

Finansdepartementet
Avdelningen för offentlig förvaltning
Konsumentenheten
10333 STOCKHOLM

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

Remissyttrande

Delbetänkande Ett moderniserat konsumentskydd (SOU 2021:17)

Er ref: Fi2021/01503

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 anföra följande:

Allmänna synpunkter

Svensk Handel välkomnar översynen av reglerna och utredningens förslag som innebär en ökad harmonisering vad gäller ett moderniserat konsumentskydd som genomför ett EU-direktiv i svensk rätt. Direktivet reviderar fyra befintliga konsumentskyddsdirektiv som rör avtalsvillkor, prisinformation, otillbörliga affärsmetoder respektive konsumenträttigheter. Sveriges Handel har haft förmånen att medverka i expertgruppen.

Svensk Handel anser dock att implementeringen inte bör gå längre än vad som krävs enligt direktiven. Då 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.

Svensk Handel avstyrker därför förslag som går mycket längre än vad som krävs enligt ändringsdirektivet 2019/2161 utan att tillräckliga skäl för detta har presenterats.

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. Vidare bidrar det till en ökad fragmentering samt skapar en osäkerhet för konsumenterna. Det är också viktigt för balansen mellan olika medlemsstater. Att Sverige går längre i implementeringen av direktivet är något som riskerar att svenska företag avhåller sig från att expandera och växa på andra marknader eftersom det innebär för mycket administrativt arbete att se över och implementera differentierande regler i verksamheterna.

Svensk Handel framhåller betydelsen av att reglerna ska ge avsett skydd för konsumenterna och samtidigt ska näringsidkare från olika medlemsstater kunna konkurrera på lika villkor. Det är mycket viktigt att ge samma spelregler och förutsättningar för alla företag, även små, att verka och konkurrera på den gemensamma europeiska marknaden. Detta bör beaktas när det gäller reglernas utformning.

Fördjupade synpunkter på utredningens förslag

Svensk Handel anser att det är viktigt att regler på det konsumenträttsliga området moderniseras och harmoniseras. Däremot bör ej reglerna utvidgas och öka regelbördan för näringsidkarna. 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.

Moderniserade bestämmelser om otillbörlig marknadsföring

Identisk vara

Svensk Handel anser att det är bra att det tydliggörs genom en ny bestämmelse att en näringsidkare vid marknadsföring av en vara inte får framställa den som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater i Europeiska unionen, om varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl. Betonas bör vikten av att tillämpningen av bestämmelsen sker på ett enhetligt sätt och att bedömningskriterierna är tydliga. Det måste vara enkelt för företagen att avgöra enligt kriterierna vad som innebär att egenskaperna väsentligt skiljer sig åt.

Den fria rörligheten för varor betyder inte nödvändigtvis att varje produkt måste vara identisk i varje hörn av den inre marknaden. Konsumenter kan fritt köpa de produkter som de väljer och likaså kan näringsidkare också marknadsföra och sälja varor med olika sammansättning eller egenskaper, förutsatt att de till fullo respekterar EU-lagstiftningen vare sig det gäller produktsäkerhet, märkning eller annan horisontell eller sektoriell lagstiftning.

Nämnas kan att artikel 6.2 c¹ tillåter näringsidkare att fortsätta marknadsföra varor som skiljer sig väsentligt i komposition eller karaktäregenskaper som identiska när detta motiveras av "legitima och objektiva faktorer". En icke uttömmande vägledande lista över sådana faktorer nämns i skäl 53 i direktiv (EU) 2019/216, nämligen: nationella rättsliga krav; tillgänglighet/säsong av råvaror; och frivilliga strategier för att förbättra tillgången till hälsosam och näringsrik mat, liksom näringsidkarnas rätt att erbjuda varor av samma märke i förpackningar av olika vikt eller volym på olika geografiska marknader. Dessa undantag har tillhandahållits eftersom nationella regler kan ange specifika krav på sammansättningen av vissa typer av livsmedel som säljs i vissa länder och som inte finns i andra medlemsstater.

¹ I artikel 6.2 ska följande led läggas till: "c) marknadsföring av en vara i en medlemsstat såsom en vara som är identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater, när dessa varors sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt, såvida det inte är motiverat av legitima och objektiva faktorer."

