

Miljödepartementet
Kemikalieenheten, Kemikalier och avfall
Att: Elin Simonsson
m.remissvar@regeringskansliet.se
m.kemikalieenheten@regeringskansliet.se

Remissyttrande

Europeiska kommissionens förslag till förordning om ekodesign för hållbara produkter

Er ref: M2022/00802

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 har getts möjlighet att inkomma med synpunkter på Europeiska kommissionens förslag till förordning om ekodesign för hållbara produkter och har följande att anföra.

Svensk Handel välkomnar ambitionen med EU-kommissionens förslag om ett initiativ för hållbara produkter, SPI då det är viktigt att hållbarhet beaktas redan vid framtagandet av produkter. Där till är det av stor vikt att utvecklingen av produktpolitiken sker på EU-nivå då nationella regelverk och andra styrmedel för cirkulär ekonomi riskerar att skapa hinder för EU:s inre marknad och cirkulära flöden mellan länder och därmed också hämma produktutveckling. En välfungerande inre marknad är en förutsättning för att den cirkulära ekonomin i EU ska bli framgångsrik.

Svensk Handel ställer sig vidare bakom ambitionen om att i högre grad främja produkter som är mer anpassade för en klimatneutral, resurseffektiv och cirkulär ekonomi. Handeln vill bidra till detta arbete genom att erbjuda hållbara produkter till såväl svenska som europeiska konsumenter. Allt från att erbjuda produkter med olika miljö/hållbarhetsmärkningar till nya affärsmodeller för återbruk, reparationer och reservdelar för att produkter ska kunna användas så länge som möjligt. Över lag satsar handelsföretagen på att höja lägsta nivån, det ska vara mer kvalitativa och hållbara produkter, med mer hållbara insatsvaror som levereras.

Samtidigt är det av stor vikt att lagstiftningsförslaget, ESPR, blir proportionerligt och inte alltför långtgående med orimliga krav som driver kostnader och ökad administrationen för europeiska företag utan någon reell miljönytta. I sammanhanget är det också viktigt att lagstiftaren har i åtanke att majoriteten av europeiska företag är SME-företag. Därtill är det mycket viktigt att ESPR utformas på ett teknik- och konkurrensneutralt sätt så att inte europeiska företag drabbas av ökade krav och kostnader samtidigt som direktimporterade produkter från tredjeland undantas. Därför bör lagstiftaren inte göra någon åtskillnad på olika försäljningskanaler eller företagsformer. Här vill till exempel Svensk Handel se

att e-handelsmarknadsplatser får ett större och mer proaktivt ansvar. Då ESPR är ett väldigt omfattande och långtgående lagförslag är det mycket viktigt med en effektiv och likvärdig marknadskontroll. Annars finns det risk för att oseriösa aktörer och privatimport från tredjeland i praktiken lämnas oreglerade. Det behövs göras en tydlig distinktion mellan de som inte lever upp till ESPR och de som sköter sig. Därför anser Svensk Handel att det är viktigt att tullmyndigheter och övriga marknadskontrollmyndigheter får tillräckligt med resurser.

Konkret anser Svensk Handel att lagförslaget bör tillförsäkra att:

- Lagstiftaren följer Ekodesign-direktivets upplägg och beaktar enskilda produktkategoriernas olika förutsättningar, då skillnaden mellan olika produkter är stora. Exempelvis elektronik och kläder.
- Definitioner måste vara harmoniserade med övrig relevant EU-lagstiftning. Det riskerar annars försvåra för näringslivet samt ökar risken för olika tolkningar i de olika lagstiftningarna
- EU, i strävan efter miljömässigt hållbara produkter inte bortser från andra grundläggande krav på produkter som behöver beaktas, såsom produktsäkerhet.
- Förbudet mot att destruera osålda konsumentprodukter måste fungera tillsammans med andra tillämpliga regler, såsom exempelvis avfallslagstiftning och skatteregler.
- Frågan om produktpass baseras på näringslivets behov och utformas i dialog med näringslivet (need to know)
- Reglerna i ESPR är förenliga med kraven i New Legislative Framework och Marknadskontrollsförordningen.
- Små- och medelstora företags situation tas i beaktande i det övergripande fortsatta arbetet med ekodesignförordningen.
- E-handelsmarknadsplatser ses som en ekonomisk aktör, med proaktivt ansvar, då det annars riskerar snedvridda konkurrensen mellan olika ekonomiska aktörer.
- Kontrollmyndigheterna, inklusive tullen, får tillräckligt med resurser för en likvärdig och effektiv marknadskontroll.

Svenskt Handel anser att det är positivt att EU-kommissionens lagstiftningsförslag är i form av en förordning, vilket ger en ökad harmonisering på den inre marknaden. Det är viktigt att krav på produkter sätts på EU-nivå och att nationella särregler undviks i möjligaste mån. En välfungerande inre marknad är centralt för näringslivet.

Svensk Handel anser att lagförslaget innehåller många bra delar men ser också ett antal utmaningar som behöver omhändertas i lagförslaget och kommande produktregleringar. Vi instämmer med Svenskt Näringsliv om att det är svårt att i dagsläget överblicka vad lagstiftningen konkret kommer att innebära för specifika material och produkter, då många detaljer kommer att specificeras i kommande produktspecifik reglering. Det är därför i flera delar svårt att ta ställning till lagförslaget som helhet.

Svensk Handel vill i sammanhanget lyfta att kunders/konsumenters roll och ansvar saknas vad gäller frågor kopplat till hållbara produkter; dess livslängd, hållbarhet och miljöavtryck. Många studier pekar på att användningsfasen av en produkt ofta har stor påverkan på hur länge en produkt kan vara i bruk. Det gör det också svårt för företag att kunna bestämma en generell teknisk livslängd (som omnämns i artiklarna kring prestandaparametrarna) då detta delvis beror på hur produkten används av konsument. Därför anser vi att lagstiftaren även bör ta hänsyn till konsumenternas påverkan på en produkt och inte bara ställa krav på ekonomiska aktörer kring hållbarhet, reparerbarhet med mera.

