gröna omställningen genom bättre skydd mot otillbörliga affärsmetoder och bättre information.

Svensk Handel stödjer ambitionen med initiativet från kommissionen att ändra två direktiv som skyddar konsumenternas rättigheter på unionsnivå, (direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder och direktiv 2011/83/EU om konsumenträttigheter) för att vidta åtgärder mot falska miljöpåståenden och för att bidra till en mer hållbar konsumtion och en cirkulär grön ekonomi samt harmoniserade regler inom EU. Detta kommer att säkerställa en bättre och mer enhetlig tillämpning av EU:s konsumentlagstiftning. Samtidigt finns en betydande risk för att introduktionen av miljömässiga informationskrav i direktiv 2011/83/EU om konsumenträttigheter leder till informationsöverblastning för konsumenterna och ger en stor arbetsbörda till näringsidkarna.

Svensk Handel anser att handeln har en viktig roll i den cirkulära ekonomin, men vi tror också att konsumenterna spelar en avgörande roll eftersom handeln är en konsumentdriven bransch där konsumenternas efterfrågan kommer att forma återförsäljarnas erbjudanden.

Svensk Handels medlemmar vittnar om att det måste bli lättare att göra hållbara val, både som företag och som konsument och ser överlag positivt på förändringarna samt förtydligandet av reglerna. Gällande begreppen kan noteras att kommissionen använder andra begrepp än vad som används i praxis på området. Viktig är att nya begrepp som till exempel "sociala konsekvenser" eller "en etablerad praxis på den relevanta marknaden" förklaras tydligt så att det inte uppstår oklarheter. Det nämns i skäl 10 att "utmärkt miljöprestanda" kan visas i enlighet med officiellt erkända miljömärkesprogram i medlemsstaterna eller vid beaktande av högsta miljöprestanda för en särskild miljöaspekt i enlighet med annan tillämplig unionslagstiftning. Vidare sägs att den utmärkta miljöprestandan i fråga bör vara relevant för påståendet. Här efterfrågas förtydliganden om hur bedömningen kommer att ske i dessa situationer. Det är om än viktigt då de begränsningar som lagändringarna innebär helt omöjliggör så kallad green nudging, eftersom detta är något som faktiskt kan fungera som ett hjälpmedel för konsumenterna att göra hållbara val.

Idag sker inte konkurrens på lika villkor, då vilseledande metoder, "green washing" och ofullständig information till konsumenterna skadar den inre marknaden. Detta då produkter med lägre krav på hållbarhet och kortare livslängd oftast är billigare att tillverka och kan därför konkurrera med andra varor avseende ett lägre pris, eftersom konsumenterna inte är medvetna om skillnaderna i varornas livslängd och kvalitet. Det skapar också ett negativt incitament för företag att utveckla produkter som håller längre.

Svensk Handel anser att det mest effektiva skyddet för konsumenten är att lagstiftningen är harmoniserad och att rättstillämpningen sker på ett enhetligt sätt i samtliga medlemsstater, vilket även underlättar för den gränsöverskridande handel. Harmoniserade regler är en av de viktigaste frågorna för att främja cirkulära material- och produktflöden inom unionen. Stora skillnader mellan länders lagstiftning skapar hinder i processen att öka de cirkulära flödena. Det försvårar även för konsumenterna att ta till sig av informationen.

Svensk Handel framhåller vikten av att reglerna ska ge avsett skydd för konsumenterna och samtidigt ska näringsidkare från olika medlemsstater kunna konkurrera på lika villkor. Samma spelregler och förutsättningar ska gälla för alla företag, även små, att verka och konkurrera på den gemensamma europeiska marknaden. Viktigt är att se till att bestämmelserna inte blir onödigt betungande för företagen.

Regler som gäller för europeiska företag måste också tillämpas när företag utanför EU säljer direkt till europeiska konsumenter. Produkter från länder utanför EU har i många studier visat sig inte uppfylla EU:s miljö- och säkerhetsstandarder, till exempel genom att innehålla förbjudna ämnen eller halter av ämnen. Kommissionen och medlemsstaterna måste vidta åtgärder för att säkerställa att lika villkor gäller genom att kontrollera att dessa tredjelandsföretag bidrar till europeiska EPR-system och följer EU:s regelverk.

Svensk Handel anser även att marknadsövervakningen och tillsynen behöver förbättras. Framför allt tillsynen av produkter från tredjeland som säljs till konsumenter på den inre marknaden. Detta bör beaktas när det gäller reglernas utformning.