Det kan även finnas objektiva skillnader i inköp på grund av den geografiska och/eller säsongsmässiga tillgången på råvaror som påverkar produkternas sammansättning och/eller smak.

Köperbudanden

Svensk Handel är mycket positiva till den nya bestämmelsen som reglerar vilken information en näringsidkare som tillhandahåller en så kallad marknadsplats online måste ge konsumenten innan ett avtal ingås på en sådan marknadsplats. Detta innebär att vid ett köperbudande på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen informera om huruvida den som erbjuder en produkt är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det. Utöver detta ska information lämnas om konsumenträttigheterna enligt unionens konsumentskyddslagstiftning inte är tillämpliga på det ingångna avtalet.

Svensk Handel uppskattar att konsumenterna dessutom ska informeras på ett tydligt och begripligt sätt om hur skyldigheterna enligt avtalet är uppdelade mellan tredje parter som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet och leverantörerna av marknadsplatser online. Detta då det kan vara svårt för konsumenterna som använder marknadsplatsen att förstå vem som är deras avtalspart och hur deras rättigheter och skyldigheter påverkas, eftersom både den som tillhandahåller marknadsplatsen online och den tredje part som erbjuder en produkt på marknadsplatsen är delaktiga.

I dag har importörer och distributörer ansvar för att produkterna de säljer är säkra och att konsumentlagstiftningen efterlevs, vilket inte e-handelsplattformar har. En konsekvens av detta är att farliga produkter som företag i EU aldrig skulle få sälja, kommer in via plattformar i andra delar av världen som inte kan ställas till svars. Detta ökar risken för att farliga produkter eller piratkopierade varor säljs, något som äventyrar säkerheten och konsumenträttigheterna för konsumenterna.

Svensk Handel anser med bakgrund av detta att ytterligare regler gällande online marknadsplatser krävs för att på ett effektivt sätt skydda konsumenterna och skapa en konkurrensneutralitet. Informationskraven som nu tillskrivs online marknadsplatser är ett första steg i rätt riktning, men det avhjälper inte fullt problematiken. Vi efterfrågar ansvar för online marknadsplatser, i de fall det saknas annan ansvarig aktör på den inre marknaden. Först då anser vi att konsumenterna skyddas på ett sätt som de faktiskt har rätt till utifrån syftet med inre marknaden och ändamålen med övrig konsumentskyddsriktad lagstiftning.

Ranking och konsumentrecensioner

Svensk Handel tycker att det är bra att information om ranking av produkter är tydlig, men det är viktigt att det inte blir för mycket information att ta in för konsumenterna och en ökad administrativ och ekonomisk börda för företagen. En näringsidkare som ger konsumenterna möjlighet att söka digitalt efter produkter som erbjuds, ska informera om de kriterier som främst bestämmer rankingen av de produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Informationen ska tillhandahållas i ett särskilt avsnitt av onlinegränssnittet och vara direkt och enkelt tillgänglig från den sida där sökresultaten presenteras.

Viktigt att tänka på är, att bara placera all information på webbsidan är inte alltid det mest praktiska eller effektiva sättet att presentera sådan information för konsumenten. Därför bör näringsidkaren ges möjlighet att kunna tillhandahålla sådan information på det mest effektiva

sättet för att synliggöra relevant information till konsumentens uppmärksamhet, men på ett sätt som inte skadar användarupplevelsen.

Svensk Handel påpekar vikten av att nämna att näringsidkarna inte bör vara skyldiga att i detalj redovisa hur deras rankningsmekanismer fungerar, inklusive algoritmer. Det som ska tillhandahållas enligt direktivet är en allmän beskrivning av de huvudparametrar som bestämmer rankningen som de använder och deras relativa betydelse jämfört med andra parametrar, men beskrivningen måste inte presenteras på ett anpassat sätt för varje enskild sökning.

Leverantörer av sökmotorer är redan skyldiga att ange huvudparametrarna, vilka enskilt eller tillsammans är mest betydelsefulla vid bestämmandet av rankningen samt dessa huvudparametrars relativa betydelse, genom att tillhandahålla en lättillgänglig och allmänt tillgänglig beskrivning, som är enkelt och begripligt formulerad, på sina sökmotorer.² Parametrar som bestämmer rankningen avser alla allmänna kriterier, processer, specifika signaler som införlivats med algoritmer eller andra anpassnings- eller nedprioriteringsmekanismer som används i samband med rankningen.

