

Finansdepartementet
Avdelningen för offentlig förvaltning,
Enheten för digital infrastruktur och
säkerhet

Skickas per e-post till:

fi.remissvar@regeringskansliet.se
henrik.hultberg@regeringskansliet.se

Remissyttrande

En inre marknad för digitala tjänster – ansvarsfördelning mellan myndigheter SOU 2023:2

Er ref: Fi2023/00943

Svensk Handel, som är handelsföretagens intresseorganisation och företräder 9 000 små, medelstora och stora företag med nära 250 000 medarbetare, får med anledning av remissen anföra följande:

Allmänna synpunkter

Svensk Handel uppskattar möjligheten att inkomma med svar på Delbetänkande En inre marknad för digitala tjänster – ansvarsfördelning mellan myndigheter (SOU 2023:02).

Svensk Handel instämmer med det svar som lämnats av Svenskt Näringsliv avseende (i) behöriga myndigheter, inklusive utvärdering av ansvarsfördelningen, (ii) behovet av ett väl fungerande samarbete och samordning, såväl nationellt som internationellt, (iii) att behöriga myndigheter och samordnare bör utses utan dröjsmål samt (iv) vikten av informationsinsatser kring oklara artiklar.

Svensk Handel ser positivt på att utredningen utvidgar Myndigheten för press, radio och TV:s uppdrag till att även utöva tillsyn över annonser med kommersiellt syfte som riktar sig huvudsakligen till andra än konsumenter, till exempel näringsidkare. Detta med tanke på att Konsumentverkets ansvar begränsas till annonser med kommersiellt syfte som riktar sig mot konsumenter, något som skulle kunna resultera i en oönskad brist i tillsynens omfattning.

Svensk Handel vill vidare betona att en uppdelning utifrån om reklamen är riktad B2B eller B2C inte tar hänsyn till att även reklam riktad B2C kan ha påtagliga effekter hos konkurrenter dvs. en B2B-effekt. Från 1990-talet och framåt så var majoriteten av mål om otillbörlig marknadsföring i domstol mellan två företag, men det rörde sig mer sällan om B2B-marknadsföring utan det vanliga var att reklamen varit riktad B2C, d.v.s. mot konsumenter.

Det är viktigt att uppmärksamma att en uppdelning mellan myndigheterna riskerar medföra att konkurrensaspekten av B2C-reklam riskerar att falla mellan stolarna och det skulle vara något av ett misslyckande sett till vad DSA syftar till att uppnå.

Idag finns näringslivets egenåtgärder och en möjlig lösning är att dessa som betrodda anmälare kan fylla den lucka som riskerar att uppstå.

Utöver vad som har anförts ovan och av Svenskt Näringsliv, så vill Svensk Handel även komplettera med följande.

Tillsynen av förordningen om en inre marknad för digitala tjänster (DSA) måste bidra till att säkerställa konkurrens på lika villkor

För att DSA ska bidra till en korrekt fungerande inre marknad och bidra till en säker, förutsebar och förtroendeskapande onlinemiljö är det viktigt att tillsynen av DSA sker på ett sätt som innebär högt ställda krav på tillbörlig aktsamhet vad avser onlineplattformar som möjliggör för säljare att ingå distansavtal med konsumenter. Särskilt avseende återkommande säljare som erbjuder produkter i strid med europeisk lagstiftning. I detta avseende menar Svensk Handel att det är särskilt viktigt att kravet på tillbörlig aktsamhet tillämpas på ett sätt som adresserar problemet med privatimport av produkter som inte efterlever våra krav i EU. Exempelvis vad gäller skyldigheter i artiklarna 23, 25, 30 samt 31 i DSA.

Svensk Handel har länge drivit frågan om riskerna med privatimport av produkter från tredjeland som inte efterlever tvingande EU-krav. Exempelvis finns risk för att skadliga produkter införs på den inre marknaden med bristande konsumentskydd som följd, piratkopierade produkter och risk att produkter inte efterlever våra hållbarhetskrav med negativ effekt för våra hållbarhetsmål samt risk för snedvridning av konkurrens på den inre marknaden. Riskerna uppstår som en följd av att aktörer i tredjeland enkelt kan nå europeiska konsumenter via nya digitala aktörer såsom onlinemarknadsplatser samt andra liknande förmedlingstjänster, men även på grund av svårigheter i tillsyn mot aktörer som befinner sig utanför EU.

Detta yttrande har beslutats av enhetschefen för Internationella enheten, Martina Elfgren. Föredragande har varit Head of Brussels Office Linda Leffler-Olsson med stöd av den näringspolitiska experten Jolanda Girzl.

SVENSK HANDEL

Martina Elfgren

Linda Leffler-Olsson