Ett annat konsumentperspektiv som är viktigt att ha med i det försatta arbetet är vikten av att alla har råd med hållbara produkter. Idag lever ca. 1 miljon svenskar i fattigdom och även de måste ges möjlighet att leva hållbart. En uppenbar risk med att införa nya extensiva regelverk på produktområdet är att det leder till att alla produkter blir mycket dyrare p.g.a. omfattande kostnader för att tillhandahålla produkterna. Det kan visserligen bidra till en minskad konsumtion, men tyvärr även leda till att vissa delar av befolkningen inte får råd att köpa vissa produkter som kan anses vara av baskaraktär. Så för att skapa hållbara produkter som även tar sociala aspekter i beaktande behöver hållbara produkter även vara prisvärda.

Svensk Handel tolkar att artikeln om ekonomiska incitament försöker beakta detta, men vi är övertygade om att denna aspekt måste belysas ytterligare i det slutliga framtagandet av lagstiftningen.

Svenskt Handel vill också framhålla vikten av att EU-kommissionens principer för regelförbättring (Better Regulation Principles) tillämpas vid sättandet av ekodesignkrav och vid framtagande av konsekvensanalyser för produktspecifika krav. Kommande ekodesignkrav måste vidare vara möjliga att verifiera och följa upp och sättas på ett sådant sätt att de bibehåller teknikneutralitet och inte begränsar eller motverkar innovation. Om detta inte omhändertas så ser Svenskt Handel en risk i att regleringen kan få en motverkande effekt till dess syfte.

I det övergripande fortsatta arbetet med ekodesignförordningen vill Svensk Handel också betona vikten av att små- och medelstora företags situation tas i beaktande. Bara i Svensk Handel återfinns ca. 90 % av dess medlemmar inom den kategorin. Dessa aktörer vill också bidra till att EU får mer hållbara produkter på den europeiska marknaden, men har ofta begränsade möjligheter och resurser att ha full insyn i alla delar av leveranskedjan. De måste få nödvändigt stöd för att kunna leva upp till kommande lagstiftning och rimliga krav på att konfirmera identifierade hållbarhetsparametrar.

Svensk Handel har valt att fokusera på de delar som främst berör handelsföretagen i vårt remissvar och vill i övrigt hänvisa till Svenskt Näringslivs remissvar.

Synpunkter på utredningens förslag

I artikel 1 fastställs målet för denna förordning, en ram för att fastställa krav på ekodesign. Därtill fastställs de produktaspekter som kraven på ekodesign avser, såsom hållbarhet och tillförlitlighet, återanvändbarhet, uppgraderbarhet, reparerbarhet och möjlighet till underhåll och renovering, förekomsten av ämnen som inger betänkligheter, energi- och resurseffektivitet samt innehållet av återvunnet material. Därtill föreskrivs att sektorer, såsom livsmedel, foder och läkemedel undantas.

Kommentar: Svensk Handel anser att det befintliga ekodesign direktivet har varit verkningfullt och fungerar väl för dess syfte. Genom att öka kraven på resurseffektivisering, för energirelaterade produkter, har man drivit på utvecklingen för dessa produkter och samtidigt gradvis fasat ut de produkter som inte håller måttet på den inre marknaden. När man talar om en allmän breddning av ekodesigndirektivet till att omfatta alla produkter anser Svensk Handel att det är viktigt att man gör en prioriteringsordning gällande vilka produktgrupper som ska ingå. Svensk Handel anser att man bör välja ut produktgrupper, där det finns störst potential för att spara resurser och minska påverkan på miljö/klimatet.

Vidare bör de åtgärder Kommissionen föreslår vara proportionerliga och kostnadseffektiva. Frågor som hur långt detaljkrav ska ställas på reservdelar, reparerbarhet och produkters livslängd behöver diskuteras. Vad är en rimlig detaljnivå? Det finns annars risk för att företags innovation hämmas. Därtill anser Svensk Handel att det inte går att ha en one-size fits-all approach kring de olika ekodesignkraven (artikel 5), utan de måste vara anpassade efter olika produktgruppers förutsättningar och användningsområden.

Vad Svensk Handel förstår kommer kraven i ESPR gälla för produkter först den dagen en delegerad akt har tagits fram för just dessa. Samtidigt kan Svensk Handel tycka att det är otydligt hur kraven i artikel 20 kring *Förbud att destruera osålda konsumentprodukter* är tänkt att fungera. Det framstår snarare som att dessa skyldigheter kommer gälla från den dagen förordningen tas i bruk (art 20.1), oavsett om det finns en delegerad akt eller ej. Här vill Svensk Handel se att det förtydligas samt att ESPR:s regler måste fungera tillsammans med andra tillämpliga regler, såsom exempelvis avfallslagstiftning och skatteregler.

Därtill undrar Svensk Handel vad som gäller för produkter som redan är satta på marknaden vad gäller ekodesignkrav samt krav på ett produktpass. Inte minst cirkulära affärsmodeller där produkter repareras och säljs secondhand med mera.

Vidare undrar Svensk Handel om det är lagstiftarens ambition att många flera produkter, än idag, ska ha en CE-märkning. Idag finns det krav på CE-märkning för ett antal produktgrupper där det finns en harmoniserad produktlagstiftning. Genom att CE-märka produkten försäkras tillverkaren att produkten uppfyller de väsentliga hälso-, miljö- och säkerhetskraven i relevanta EU-direktiv. Här skulle Svensk Handel vilja se ett förtydligande. Detta då man från Kommissionens sida har ambitionen att så många produkter som möjligt på sikt ska omfattas av ESPR.

Artikel 2 Definitioner

Svensk Handel kan notera att lagförslaget innehåller ett stort antal nya definitioner jämfört med det nuvarande Ecodesigndirektivet. Det är mycket viktigt att de nya definitionerna är tydliga och harmoniserar med annan lagstiftning och eventuellt förekommande standarder där definitioner anges. Svensk Handel reagerar över att så inte är fallet. Det riskerar att dels försvåra för näringslivet dels innebär det en risk för olika tolkningar i de olika lagstiftningarna? Definitioner måste vara enkla att förstå och använda för de olika ekonomiska aktörerna.

Svensk Handel kan vidare konstatera att aktörer som förekommer på den inre marknaden har olika ansvar, då samtliga inte erkänns som ekonomiska aktörer, och därmed efterföljande ansvar och möjlighet till tillsyn. Som till exempel e-handelsmarknadsplatser.