Med tanke på kraven i P2B-förordningen (EU) 2019/1150, som alla näringsidkare är medvetna om och är skyldiga att följa, bör ny lagstiftning harmoniseras med dessa krav för att säkerställa krav på konsekvensöverensstämmelse och för att undvika onödigt belastande åtgärder för små och medelstora företag.

Utöver ovanstående krav, så ska en näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter informera om hur denne säkerställer att recensionerna härrör från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i sådant fall på vilket sätt det görs. Detta är bra ur kvalitetssynpunkt, men det är viktigt att alla dessa informationskrav som nämnts ovan inte försvårar för konsumenterna att ta till sig den stora informationsmängden som blir följd av dessa nya krav.

Svarta listan

Svensk Handel framhåller vikten av att de nya reglerna ska ge avsett skydd för konsumenterna och samtidigt ska näringsidkare från olika medlemsstater kunna konkurrera på lika villkor med samma spelregler och förutsättningar. De nya punkterna med affärsmetoder som under alla förhållanden ska anses otillbörliga har en naturlig koppling med reglerna som nämns ovan.

Ur konkurrenssynpunkt är det bra att det blir otillbörligt att tillhandahålla sökresultat som svar på en konsuments sökning på internet utan att, i fall med betald reklam eller då betalning skett specifikt för att uppnå en högre rankning av produkter, i sökresultaten tydligt informera om detta.

Svensk Handel uppskattar att det blir otillbörligt att lägga ut eller ge en annan juridisk eller fysisk person i uppdrag att lägga ut falska konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer, eller ge en vilseledande bild av konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer på sociala medier för att göra reklam för produkter. Förhoppningsvis kommer detta att verka avskräckande.

² Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster ([EUT L 186, 11.7.2019, s. 57](#)).

Information om prissänkningar

Svensk Handel uppskattar klargörandet om prissänkningar i prisinformationslagen som innebär att en prissänkt produkt även ska nämna det tidigare pris som gällde före sänkningen under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Om prissänkningen under denna tid har skett gradvis, avses i stället det pris som gällde före den första prissänkningen. Positivt är att skyldigheten att informera om prissänkningar inte ska gälla varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla, till exempel vissa typer av livsmedel och växter. Detta undantag är viktigt för att näringsidkare snabbt ska kunna genomföra prissänkningar beträffande dessa varor och därigenom undvika onödig värdeförstöring och matsvinn.

Bestämmelsen är endast tillämplig när en näringsidkare tillkännager en prissänkning av en vara som näringsidkaren salufört tidigare och påverkar inte näringsidkares frihet att variera sin prissättning, längden på prissänkningsskampanjer och är inte tillämplig på s.k. prisjämförelser, dvs. jämförelser med pris för samma vara som säljs av annan näringsidkare. Nämnas kan även att artikel 6 a i direktiv 98/6/EG inte påverkar jämförelser med andra referenspriser.

Det är viktigt att notera att detta direktiv endast reglerar ett begränsat antal specifika frågor. Följaktligen kan dess minimiharmoniseringsklausul inte användas för att anta strängare nationella regler på andra områden som den inte reglerar.

Moderniserade bestämmelser om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

Svensk Handel anser att det är positivt att tillämpningsområdet för 2 kap. DAL ändras så det gäller för avtal när en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument och som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Vilket innebär att avtal om gåvor och gratistjänster inte längre kommer att omfattas av kapitlet.

Svensk Handel anser att förtydliganden behövs vad gäller lagtexten som utvidgar näringsidkarens skyldighet att ge konsumenten information innan ett avtal ingås vad gäller funktionen hos en vara med digitala delar, digitalt innehåll eller en digital tjänst, inbegripet tekniska skyddsåtgärder. Samt kravet att näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, ska informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.

