

Sveriges Annonörer

Finansdepartementet
Avdelningen för offentlig förvaltning
Konsumentenheten
103 33 Stockholm

Yttrande avseende Promemoria Tillgång till information om bränsleförbrukning och koldioxidutsläpp vid marknadsföring av nya personbilar, Dnr Fi2021/02192

Inledning

Sveriges Annonörer är intresseorganisationen för landets annonsörer och bildades 1924. Sveriges Annonörer har cirka 400 medlemsföretag/organisationer som tillsammans står för nära hälften av de samlade reklam- och medieinvesteringarna i Sverige. Som intresseorganisation bistår vi medlemmarna att arbeta med ansvarsfull och sund marknadsföring som skapar effekt för deras varumärken.

Sveriges Annonörer har beretts tillfälle att yttra sig över den ovan nämnda promemorian och vill anföra följande.

Allmänt

I promemorian konstateras att uppfyllandet av bränsleinformationsdirektivet sker genom Konsumentverkets allmänna råd. Det förefaller avvikande att uppfyllandet av ett direktiv sker genom myndighetens allmänna råd. Av det skälet tillstyrker vi införandet av den föreslagna lagen då det på ett tydligt sätt införlivar direktivet och tydliggör den rättsliga statusen i form av den nya lagen. Det Sveriges Annonörer ställer sig frågande till är sättet som lagstiftningsprocessen sker på, som avviker från en mer gängse ordning när utredningen utan en närmare genomgång av de allmänna rådets innehåll väljer att ge rättslig status åt Konsumentverkets allmänna råd. Utredningen har således inte närmare redogjort för sitt resonemang avseende detaljer i de allmänna råden i förhållande till direktivet och att dessa görs till lag.

Om Konsumentverkets roll

Det är av särskilt vikt att framhålla att aktörerna som Sveriges Annonörer representerar alltid vill agera på rätt sätt. För att kunna göra det på en marknad som utvecklas behövs dock i vissa fall, där exempelvis praxis saknas, handfast vägledning från tillsynsmyndigheten utan att aktörerna för den sakens skull förväntar sig ett förhandsbesked.

Med det sagt är det sedan tidigare efterfrågat av aktörerna på marknaden att Konsumentverket kan bidra med sin expertis genom att i sina allmänna råd ange handfasta allmänna exempel för att göra de allmänna råden mer användbara för aktörerna som ställs inför funderingar och behöver ge sig i kast med frågor på området. Kort sagt, om ambitionen är att ge bästa möjliga vägledning har Sveriges Annonörer tidigare lyft fram att de allmänna råden skulle kunna utvidgas och inkludera praktiska exempel. Det Sveriges Annonörer har pekat på är den överhängande risken att



Sveriges Annonörer

aktörerna som söker vägledning inte kommer erhålla det stöd som behövs och då förfelar det till viss del syftet med en vägledning genom allmänna råd.

I anslutning till den föreslagna ordningen där Konsumentverket bemyndigas utfärda föreskrifter om vad som krävs på området kan dock konstateras att Konsumentverket är rätt aktör för uppdraget. Samtidigt måste man inse att det medföljer en viktig roll i att vara proaktiv på området och inför arbetet ha en samverkansdialog med berörda aktörer för att nå fram till föreskrifter som står i överensstämmelse med en faktisk tillämpning. Av det skälet invänder Sveriges Annonörer inte mot den föreslagna ordningen men vill understryka vikten av myndighetens roll i det proaktiva arbetet i dialog med näringslivet.

Som exempel på frågor som Sveriges Annonörer tidigare lyft fram i remissvar till Konsumentverket gällande deras allmänna råd avser definitioner av bland annat försäljningsställe, reklammaterial och även rörande placeringen av information i reklammaterial samt tillämpningen av där endast hänvisning till ett fabrikat sker. Utöver detta, även om det i sig inte omfattas per se av bränsleinformationsdirektivet, har vi även konstaterat vikten av information om elbilar/motsvarande och dess förbrukning och att det är efterfrågat och att branschen gärna ser information/vägledning från Konsumentverket i frågan för att kunna skapa enhetlighet och samsyn.

Sammanfattningsvis om man nu väljer det föreslagna upplägget där Konsumentverket ska utfärda föreskrifter kommer det ställa krav på konkreta allmänna exempel som gör tillämpningen enklare att ta till sig. Sveriges Annonörer tillstyrker dock förslaget under ovan angivna förutsättningar och kan då se fördelar med att Konsumentverket utfärdar föreskrifter som sker i samråd med branschen med ambition att inhämta de synpunkter som branschen efterfrågar.

Stockholm den 6 september 2021

Sveriges Annonörer

Hanna Riberdahl
VD
Sveriges Annonörer

Niklas Briselius
Jurist
Sveriges Annonörer

Tobias Ertell
Jurist
Sveriges Annonörer