(55) *internetbaserad marknadsplats: en leverantör av förmedlingstjänster som använder programvara, inklusive en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som gör det möjligt för kunder att ingå avtal på distans med ekonomiska aktörer för försäljning av produkter som omfattas av delegerade akter som har antagits i enlighet med artikel 4.*

Enligt definitionen behandlas e-handelsmarknadsplatser fortfarande som en aktör i värdekedjan utan ansvar för de produkter de förmedlar. Eftersom DSA-förslaget inte säger att de är en ekonomisk aktör innebär det att e-handelsmarknadsplatser inte heller omfattas av övriga krav i regelverket. Svensk Handel anser att det är extremt konkurrenssnedvridande att en vanligt förekommande affärsmodell tillåts gynnas framför andra affärsmodeller som får rejält utökade krav. Detta går också tvärs emot hela syftet med SPI då lagstiftaren haft som mål att åstadkomma fler hållbara produkter på den inre marknaden. Då bör inte en affärsmodell, som är allmänt känd, tillåtas bortse från att ta ansvar för hållbara produkter, framför allt inte då konsumenterna i stor utsträckning handlar produkter via plattformar från tredjeland. Flera undersökningar visar också på att farliga produkter och piratkopior från tredjeland ökar i omfattning, som inte lever upp till lagstiftningskraven inom EU, och som erbjuds till europeiska konsumenter.

Vad gäller definitionen av *internetbaserad marknadsplats* ("online marketplace") kan också konstateras att det finns flera olika definitioner av begreppet. Se definition i direktiv 2019/2161 som kommer att införas i direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder samt definitionen som används i Digital Service Act, DSA: "*online platform*' means a provider of a hosting service which, at the request of a recipient of the service, stores and disseminates to the public information, unless that activity is a minor and purely ancillary feature of another service **or a minor functionality of the principal service** and, for objective and technical reasons, cannot be used without that other service, and the integration of the feature **or functionality** into the other service is not a means to circumvent the applicability of this Regulation.

Övriga kommentarer på definitioner:

(28) *ämne som inger betänkligheter: ett ämne som*

- (a) uppfyller kriterierna i artikel 57 och identifieras i enlighet med artikel 59.1 i förordning (EG) nr 1907/2006, eller
- (b) klassificeras i del 3 i bilaga VI till förordning (EG) nr 1272/2008 i en av följande faroklasser eller farokategorier:
- (c) Inverkar negativt på återanvändningen och återvinningen av material i den produkt där det finns

Kommentar: Vad gäller punkten c) har Svensk Handel fått kommentarer från medlemsföretag att detta kommer bli mycket utmanande då företag kämpar med att få fram information om vilka ämnen som eventuellt kan finnas i deras produkter. Företag arbetar idag mestadels utifrån s.k. negativlistor, dvs listor på ämnen som man inte vill ska ingå i sina produkter. Det är ett mycket stort kliv att kunna få full insyn (en fullständig ingredienslista) kring kemikaliskt innehåll. Formuleringen i punkten c) känns betydligt vagare vilket försvårar för företagen som måste ha tydlighet för att veta vad som gäller för att kunna testa och verifiera. Därtill ställer sig Svensk Handel frågande till vem det är som ska avgöra vilka ämnen som faller under denna beskrivning? Slutsatsen är dock att i så fall måste utökade krav ställas på kemikalietillverkare att vara transparenta i vilka insatskemikalier som använts i processen.

(35) *förstörelse: att avsiktligt skada eller kassera en produkt som avfall, med undantag för kassering i det enda syftet att leverera en produkt för att förberedas inför återanvändning eller återtillverkning.*

Kommentar: Här skulle Svensk Handel vilja se ett tillägg att även materialåtervinning bör inkluderas vid sidan av återanvändning och återtillverkning.

(37) *osåld konsumentprodukt: en konsumentprodukt som inte har sålts eller som har returnerats av en konsument på grundval av dennes ångerrätt i enlighet med artikel 9 i direktiv (EU) 2011/83.*

Kommentar: Svensk Handel vill understryka att produkter av olika anledningar inte går att sälja. Det är inte ovanligt att det vid leverans upptäcks att produkter levereras med felaktigheter och därmed inte lever

upp till ställda produktkrav (inte bara ur ett säkerhets- och hälsoperspektiv). Dessa produkter blir kvar på lager och skickas aldrig vidare ut till butiksled. Här kan också nämnas varor som returneras med hänvisning till den lagstadgade ångerrätten och som är använda och inte kan säljas igen.

*(41) **ibruktagande** (putting in to service): första användningen av en produkt för det avsedda ändamålet inom unionen.*

Kommentar: Denna definition är ny och Svensk Handel skulle vilja se ett förtydligande kring hur denna skiljer sig från till exempel *tillhandahållande på marknaden*, framför allt i form av tillkommande skyldigheter för de ekonomiska aktörerna.

*(56) **återförsäljare**: detaljhandlare eller varje annan fysisk eller juridisk person som säljer, hyr ut eller erbjuder produkter för hyrköp till eller visar produkter för kunder i samband med en kommersiell verksamhet, antingen mot betalning eller kostnadsfritt.*

Kommentar: Definitionen återförsäljare (dealer) är ny och går inte att återfinna i vare sig New Legislative Framework eller Marknadskontrollförordningen. I DSA-lagstiftningen talar man om *traders*. Svensk Handel tycker att definitionen inte är helt tydlig och skulle vilja se att den bättre exemplifieras med hur en sådan aktör skiljer sig från till exempel en distributör. Inte minst i form av vilka skyldigheter som följer med dessa roller. Vidare ställer sig Svensk Handel frågan om en återförsäljare kan förmedla produkter för såväl B-2-C som för B-2-B? Man kan ana att avsikten med denna definition är ett försök att täcka in nya aktörer i den cirkulära ekonomin? Som till exempel secondhand, uthyrning med mera. Aktörer inom handeln kan ha flera roller beroende på deras företagsstruktur. Det är inte ovanligt att ett företag är såväl importör som distributör (lager/grossistverksamhet) samt återförsäljare (butiksledet). Därtill kan man ha en blandning av egna varumärken såväl som andras samt därtill erbjuda återbruk.

Artikel 3 Fri rörlighet

Artikel 3 fastställer den allmänna principen om fri rörlighet för produkter som överensstämmer med de delegerade akter som har antagits enligt denna förordning. Vidare går att läsa att "*Produkter får endast släppas ut på marknaden eller tas i bruk om de uppfyller de krav på ekodesign som fastställs i de delegerade akter som har antagits i enlighet med artikel 4 och som är tillämpliga på dessa produkter*".

