

Delbetänkande Ett moderniserat konsumentskydd (SOU 2021:17)

TU – Medier i Sverige (TU) har getts tillfälle att yttra sig över rubricerad promemoria och får anföra följande.

Allmänna synpunkter

TU välkomnar harmonisering men anser att implementeringen inte bör gå längre än vad som krävs enligt direktivet. Det finns en risk att avvikande och strängare regler får en konkurrens effekt som inte är önskvärd om inte detta särskilt kan motiveras. En del av vad som föreslås i utredningen torde redan gälla enligt MFL och dess praxis.

TU vill understryka vikten av självreglering på marknadsföringsrättens område. Självreglering kan fungera som ett komplement eller i stället för lagstiftning. I Sverige finns sedan drygt 10 år Reklamombudsmannen, RO, som är ett av egenåtgärdsprogrammen i Sverige. RO:s arbete har haft stor betydelse och givit god vägledning för annonsörer, reklamskapare och medier m.fl. Det är inte självklart att lagstiftning behövs på alla områden när samma mål kan uppfyllas med stöd av egenåtgärder.

Identiska produkter

TU anser att det är positivt att det tydliggörs 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 inte varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl. För att underlätta bör bedömningskriterierna vara så tydliga att annonsörer och mediehus kan avgöra i enlighet med kriterierna vad som innebär att egenskaperna väsentligt skiljer sig åt.

Köperbudanden

Det är viktigt att köperbudanden är transparenta och innehåller all information som kan tänkas påverka konsumenternas köpbeslut. TU poängterar dock att förslagen måste vara genomförbara i praktiken och inte komplicerade och istället riskera att få motsatt effekt.

Information om ranking

TU anser att ranking ska vara informativ, tydlig och lätt att ta till sig. Som Svensk Handel påpekar i sitt remissvar är det dock inte alltid som information på webbsidan är den bästa källan för information. Därför bör näringsidkaren ges möjlighet att kunna tillhandahålla sådan information på det mest effektiva sättet för att synliggöra relevant information till konsumenten.

Konsumentrecensioner

TU anser att det är positivt att det införs ett krav att näringsidkaren ska säkerställa att recensionerna härrör från konsumenter som använt eller köpt produkterna.

Svarta listan

TU har inga invändningar mot de föreslagna punkterna i svarta lisan. Alla synes innefatta så pass allvarliga överträdelser att de bör finnas i svarta listan, utan krav på transaktionstest. TU har särskilt berört konsumentrecensioner ovan.

Prissänkningar

Det är självklart att påståenden om prissänkningar måste vara korrekta, tydliga och transparenta. I svensk rättspraxis finns det väl utvecklat vad som gäller avseende prissänkningar och liknande förfaranden och det får anses tveksamt om ytterligare reglering behövs.

Utökad marknadsstörningsavgift

TU avstyrker utredningens förslag att marknadsstörningsavgift kan omfatta överträdelser generellt och således även av 5 och 6 §§. Här går

utredningen för långt. TU hänvisar i denna del till Svea hovrätts remissyttrande,

”Generalklausulerna uttrycker i marknadsföringslagen inte i tillräcklig grad vilka konkreta överträdelser som ska kunna beivras med marknadsstörningsavgift. Med hänsyn till detta bör därför regleringen istället utformas genom att marknadsstörningsavgift enligt marknadsföringslagen endast ska utgå vid s.k. fortsatta överträdelser (jfr artikel 13.3 i direktiv 2005/29/EG). Även detta förslag skulle – för att uppfylla kravet på enhetliga sanktioner för såväl gränsöverskridande som rent nationella överträdelser liksom kravet på att sanktionssystemet inte ska vara för komplicerat – gå utöver vad direktivet kräver. Men detta förslag skulle samtidigt inte komma i konflikt med obestämdhetsförbudet.”

TU avstyrker även utredningens förslag om att den övre fasta beloppsgränsen för marknadsstörningsavgiften tas bort. TU anser att bestämmelsen bör utformas i överensstämmelse med direktivets nivå på 4 % av omsättningen för att bidra till en harmonisering av reglerna.

Stockholm 2021-08-31

TU – Medier i Sverige

Johan Taubert
VD

Jan Fager
Jurist