Synpunkter på förslaget

Svensk Handel anser att det är viktigt att regler på det konsumenträttsliga området moderniseras, harmoniseras och koordineras med Initiativet för hållbara produkter (SPI). Det är viktigt att undvika dubbelreglering, olika krav i olika regelverk eller informationsgivning i parallella spår då det skapar administrativt merarbete för företagen, som i slutändan drabbar konsumenterna.

Ett växande antal medlemsstater har infört, eller kommer att införa, lagstiftning för att hantera dessa frågor. Dessa lagstiftningsinitiativ kan bidra till förbättringar men de kommer också att leda till icke enhetliga regler i EU, vilket förvärrar problemen med konkurrens på lika villkor på den inre marknaden och begränsar gränsöverskridande handel.

I avsaknad av harmoniserade regler för att säkerställa att konsumenterna är informerade om en produkts miljömässiga hållbarhet eller reparerbarhet, kan tillverkare och säljare som verkar över gränserna möta olika rättsliga system som de måste följa, vilket ökar deras kostnader för att uppfylla kraven och begränsar deras möjlighet att konkurrera på lika villkor. Denna rättsliga splittring förhindrar också en effektiv och konsekvent tillämpning av konsumentskyddet i hela EU. Utöver detta försvårar det dessutom för konsumenter att göra hållbara val eftersom informationen i olika medlemsstater kan betyda olika saker. Ett typiskt sådant exempel är märkningar, där EU:s medlemsstater vill gå före och märka produkter. Detta innebär att ett företag dels måste ha olika märkningar på samma produkt baserat på i vilket land produkten säljs, dels att konsumenten inte kan vara säker på vilken symbol denne ska leta efter för att få en viss information.

Svensk Handel ställer sig frågande till ett förbud mot att uppvisa en hållbarhetsmärkning som inte grundas på ett certifieringssystem eller fastställts av offentliga myndigheter. Svensk Handel anser att en märkning ska baseras på tydliga, objektiva och verifierbara kriterier. Tydlig och enkel märkning underlättar för handelsföretagen att tillhandahålla ett bra urval av miljömärkta produkter och möjliggör för konsumenterna att enklare kunna göra medvetna hållbara val.

Svensk Handel vill påpeka vikten av att Sverige inte överimplementerar, dvs. ställer strängare krav vid genomförande, tillämpning och tolkning än vad EU-lagstiftningen kräver. Vilket skulle hämma svenska företags konkurrenskraft gentemot övriga företag inom EU och globalt. Dessutom bidrar det till en ökad fragmentering samt skapar en osäkerhet för konsumenterna. Utgångspunkten bör vara att det är EU-lagstiftningens miniminivå som ska gälla vid genomförande och tillämpning. I de fall det bedöms finnas anledning till att gå utöver EU:s krav så ska det motiveras och tydliggöras samtidigt som effekterna analyseras noga.

Viktiga drivkrafter för att bidra till den gröna omställningen är att det ges ekonomiska incitament för producenter att tillhandahålla tillförlitliga information om deras produkters miljömässiga hållbarhet, inklusive livslängd och reparerbarhet. Dessutom krävs det precision i EU:s rättsliga regelverk för att definiera den information som konsumenterna bör få om den miljömässiga hållbarheten av produkter.

Svensk Handel vill även påpeka att kravet att ge korrekt information till konsumenterna förutsätter insyn från tillverkaren och de ekonomiska aktörerna i leverantörskedjan. Därför finns det ett behov av obligatoriskt utbyte av information B2B, vilket måste möjliggöras. Balans inom försörjningskedjan är viktigt, då hållbarhet inom handeln är beroende av tillverkning och producenter. Att lägga bördan på återförsäljarna att kontrollera tillverkarna, som

en andra tillsynsmyndighet, skulle skapa orättvisa bördor för aktörer i leverantörskedjan som faktiskt inte kan påverka produktutvecklingen. Därför är det viktigt att dela upp och placera ansvaret och informationsskyldigheten på ett proportionellt sätt i leverantörskedjan.

Svensk Handel ställer sig frågande till att återförsäljarna åläggs en informationsskyldig i de fall tillverkaren inte tillhandahåller information om kommersiella garantier för hållbarhet gällande energianvändande varor. Detta informationskrav borde ställas på tillverkarna.