Kommentar: Svensk Handel tycker det är mycket viktigt att dessa krav gäller för alla aktörer som säljer produkter på den inre marknaden, oavsett försäljningskanal. Vi ställer oss därför undrande till hur dessa krav är tänkta att följas upp, speciellt vad gäller de produkter som säljs via plattformar samt privatimporteras?

Samt vad kommer gälla för de produkter som redan är satta på marknaden och till exempel saknar ett produktpass och eventuellt CE-märkning?

Artikel 5

I *artikel 5* fastställs den allmänna ramen för antagande av krav på ekodesign och de produktaspekter som dessa krav kan förbättra. Kraven kan komma att gälla för en specifik produktgrupp eller på ett övergripande sätt för fler produktgrupper (om de tekniska likheterna gör det möjligt att fastställa gemensamma krav). Det anges också att kraven på ekodesign omfattar prestandakrav och informationskrav. Slutligen fastställs ett produktpass.

Kommentar: Svensk Handel anser att det befintliga ekodesigndirektivet har varit verkningsfullt och fungerar väl för dess syfte. Genom att öka kraven på resurseffektivisering, för energirelaterade produkter, har man drivit på utvecklingen för dessa produkter och samtidigt gradvis fasat ut de produkter som inte håller måttet på den inre marknaden. När man nu talar om en allmän breddning av ekodesigndirektivet till att omfatta alla produkter anser Svensk Handel att det är viktigt att man gör en prioriteringsordning gällande vilka produktgrupper som ska ingå. Därtill är det också viktigt att de åtgärder Kommissionen föreslår är proportionerliga, kostnadseffektiva och inte allt för detaljstyrda. Svensk Handel anser därför att det inte går att ha en one-size fits-all approach kring de olika ekodesignkraven. De måste vara

anpassade efter de olika produktgruppernas olika förutsättningar och användningsområden samt fokusera på de produktaspekter som är mest relevanta för respektive produktgrupp.

Artikel 7 Informationskrav

I artikel 7 fastställs att informationskrav alltid ska inkludera krav som rör produktpass samt kraven som rör ämnen som inger betänkligheter. Vidare kan ytterligare informationskrav tillkomma genom de tillkommande delegerade akterna, som till exempel information om en produkts prestanda eller information till konsumenterna om hur produkten ska installeras eller användas. Den informationen föreslås kunna ges i form av s.k. "prestandaklasser" men kan också tillhandahållas i produktpasset, på en webbplats, på en etikett osv.

Kommentar: Svensk Handel instämmer i att ökad transparens och information spelar en viktig roll och kan underlätta för såväl företag som konsumenter att göra mer hållbara val. Det är dock av stor vikt att informationen är relevant för respektive målgrupp. Att konsumenter per se ska ha tillgång till all information kring en produkt (i till exempel form av ett produktpass) innebär inte per automatik att de kommer läsa denna information ej heller köpa mer hållbara produkter. Fokus bör i stället ligga på att identifiera vad som utgör väsentlig information från ett livscykelperspektiv för varje produktkategori, nämna de mest relevanta miljömässiga aspekterna, med fokus på "need-to-know". Informationen bör sedan presenteras på ett klart, begripligt och tydligt sätt för att säkra att konsumenter både tar till sig informationen och förstår den.

I sammanhanget är det även viktigt att beakta de miljömässiga informationskrav som uppställs genom förslaget om att stärka konsumenters makt i den gröna omställningen (COM (2022) 143 final) samt i andra EU-rättsakter. Att produktpasset skulle hjälpa konsumenter att göra mer informerade val (skäl 26) är inte sannolikt eftersom konsumenter sällan klickar sig vidare eller skannar QR-koder för mer information. Däremot blir det administrativt betungande för företagen som ska tillhandahålla denna information.

Svensk Handel instämmer dock i att kemikaliesäkerhet är en viktig fråga men anser samtidigt att krav gällande kemikalier i varor i förstahand ska regleras i Reach-lagstiftningen och inte i denna förordning. Det nu föreslagna kravet om information om förekomsten av "ämnen som inger betänkligheter i produkter" kommer få stor påverkan på företag inom handeln. Det är därför mycket viktigt med tydlighet kring vad som avses. Det måste från lagstiftarens sida finnas en direkt koppling mellan krav och existerande lagstiftning. Att det gjorts riskanalyser och tydliga redovisningar kring vad som åsyftas med ämnen som inger betänkligheter. Samt hur detta sedan ska mätas, testas och verifieras.

Svensk Handel ser därför en stor utmaning med formuleringen i skäl 25.

...."Därför bör denna förordning göra det möjligt att fastställa krav med koppling till spårning och rapportering av hållbarhetsinformation, bland annat förekomsten av ämnen som inger betänkligheter i produkter under hela deras livscykel, även i syfte att dekontaminera och återvinna dem när de blir avfall."

Att ställa krav på att företag ska kunna erbjuda full transparens och hela ingredienslistor kring produkter är extremt utmanande. Idag arbetar företagen för fullt för att verifiera vilka ämnen produkter eventuellt kan innehålla, utifrån så kallade begränsningslistor. Parallellt krävs att lagstiftaren ålägger kemikalietillverkare en utökad skyldighet att vara mer transparenta och informera kring vilka kemikalier som ingår i till exempel deras blandningar. Idag är ett grundläggande problem som företag har, vad gäller att "välja rätt kemikalier" från början, att det inte finns något transparens-krav på kemikalietillverkarna från såväl baskemikalier till insatskemikalier. Om det fortsatt blir så att dessa bara behöver tala om vad som inte finns i den kemiska blandningen blir det fortsatt så att handelsföretagen får välja i blindo. Här behövs det mer press på kemiindustrin att de ska ge en utökad innehållsdeklaration.

KAPITEL III – DIGITALA PRODUKTPASS

Artikel 8 Produktpass

I artikel 8 anges de aspekter som Kommissionen ska specificera i informationskraven i samband med anknytning till det digitala produktpasset, till exempel den information som ska ingå och vem som har åtkomst till vilken information

Kommentarer: Svensk Handel stödjer EU-kommissionens förslag om att inrätta ett produktpass för ett antal identifierade produktgrupper. Ett digitalt produktpass kan främja den cirkulära ekonomin då det, rätt utformat, kan fungera som en katalysator för att nå flera hållbarhetsmål kopplade till produkter. Den grundläggande strukturen i den föreslagna lagstiftningen välkomnas genom att produktpasset föreslås utgå ifrån öppna, globala och konkurrensneutrala standarder, data som är generisk, bygga på redan existerande lösningar, samt vara decentraliserad.