Svensk Handel anser att det är viktigt att skapa förutsebarhet för parterna och därför bör det klargöras hur bedömningen ska ske vad gäller "...känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till..." Vi vill därför framhålla vikten av att det tas fram en konkret vägledning till företagen om hur det ökade informationskravet ska uppfyllas, då det ofta är svårt för handelsföretagen att fullt ut ha kunskap om dessa delar eftersom de inte har insyn bakåt i leden.

Svensk Handel instämmer i utredningens förslag gällande att vissa bestämmelser om ångerrätten i DAL behöver ändras så att de överensstämmer med direktivet. Exempelvis att ångerrätt inte ska gälla för avtal som avser en digital tjänst som har fullgjorts och som inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten samt för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium, om tillhandahållandet har påbörjats.

Information vid konsumentavtal som ingår i näringsidkarens affärslokal

Svensk Handel instämmer i utredningens förslag att informationsskyldigheten enligt 22 a § MFL inte ska gälla vid avtal om gåvor och gratistjänster.

Vad gäller bestämmelsen i MFL som innebär att näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, ska informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, så anser Svensk Handel, som nämnts ovan, att det är viktigt att det klargörs hur bedömningen ska ske vad gäller "...känner till eller rimligen kan förväntas känna till..."

Utökade möjligheter att påföra marknadsstörningsavgift/sanktionsavgift

Svensk Handel avstyrker utredningens förslag gällande möjligheten att besluta om att marknadsstörningsavgift ska utvidgas till att omfatta överträdelser av generalklausulen i MFL och att de nya bestämmelserna införs i MFL samt bestämmelserna om obeställd reklam, information om garantier och information innan ett konsumentavtal ingås. Detta då utredningens förslag går väsentligen längre än vad ändringsdirektivet kräver. Dessa förslag innebär att möjligheten att påföra en avgift kommer att gälla vid överträdelser av MFL generellt.

Svensk Handel tycker att det inte är nödvändigt att införa en möjlighet att ta ut marknadsstörningsavgift vid överträdelser av bestämmelserna i 2 kap. 2–5 §§ DAL om näringsidkarens informationsskyldighet och vid överträdelser av bestämmelserna om näringsidkarens informationsskyldighet vid avtal om finansiella tjänster och finansiella instrument i 3 kap. 3–5 §§ DAL generellt. Inte heller överträdelser av PIL borde leda till utdömning av marknadsstörningsavgift. Detta då utredningen har konstaterat att det endast i samband med samordnade insatser är nödvändigt att införa sanktionsavgifter hänförliga till överträdelser av DAL och AVLK.³ För PIL är detta inte nödvändigt, då någon motsvarighet till art. 13.3 i UCPD saknas i ändringsdirektivets justering av prisinformationsdirektivet.

Svensk Handel avstyrker även utredningens förslag om att den övre fasta beloppsgränsen för marknadsstörningsavgiften tas bort och att den övre gränsen om tio procent av näringsidkarens årsomsättning behålls.⁴

Svensk Handel anser att bestämmelsen bör utformas i överensstämmelse med direktivets nivå på 4 % av omsättningen för att bidra till en harmonisering av reglerna.

När det gäller det högsta beloppet för marknadsstörningsavgift kan medlemsstaterna gå utöver vad som nämns i direktiv 2019/2161⁵, 4 % av omsättningen, när de fastställer det högsta bötesbeloppet i nationell lag. Sverige bör dock noggrant bedöma effekterna av att avvika från

³ Betänkandet s. 202.

⁴ I de fall årsomsättningen uppskattas får avgiften fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro. Den övre gränsen om tio procent av näringsidkarens årsomsättning behålls liksom den undre beloppsgränsen om tio tusen kronor.

⁵ Direktiv 2019/2161, skäl: " (10) För att säkerställa att medlemsstaternas myndigheter kan ålägga effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner vid utbredda överträdelser och utbredda överträdelser med en unionsdimension som är föremål för samordnade utrednings- och tillsynsåtgärder i enlighet med förordning (EU) 2017/2394, bör sanktionsavgifter införas som en av sanktionerna för sådana överträdelser. I syfte att säkerställa att sanktionsavgifterna har en avskräckande effekt bör medlemsstaterna i sin nationella rätt fastställa den maximala nivån på sanktionsavgiften för sådana överträdelser till minst 4 % av näringsidkarens årliga omsättning i den eller de berörda medlemsstaterna. I vissa fall kan näringsidkaren även vara en grupp av företag."

en harmoniserad position i EU. Det bör särskilt utredas att eventuella avvikelser inte skadar konsumenter, företag och gränsöverskridande handel, till exempel genom att avskräcka små och medelstora företag samt stora företag från att verka i någon specifik jurisdiktion och därmed skada och begränsa konsumenternas valmöjligheter på den inre marknaden.