Svensk Handel vill betona att det är viktigt att förstå att information om produkternas kapacitet och livslängd inte är lätt att förutse många år i förväg och att underhålla och tillhandahålla stora mängder reservdelar kommer att driva på kostnaderna. En skyldighet att tillhandahålla information om den beräknade livslängden kommer att driva kostnader samtidigt som den är inte särskilt tillförlitlig eftersom allt handlar om hur produkten används av konsumenten.

När det kommer till livslängd beror detta på olika naturliga och artificiella aspekter, t.ex. materialsammansättning, funktionalitet, reparationskostnader och konsumtionsmönster. Utöver produktens kvalitet påverkas dess livslängd även av dess hantering. Tillverkaren kan förmedla rekommenderad användning och skötsel av en produkt men har ingen kontroll över hur konsumenten de facto använder produkten och följer eventuella serviceråd. Hur produkten används påverkar i hög grad hur länge den behåller sin funktion, vilket behöver beaktas. Produktens syfte och användningsområde är avgörande för om en specifik livslängd behöver beaktas och i så fall vad som är mest lämpligt för produkten ur ett helhetsperspektiv.

Tillverkare och handlare har incitament att förse konsumenterna med tillförlitlig information om miljöegenskaper, livslängd och reparerbarhet för deras produkter i de fall där de förväntade fördelarna i form av ökad efterfrågan uppväger kostnaderna för att tillhandahålla den informationen eller där de är skyldiga att tillhandahålla informationen enligt gällande lagkrav. Dock finns bristande eller obefintliga incitament att förse konsumenterna med denna typ av information när det är otydligt för konsumenten vem den egentliga säljaren är, exempelvis när varor förmedlas genom privatimport från tillverkare i tredje land via online-marknadsplatser.

Greenwashing skadar den inre marknadens funktion eftersom det tillåter produkter och företag att få en orättvis fördel gentemot sina konkurrenter genom att tillhandahålla ogrundad eller vilseledande information. Eftersom många företag genomför en livscykelanalys för att bedöma miljökonsekvenserna av vissa produkter, så utsätts dessa företag för en orättvis konkurrens från företag som tillhandahåller falsk eller vilseledande information utan några motiveringar. Greenwashing kan även stimulera import, privatimport och produktion av ohållbara produkter genom leveranskedjor i tredjeländer där lägre miljö- eller konsumentskyddsregler gäller.

Att bedöma produkters miljöpåverkan och deras livslängd kan vara betungande och dyrt. Dessutom saknas ett harmoniserat tillvägagångssätt och om krav ställs på tillämpning av mer än en metod, så leder detta till dubbelarbete och extra kostnader för företag som är involverade i gränsöverskridande handel. Likaså kan detta också hindra jämförbarhet av produkter och erkännande av bedömningen som tillförlitlig av konsumenter eller ifrågasättas av konkurrenter och andra organisationer.

Många konsumenter är inte villiga att betala för produkter som presterar bättre i dessa aspekter. De som är villiga att betala lite mer, så kanske inte det räcker för att täcka prispåslaget som är förknippat med bättre miljöegenskaper etc. Konsumenter fattar ofta köpbeslut baserat på pris och bortser från de totala långsiktiga kostnaderna för deras val.

Livscykelberäkningar visar till exempel att högre initiala priser på hållbara produkter utgör ett viktigt hinder för köp av dessa produkter, även om de ger besparingar på lång sikt jämfört med andra produkter.¹

Svensk Handel vill slutligen betona vikten av att denna lagstiftning, lagstiftningsförslaget om Ecodesign för hållbara produkter samt de kommande förslagen om reglering av gröna påståenden och rätten till reparation, som också kommer att reglera vilken information som ska ges till konsumenter är samstämmiga. Det bör framkomma tydligt hur dessa olika regelverk förhåller sig till varandra. Det ska vara lätt för företagen att göra rätt.

Detta yttrande har beslutats av avdelningschefen för Näringspolitik Mats Hedenström. Föredragande har varit näringspolitiska experten Jolanda Girzl. I den slutliga handläggningen har också juristen Sofia Stigmar deltagit samt näringspolitiska experten Stefan Kvarfordt.

SVENSK HANDEL

Mats Hedenström

Jolanda Girzl

¹ Kaenzig, J. and Wüstenhagen, R., 'The effect of life cycle cost information on consumer investment decisions regarding eco-innovation', Journal of Industrial Ecology, Vol. 14, No. 1, 2020, pp.121-136.