Digitala verktyg kan kanalisera information mellan aktörer i värdekedjan och hjälpa företagen att skapa ökad transparens. Ökad information till konsumenterna kan också möjliggöra mer aktiva och informerade val. Däremot anser Svensk Handel att det är väldigt viktigt att produktpasset utformas så att det främjar och inte skadar det svenska och europeiska näringslivets konkurrenskraft. Det är av stor vikt att den information som ska ingå i produktpassen är väl avvägd, motiverad och relevant för de effektmål som ska uppnås. Information måste vara grundad på information som är av karaktären "need to know" snarare än "nice to know". Här finns flera viktiga aspekter att beakta.

- Produktpasset måste byggas på öppna, konkurrensneutrala och globala standarder.
- Företagshemlig information måste hanteras på ett säkert sätt för att undvika att exempelvis produktkritiska data delas till oseriösa aktörer som plagierar produkter.
- Inrapporteringen måste stå i proportion till den nytta som informationen ska bidra till vad gäller till exempel val av och användning av produkter och sätta miljö- och säkerhetskrav.
- Att dela data om produkter kan innebära tekniskt och juridiskt svåra överväganden för företag dessa bedömningar måste finnas utrymme för.
- En väl fungerande marknads kontroll, som även omfattar importerade produkter, måste upprättas. Det är mycket viktigt att marknadskontroller sker av informationen lämnad i produktpasset för att säkerställa lika villkor på den inre marknaden.

Som så mycket i ekodesignförslaget kommer många frågor att bestå fram till dess de delegerade akterna finns på plats. I framtagandet av dessa kommer det vara av största vikt att näringslivet får en chans att vara med och påverka. Inte minst för att säkerställa att redan utvecklade system för spårbarhet och transparens i produktions- och leveranskedjan tas i beaktande. Ett konkret exempel är den globala standardiseringsorganisationen GS1:s arbete med att utveckla digitala lösningar för handeln och näringslivet i syfte att säkerställa ett gemensamt "digitalt språk" används.

Tullen och produktpass

Svensk Handel instämmer i att en effektiv tillsyn av produkter som släpps ut på unionsmarknaden, oavsett om de tillverkas på hemmamarknaden eller importeras, är avgörande för att målen i denna förordning. Svensk Handel tillstyrker förslaget om att tullen bör ges en aktiv roll i tillsynsarbete samt att de föreslås vara de som ser till att en hänvisning till ett produktpass görs tillgänglig i tulldeklarationen etcetera Vilket skulle göra det möjligt för tullen att kontrollera att det finns ett produktpass för produkter som importeras. Tullmyndigheterna bör därför kunna hämta och använda informationen i produktpasset och det tillhörande registret för att utföra sina uppgifter enligt unionslagstiftningen, inbegripet för riskhantering i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 952/201368.

Etiketter

I artikel 14 beskrivs de krav som gäller för etiketter när de ska användas för en viss produktgrupp. Vidare förklaras att etikettens innehåll (inklusive prestandaklasser) och layout och hur de ska visas för konsumenterna kommer specificeras i delegerade akter.

Kommentar: Svensk Handel anser att det är viktigt att konsumenter har tillgång till information för att kunna jämföra och göra väl avvägda beslut. Samtidigt är det också viktigt att de inte möts av alltför mycket information då det kan finnas en risk för "information overload". Därtill är det också viktigt att komma ihåg att märkningskrav är såväl administrativt betungande som kostsamt för företag, så denna typ av åtgärd bör vara väl underbyggd.

Svensk Handel ifrågasätter därför att Kommissionen kan komma att föreslå ytterligare krav på etiketter för annan typ av information. I lagförslaget går att läsa "Om produkten redan omfattas av en etikett som föreskrivs i energimärkningsförordningen (EU) 2017/1369 och informationen om andra parametrar, inbegripet om andra prestandaklasser, inte kan inkluderas i den, kan den informationen inkluderas på en separat etikett om kommissionen anser att det är lämpligt." Svensk Handel vill understryka vikten av att, för i de fall krav på etiketter införs, är det tillverkaren som åläggs att förse återförsäljarledet med gällande etiketter.

Det är också viktigt att de delegerade akter som ska ställa krav på märkningens layout och hur den ska presenteras (artikel 14.1) beaktar redan befintliga märkningar för att inte förvirra konsumenterna i märkningsfloran. Därtill är det mycket viktigt med harmoniserad layout! Vidare bör inte marknadsrättsliga bestämmelser inte introduceras i regelverk.

KAPITEL VI – FÖRSTÖRELSE AV OSÅLDA KONSUMENTPRODUKTER

Artikel 20 Förstörelse av osålda konsumentprodukter

I artikel 20 fastställs en allmän skyldighet för ekonomiska aktörer att vara transparenta när de kasserar osålda konsumentprodukter. Kommissionen föreskrivs också möjligheten att anta delegerade akter för att förbjuda ekonomiska aktörer att förstöra osålda konsumentprodukter, med vissa undantag som till exempel av hälso- och säkerhetsskäl. Om ett undantag åberopas föreslås att de ekonomiska aktörerna också har en skyldighet avseende transparens (dvs. att uppge antalet förstörda produkter, varför de förstördes osv.). Små och medelstora företag föreslås undantas rapporteringsskyldigheterna

Kommentar: Svensk Handel ställer sig bakom ambitionen om att vi i högre grad måste se till och nyttja produkter och material effektivare och i möjligaste mån undvika onödigt resursslöserier. Trots höga hållbarhetsambitioner inom näringslivet och att destruktion av varor är något man vill undvika i större utsträckning kommer det fortsatt finnas situationer då företag inte har något annat val än att destruera varor. Svensk Handel ser det därför som positivt att EU-kommissionen föreslår vissa undantag från förbudet att destruera osålda konsumentvaror.

I **artikel 20.1** anges att en ekonomisk aktör som destruerar osålda varor ska rapportera information om detta på en öppen tillgänglig webbplats eller på annat sätt göra informationen tillgänglig för allmänheten.