Svensk Handel anser att de skäl som utredningen lyfter fram för att bibehålla tio procent som beräkningsgrund inte är tillräckliga för att motivera att en sådan skillnad krävs, varför det bör anses gå för långt och inte följa ändamålsprincipen.

Att för företag på den svenska marknaden använda en beräkningsgrund som är mer än dubbelt så hög som direktivets miniminivå, framstår som anmärkningsvärt och något som borde ha motiverats och analyserats uttömmande.

Förhoppningsvis kommer kommissionen att göra en uppföljning av hur medlemsstaterna har hanterat detta och vägleda medlemsstater att följa den föreslagna nivån i direktivet.

Svensk Handel tycker dock att det är positivt att det förtydligas i lagtext hur bedömningen av marknadsstörningsavgiftens storlek ska ske. Där ska framgå att hänsyn ska tas till överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning. Dessutom ska beaktas vilka åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument eller en annan näringsidkare har drabbats av samt tidigare överträdelser som begåtts av näringsidkaren. Hänsyn ska även tas till den vinst som näringsidkaren erhållit till följd av regelöverträdelsen eller de kostnader som undvikits. I gränsöverskridande fall ska beaktas sanktioner som näringsidkaren ålagts i andra medlemsstater i EU ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394. Hänsyn ska också tas till andra försvårande eller förmildrande omständigheter.

Svensk Handel avstyrker förslaget om att det ska vara möjligt att föra en talan om påförande av marknadsstörningsavgift eller sanktionsavgift mot den som har överträtt ett förbud vid vite under förutsättning att någon talan om utdömmande av vitet inte har väckts.

Förslaget till ändring i 30 § MFL och införandet av en motsvarande bestämmelse i 9 e § lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, AVLK kan leda till tillämpningar som inte uppfyller de krav på förutsebarhet som ställs när det gäller sanktioner av straffrättslig karaktär. Se särskilt yttrande sidan 285.

Legalitetsprincipen i 2 kap. 10 § första stycket regeringsformen utgör en garanti för rättssäkerheten och innebär att var och en ska kunna förutse när och i viss mån hur de kan komma att bli föremål för straffrättsliga ingripanden.⁶

Att lagstiftaren på senare år har infört liknande bestämmelser som i det nu aktuella förslaget på andra rättsområden medför inte någon annan bedömning. Frågan om förutsebarhet har, såvitt vi har kunnat se, inte berörts vid antagandet av de bestämmelserna.⁷ Svensk Handel anser att det inte finns något behov av att införa en möjlighet att föra en talan om påförande av marknadsstörningsavgift enligt MFL eller sanktionsavgift enligt AVLK mot den som har överträtt ett förbud eller åläggande vid vite.

Artikel 13.3 i direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder, som har införts genom artikel 3.6 i direktiv 2019/2161 om ändring av direktiv 93/13, 98/6, 2005/29 och 2001/83 vad gäller upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler (ändringsdirektivet),

⁶ Kriminalrättens grunder, Petter Asp med flera, s. 46. Inte heller Marknadsdomstolens avgörande i MD 2015:4 ger stöd för att kravet på förutsebarhet kan anses vara uppfyllt för de föreslagna bestämmelserna.