Kommentar: Svensk Handel anser att skrivningarna är för generella och behöver förtydligas och ställer sig frågande till vad informationen ska användas till och av vem? Det kommer medföra betydande administrativ börda till en oklar nytta. Svensk Handel har svårt att se att konsumenter kommer använda sig av denna typ av information. När administrativa bördor av detta slag läggs på företag måste en utförlig konsekvensanalys visa behovet av detta.

Vidare ställer sig Svensk Handel frågande till om informationskravet avses gälla för *alla* produkter inom unionen fram till dess att produkt-specifika delegerade akter är framtagna för produkten? Om ja, vad

gäller i ett längre perspektiv för de produkter som inte kommer att få en produktspecifik akt? Därtill undrar Svensk Handel vilken typ av websida man avser att informationen ska läggas upp på?

Artikel 20.3.

I artikel 20.3 föreslås ett antal undantag från förbudet att destruera osålda konsumentvaror.

Kommentar: Svensk Handel vill understryka att det är viktigt att närliggande lagstiftning är anpassad för de olika undantagen, så att de kan åberopas. Här kan vi se utmaningar med till exempel EU:s avfallslagstiftning och dess definitioner. Samt nationella skatte- och momsregler. För svenska handelsföretags vidkommande kan det bli problem att kunna åberopa punkten d) då svenska skattetekniska regler sätter käppar i hjulet för hur man får donera produkter. Likaså avfallslagstiftning, då det svenska kommunala monopolet styr över hur kommunalt avfall får hanteras. Förberedelse för återanvändning och återtillverkning är till exempel faser efter att en produkt har blivit avfall.

Därtill kan det även uppstå ytterligare situationer där undantag behövs utöver det som föreslås i förordningen. Hur ska företag till exempel hantera produktgrupper som inte går att återbruka eller skänkas och som det idag saknas vedertagna återvinningstekniker för? Likaså kan det behövas undantag för produkter som är defekta när de levereras till företaget (dvs de är felkonstruerade eller håller inte måttet). I sammanhanget kan också nämnas varor som returneras med hänvisning till den lagstadgade ångerrätten och som är använda och inte kan säljas igen. Det finns därmed en risk för att svenska handelsföretag bara kan rapportera på energiåtervinningen, eventuellt materialåtervinning.

Förslag: Svensk Handel vill därför se ett tillägg i punkten (d) med materialåtervinning.

(d) vägran att donera produkter eller förbereda dem för återanvändning, återtillverkning eller materialåtervinning.

Artikel 20.5

Svensk Handel anser att det behöver tydliggöras i lagförslaget vad som åsyftas med de webbsidor som EU-kommissionen anger ska användas för att delge information på ett transparent och lättillgängligt sätt gällande destruerade produkter i enlighet med de angivna undantagen. Avses en central webbsida? Eller ska varje medlemsland ta fram en nationell hemsida dit företag ska rapportera in eller är det företagets egna webbsidor som åsyftas?

Artikel 20.6. Det är positivt att EU-kommissionen i artikel 20.6 föreslår att SME företag ska undantas från kraven i Artikel 20.

Generell kommentar: Skyldigheten i artikel 20 bör gälla för alla aktörer som säljer produkter på den inre marknaden. Idag skickas till exempel enorma mängder produkter i retur som köpts Online och via olika e-handelsmarknadsplatser. Många gånger tas dessa produkter inte om hand och säljs inte på nytt utan kasseras. Detta då hanteringen kostar för mycket.

KAPITEL VII – DE EKONOMISKA AKTÖRERNAS SKYLDIGHETER

De är det ekonomiska aktörerna som ska ansvara för att produkterna uppfyller kraven på ekodesign enligt denna förordning (i förhållande till sina respektive roller i leveranskedjan) samt vidta lämpliga åtgärder för att säkerställa att de endast tillhandahåller produkter på marknaden som överensstämmer med förordningen och de delegerade akter som har antagits i enlighet med den.

Artikel 23 Importörernas skyldigheter

Skäl (51) ” Det bör föreskrivas att importörerna ska se till att de produkter som de släpper ut på marknaden uppfyller dessa krav och att den CE-märkning och den dokumentation som upprättas av tillverkarna finns tillgänglig för att kontrolleras av de behöriga nationella myndigheterna. Det bör också

föreskrivas att importörerna i tillämpliga fall ska se till att ett produktpass finns tillgängligt för dessa produkter.”

Kommentar: Svensk Handel ställer sig bakom det som anförs om att ” För att säkerställa att den inre marknaden fungerar som den ska är det nödvändigt att säkerställa att produkter från tredjeländer som förs in på unionsmarknaden följer kraven i denna förordning och de delegerade akter som har antagits i enlighet med den, oavsett om de importerats som produkter, komponenter eller mellanprodukter.” Svensk Handel har därför i sak inget att invända mot att de grundläggande kraven i förordningen tillämpas på importörer och importerade produkter. Det bör dock framgå av artikeln att oproportionerliga bördor eller utökade krav som snedvridningar konkurrensen, i förhållande till inhemska EU-producenter, bör undvikas. Därtill vill vi understryka vikten av att detta tillämpas på alla importerade produkter. Även de som direktimporterats såväl som förmedlas via e-handelsmarknadsplatser

Artikel 24 Distributörernas skyldigheter

Skäl (53) ”Eftersom distributören gör en produkt tillgänglig på marknaden efter att den har släppts ut där av tillverkaren eller importören bör distributören iaktta vederbörlig omsorg när det gäller de tillämpliga kraven på ekodesign. Distributören bör också se till att dess hantering av produkten inte påverkar produktens överensstämmelse med kraven i denna förordning eller de delegerade akter som har antagits i enlighet med den.”

Kommentar: Svensk Handel har i sak inget att invända då skyldigheterna i stort sett följer av kraven i EU:s Marknadskontrollförordning. Vi kan dock konstatera att skyldigheterna utökas i denna förordning med nya krav kring ekodesign, kemikalier, information och transparens ut mot kund. Det i sin tur innebär ökad administration och kostnader. Därtill ska distributörer på ett mer uttalat sätt vara marknadskontrollmyndigheter aktivt behjälpliga.