⁷ Prop. 2016/17:22 s. 227 ff., prop. 2017/18:165 s. 57 ff. och prop. 2020/21:51 s. 109 ff.

innebär endast att det ska finnas en möjlighet att påföra en marknadsstörningsavgift för överträdelse av vissa bestämmelser. Bestämmelsen i artikel 13.3 medför ingen skyldighet att tillse att det ska vara möjligt i varje enskilt fall och det oberoende av hur Konsumentombudsmannen, eller en annan aktör som har talerätt enligt 47 § MFL, har agerat i samband med en tidigare överträdelse. Något allmängiltigt krav på sanktionsavgifter eller en allmän utvidgning av sanktionsmöjligheterna föreskrivs inte, utan snarare tvärtom.⁸

Tilläggs kan att det i skäl 6 i ändringsdirektivet framhålls att det även i fortsättningen bör ankomma på medlemsstaterna att välja vilken typ av sanktioner som ska åläggas. Sanktionerna som finns i MFL i dag är effektiva, proportionerliga och avskräckande. De vitesbelopp som domstolarna beslutar om är som regel förhållandevis höga och det även ställt i relation till de konkurrensskadeavgifter och marknadsstörningsavgifter som yrkas och påförs. Vidare kan tilläggas att ett vite enligt 9 § första stycket viteslagen (1985:206) får jämkas endast om det finns särskilda skäl för det.

Påpekas bör att enligt förslagets utformning skulle det även vara möjligt att föra en talan om marknadsstörningsavgift eller sanktionsavgift för en överträdelse av ett intermistiskt förbud. Dessa förbud fattas många gånger på ett begränsat underlag och beviskravet för sådana beslut är lägre än för slutliga beslut, vilket kan bli problematiskt.

Svensk Handel avstyrker även förslaget om att utöka möjligheterna att påföra marknadsstörningsavgift för överträdelse i sådana situationer då en utökad möjlighet inte föranleds av Sveriges åtaganden enligt unionsrätten. Detta då det saknas underlag för att kunna konstatera att det finns ett behov av sådana bestämmelser. Det finns inte några exempel från rättstillämpningen som visar att det inte skulle vara möjligt att få överträdelse att upphöra genom att använda de sanktioner som finns i dag.

Bestämmelser om sanktionsavgift i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

Svensk Handel anser inte att det finns behov av bestämmelser om sanktionsavgift i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, AVLK. För det fall detta införs, så bör inte sanktionsavgiften uppgå till högst tio procent av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret.

Svensk Handel anser att bestämmelsen bör utformas i överensstämmelse med direktivets nivå på 4 % av omsättningen för att bidra till en harmonisering av reglerna.

Konsekvenser för företagen

Svensk Handel instämmer inte med utredningen om att de föreslagna ändringarna kommer att underlätta och leda till kostnadsbesparingar framför allt för företag som bedriver e-handel. Vidare nämns att det kan uppstå ett flertal kostnadsförändringar för de berörda företagen som anges vara av engångskaraktär och/eller av mindre omfattning. Men det saknas beräkningar eller uppskattningar av hur stora dessa kostnadsförändringar är. Samtidigt nämns även att kostnader i vissa fall kan minska, men inte heller detta har beskrivits kvantitativt. En detaljerad konsekvensanalys måste genomföras med tanke på att förändringarna berör ett mycket stort antal företag av varierande storlek och branschtillhörighet, framför allt

⁸ Jfr skäl (6) med skäl (5), (10), (12) och (13) i ändringsdirektivet.

e-handelsföretag som riktar sig mot konsumenter. Under år 2019 fanns det 151 692 e-handelsföretag i Sverige, varav 143 977 företag hade färre än 10 anställda, 6 412 företag hade 10 - 49 anställda och 1 303 företag hade 50 anställda eller fler.⁹

Svensk Handel vill ansluta till vad Regelrådet utvecklat i sitt svar om att konsekvensanalysen av regelverkets påverkan på företagen är ofullständig och att den behöver fördjupas.

Förhoppningsvis bör regleringen kunna leda till bättre konkurrens om tillsynen blir mer effektiv vad gäller oseriösa företag som verkar både nationellt och gränsöverskridande.

Svensk Handel vill avslutningsvis återigen påpeka vikten av att Sverige inte överimplementerar vid genomförande, tillämpning och tolkning än vad EU-lagstiftningen kräver: Detta skulle hämma svenska företags konkurrenskraft gentemot övriga företag inom EU och globalt.

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.

SVENSK HANDEL

Mats Hedenström

Jolanda Girzl

⁹ Statistikmyndigheten SCB. Andel företag som sysslade med e-handel under 2019, 2020-11-24.