Artikel 25 Återförsäljarnas skyldigheter

I artikel 25 fastställs skyldigheter för återförsäljare (detaljhandlare eller säljare), särskilt när det gäller visningen av etiketter och åtkomsten till produktpasset, även vid distansförsäljning (på internet).

Kommentar: Att liknande krav ska gälla angående information om produkten, oberoende om den tillhandahålls i fysisk butik eller via distansförsäljning, är fullt förståeligt då informationen bör vara relevant i båda fallen. Sättet som informationen presenteras kommer dock att skilja sig åt och det är viktigt att lagstiftningen inte begränsar företagets möjligheter att kommunicera med konsumenten, för oftast är det försäljaren som har störst kunskap i hur man når fram till konsumenten. Det centrala måste vara att informationen når fram till konsumenten på det mest effektiva sättet och det skiljer sig åt om det är en fysisk eller distanshandelsförsäljning. Utmaningen kommer att vara att hitta rätt balans så att informationen på etiketten är så lättförståelig som möjligt utan att gå så långt i förenklingarna att den blir missvisande.

Samtidigt måste det åläggas tidigare led i värdekedjan en skyldighet att förse återförsäljarna med etiketter, QR-koder med mera för att de i sin tur ska kunna leva upp till sina skyldigheter.

Artikel 26 Skyldigheter med avseende på etiketter

I artikel 26 samlas de olika skyldigheter som de ekonomiska aktörerna måste uppfylla om den delegerade akten kräver att produkten ska vara försedd med en etikett (till exempel att förse återförsäljare med etiketter).

Kommentar: Svensk Handel anser att kraven i denna förordning måste överensstämma med befintliga krav och ansvar på att tillhandahålla etiketter i annan lagstiftning, till exempel lagstiftningen om energimärkning. Det är inte lämpligt att introducera överlappande marknadsrättsliga bestämmelser i

aktuellt förslag, då det riskerar att skapa en osäkerhet i rättstillämpningen om hur de olika aktörerna ska förhålla sig till varandra. Genom artikel 25.3c introduceras marknadsrättsliga bestämmelser som syftar till att förhindra att konsumenter vilseleds om produktens egenskaper. Liknande bestämmelser finns redan i direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder och marknadsföringslagen (2008:486).

Artikel 28 De fall när importörer och distributörer ska ha samma skyldigheter som tillverkaren

Skäl (57) ”Varje importör eller distributör som släpper ut en produkt som omfattas av en delegerad akt som har antagits i enlighet med denna förordning under importörens eller distributörens eget namn eller varumärke, eller som ändrar en sådan produkt på ett sådant sätt att efterlevnaden av denna förordning eller den relevanta delegerade akten kan påverkas, bör anses vara tillverkaren och bör ta på sig tillverkarens skyldigheter.”

Kommentar: Det är inte ovanligt att företag inom handeln säljer produkter under eget varumärke. Svensk Handel har i sak inget att invända mot att dessa aktörer ska ta ett ansvar för sina produkter. Vi kan dock se att de kan bli en utmaning, framför allt för distributörer, att kunna leva upp till denna skyldighet. Speciellt som skyldigheterna utökas i denna förordning till att inkludera en rad nya produktparametrar. En distributör köper produkter från en aktör inom EU, som är den som har satt produkten på marknaden. Det kan vara såväl en annan tillverkare som en importör. Här bör det åläggas dem som är tidigare i värdekedjan att bistå med dokumentation och information.

Svensk Handel anser också att det inte är helt tydligt vilka ekonomiska aktörer som ingår i definitionen ´distributör´, dvs. om även den som renoverar, reparerar, uppgraderar eller återtillverkar en produkt omfattas av kraven för tillverkare. Detta behöver förtydligas i lagförslaget genom ett förtydligande av definitionen av ´distributör´ i Art 2 Definitioner.

Artikel 29 Skyldigheter för internetbaserade marknadsplatser och sökmotorer

I *artikel 29* fastställs skyldigheterna för internetbaserade marknadsplatser och sökmotorer, särskilt när det gäller samarbete med marknadskontrollmyndigheter. Det anges också att marknadskontrollmyndigheterna bör ha befogenhet att beordra att en internetbaserad marknadsplats ska avlägsna olagligt innehåll.

Kommentar: Svensk Handel vill uppmärksamma departement på att aktörer på marknaden, som tillgängliggör produkter har olika ansvar för att efterleva kraven i ESPR, utifrån hur regelverken ser ut idag och utifrån hur DSA-förslaget blivit.

Svensk Handel ställer sig frågande till det faktum att en affärsmodell undantas från ansvar för att nå miljö och klimatmål genom ESPR. Förslagets utformning kommer få effekten att flera (europeiska) företag behöver anpassa sina affärsmodeller till reglerna och kraven i SPI/ESPR men att produkter som inte följer dessa krav kan fortsättas säljas via e-handelsmarknadsplatser till europeiska konsumenter och oftast till ett lägre pris. Det lägre priset kan tas ut för att man inte behöver lägga tid och pengar på att efterleva bland annat de utökade kraven i ESPR. Detta blir direkt motsägelsefullt då huvudsyftet med förslaget är att ställa om EU och den inre marknaden till att bli mer hållbar och att bara hållbara produkter ska sättas på marknaden. Det snedvrider såväl konkurrensen som försvagar konsumentskyddet då marknaden inte tillåts konkurrera på ett öppet och fritt sätt med detta/dessa ramverk.

I Artikel 29.2 hänvisar Kommissionen till den ännu inte antagna rättsakten om digitala tjänster (Digital Services Act). Medan artikel 22 i DSA använder termen ”traders” används i ESPR i artikel 29 (och 25) begreppet ”dealers”. Olika termer skapar rättsosäkerhet och förslaget bör därför anpassas till den term som slutligt antas i DSA.

Artikel 30 De ekonomiska aktörernas informationsskyldighet

I *artikel 30* fastställs möjligheten att genom framtida delegerade akter kräva att ekonomiska aktörer ska göra den tekniska dokumentationen tillgänglig på digital väg, utan att detta efterfrågas. För att bedöma

marknadspenetreringen för produkter för vilka krav på ekodesign har fastställts åläggs de ekonomiska aktörerna även att de ska tillhandahålla information om de produkter som levereras.

1. Om produkter tillhandahålls på marknaden via internet eller genom andra former av distansförsäljning av de relevanta ekonomiska aktörerna ska de **i det relevanta produktbudandet tydligt och synligt ange åtminstone följande information:**

- (a) Tillverkarens namn, registrerade firmanamn eller registrerade varumärke samt den postadress eller elektroniska adress där tillverkaren kan kontaktas.
- (b) Om tillverkaren inte är etablerad i unionen: namn, adress, telefonnummer och e-postadress för den ekonomiska aktör som är etablerad i unionen i den mening som avses i artikel 4 i förordning (EU) 2019/1020.
- (c) Information för att identifiera produkten, inbegripet dess typ och, i förekommande fall, partinumner, serienummer och eventuell annan produktbeteckning.

Kommentar: I och med att marknadsplatser inte ses som en ekonomisk aktör innebär det återigen att det blir olika krav på olika aktörer. Svensk Handel vill därför se att man gör ett tillägg.

Förslag: *för de fall **det saknas en ekonomisk aktör och produkterna tillhandahålls via en online marknadsplats** genom distansförsäljning bör även dessa ha krav på sig att lämna informationen om: tillverkarens namn, tillverkarens etablering, information för att identifiera produkter.*

Vad gäller punkten c) anser Svensk Handel att kravet inte bör gå så långt att varje enskild produkt behöver ha en specifik information på sig om det inte är nödvändigt. Det kan annars innebära såväl enormt stora kostnader som administrativt arbete att sätta det på produkten. Det måste gå att ge samma information på samma produktkategori om det anses vara tillräckligt. Ledstjärnan bör vara att informationen återfinns på en sådan holistisk nivå som möjligt.

Kapitel VIII om produkters överensstämmelse

CE-märkning (artiklarna 38 och 39) samt möjligheten att använda alternativa märkningar (artikel 40).

Kommentar: Svensk Handel skulle vilja se ett förtydligande kring hur lagstiftaren har tänkt kring CE-märkning. I dag finns det krav på CE-märkning för ett antal produktgrupper som har en harmoniserad produktlagstiftning. Förordningen inkluderar frågan kring CE-märkning i ett par artiklar men utvecklar sedan inte närmare hur det är tänkt att användas. Då Kommissionen har för avsikt att ESPR ska omfatta bredast möjligaste produktgrupper ställer sig Svensk Handel frågan om avsikten är att alla produkter som faller under denna förordning per automatik kräver en CE-märkning? Här skulle vi vilja se ett förtydligande.

Ekonomiska Incitament

I *artikel 57* föreskrivs att om medlemsstaterna antar incitament för att belöna produkter bör dessa incitament i princip vara inriktade på de två högsta utnyttjade prestandaklasserna eller på produkter som är försedda med EU-miljömärket. Om ingen prestandaklass fastställs, eller om prestandaklassen baseras på flera produktparametrar, kan kommissionen i en delegerad akt ange närmare hur incitament från medlemsstaterna ska fungera.

Kommentar: Svensk Handel tolkar kapitlet om ekonomiska incitament att medlemsstaterna ska ge möjlighet att exempelvis subventionera produkter som ligger i de bästa prestandaklasserna. Det återstår att se hur de olika klasserna ska utredas, men om det går att göra på ett rättvist och marknadsutvecklande sätt kan det bidra till att hållbara produkter också blir prisvärda. För det är av central vikt att omställningen innebär att hållbara produkter också är prisvärda. Bara i Sverige (som i EU-mått är ett land med högt välbefinnande) beräknas ca. 10 % av Sveriges befolkning leva i fattigdom. Deras möjligheter att kunna handla hållbara produkter måste också beaktas.

Att införa ekonomiska incitament kan alltså vara ett sätt att göra det, men man måste ha i åtanke att en produkts pris i hög grad styrs av vilka insatsvaror och teknik som används i produkten. Dessa inhandlas på marknaden och priserna sätts utifrån normal ekonomisk teori om utbud och efterfrågan. Det kommer därför vara viktigt att eventuella ekonomiska incitament inte leder till en snedvriden konkurrens och skapar inlåsnings effekter.

KAPITEL XI – MARKNADSKONTROLL

Kommentar: Svensk Handel instämmer i att en effektiv tillämpning av kraven på ekodesign är avgörande för att säkerställa lika konkurrens på den inre marknaden och för att säkerställa att EU:s klimat-, energi- och cirkularitetsmål uppnås samt att Förordning (EU) 2019/1020 om marknadskontroll bör därför tillämpas på produkter för vilka krav på ekodesign fastställs i enlighet med denna förordning,

Vidare instämmer Svensk Handel om att, utöver marknadskontrollmyndigheterna, kommer tullmyndigheterna ha en viktig roll att spela vad gäller efterlevnad av denna förordning när det kommer till importerade varor. Här behöver även privatimporterade produkter inkluderas.

Det är också viktigt att marknadskontrollen är tillräcklig och likvärdig inom hela EU därför kan Svensk Handel se nyttan med att medlemsländerna åläggs att ta fram en särskild handlingsplan för marknadskontrollen enligt denna förordning och de åtgärder som planeras för att minska produkternas bristande överensstämmelse.

'KAPITEL XII – FÖRFARANDE FÖR SKYDDSÅTGÄRDER

Som ett grund krav i förordningen går att läsa att *"Produkter bör endast släppas ut på marknaden om de inte utgör en risk. Vidare förklaras att en produkt som utgör en risk bör vid tillämpningen av denna förordning definieras som "en produkt som, genom att inte uppfylla ett krav på ekodesign eller på grund av att en ansvarig ekonomisk aktör inte uppfyller ett krav på ekodesign, kan påverka miljön eller de andra allmänna intressen som skyddas genom de relevanta kraven negativt."*

Kommentar: Svensk Handel tillstyrker förslaget om att marknadskontrollmyndigheterna bör ha rätt att kräva att ekonomiska aktörer vidtar korrigerande åtgärder när det har konstaterats att en produkt inte uppfyller kraven på ekodesign eller att den ekonomiska aktören har brutit mot bestämmelserna om utsläppande eller tillhandahållande på marknaden av produkter eller andra regler som rör denne bör när det konstateras. Svensk Handel anser också att det är viktigt att man inkluderar alla produkter i sin marknadskontroll såväl de som direktimporteras av konsumenter från tredjeland samt förmedlas via olika marknadsplatser.

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

SVENSK HANDEL

Mats Hedenström

Ann Christiansson