

Justitiedepartementet
Grundlagsenheten
103 33 Stockholm

Ju.L6@regeringskansliet.se

Remissyttrande

Så stärker vi den personliga integriteten (SOU 2017:52)

Er ref: Ju2017/05090

Vårt diarienumr: R-906-2017

Svensk Handel, som är handelsföretagens intresseorganisation och företräder 11 000 små, medelstora och stora företag med nära 300 000 medarbetare, får med anledning av remissen anförda följande:

Allmänna synpunkter

Svensk Handels har valt att yttra sig om uppförandekoder i allmänhet och de förslag om förfarandet vid framtagande av uppförandekoder som Integritetskommittén lagt fram i generella termer.

Sammanfattningsvis anser Svensk Handel att Integritetskommittén förslag i aktuellt betänkande går för långt och i stor utsträckning riskerar att medföra nationell överimplementering, d v s goldplating, på integritetsområdet, något som påverkar svenska företags konkurrenskraft och som är i direkt motsats till intentionen med ett gemensamt regelverk på den inre marknaden. Svensk Handel avstyrker:

- Att myndigheter ska ges i uppdrag att initiera framtagandet av uppförandekoder
- Att andra myndigheter än Datainspektionen ges i uppdrag att stötta och i vissa fall även utöva tillsyn enligt dataskyddsförordningen
- att Datainspektionen ges en möjlighet att företräda enskilda i domstol som part

- att det ska vara obligatoriskt vid framtagandet av en uppförandekod att samråda med representanter för de registrerade samt
- att uppförandekoder publikt ska tillhandahållas kostnadsfritt.

Initiativet till uppförandekoder

Svensk Handel anser att det är positivt att det i dataskyddsförordningen finns en möjlighet för sammanslutningar att ta fram uppförandekoder för tillämpningen av förordningen. Uppförandekoder kan vara bra och fylla en stor funktion när det finns förutsättningar, dock är det viktigt att understryka att det inte får framställas något krav på att uppförandekoder ska tas fram. Det finns delar av en verksamhet som passar sig bättre för en uppförandekod än andra, exempelvis anser Svensk Handel att det på arbetsrättens område ter sig svårgörligt och i viss mån olämpligt med uppförandekoder.

Svensk Handel menar att det är upp till varje branschsammanlutning eller liknande att, för det fall det finns förutsättningar och ett intresse, besluta om att ta fram en uppförandekod. Det är dessa aktörer som har bäst insikt i vilka områden som är problematiska och om det är en framkomlig väg med en uppförandekod.

Svensk Handel reagerar även mot att det i betänkandet uttrycks som att vissa företeelser, t ex kamerabevakning inom arbetslivet, alltid medför en allvarlig risk för den personliga integriteten. Svensk Handel delar inte den uppfattningen och vill särskilt hänvisa till vårt remissyttrande över förslaget till en ny kamerabevakningslag (SOU 2017:55).

Integritetsutredningen föreslår genomgående att myndigheter, andra än Datainspektionen, ska initiera framtagandet av uppförandekoder. Svensk Handel anser inte att detta är lämpligt då initiativet måste ligga hos branschen och dess företrädare i de fall där man anser att det finns ett behov och en möjlighet. Processen med att ta fram en uppförandekod är mycket omfattande och resurskrävande varför det är olämpligt att sådana initiativ tas av någon annan än de som direkt berörs av arbetet. Mot denna bakgrund är det problematiskt att det i betänkandet uppges att en uppförandekod ska tillhandahållas

kostnadsfritt. Det anges i dataskyddsförordningen att uppförandekoder ska publiceras och offentliggöras. Svensk Handel ifrågasätter dock att själva koden de facto ska tillhandahållas publikt kostnadsfritt. Om så är fallet minskar definitivt incitamentet för branschsammanlutningar att investera stora belopp av medlemsföretagens avgifter i framtagandet av uppförandekoder som sedan kostnadsfritt kan nyttjas av alla som inte har varit med och bidragit i framtagandet.

Som framgår av dataskyddsförordningen bör sammanslutningar uppmuntras till att ta fram uppförandekoder. Svensk Handel menar att detta inte kan uppfattas som att uppförandekoder ska initieras av myndigheter. Svensk Handel anser att uppmuntrandet snarare bör ligga i att stötta och vara behjälplig de sammanslutningar som vill ta fram en uppförandekod.

Andra myndigheter än Datainspektionen

Integritetskommittén föreslår att andra myndigheter än Datainspektionen ska ha ansvar för att initiera och stötta framtagandet av uppförandekoder. Svensk Handel anser inte att det är lämpligt överhuvudtaget då det endast är Datainspektionen som har den omfattande kunskapen om dataskyddsförordningen och uppdaterad information om tillämpningen som krävs för att kunna stötta tillfredsställande i ett arbete med en uppförandekod. Risken är uppenbar att, för det fall andra myndigheter som inte besitter den detaljkunskapen är med i framtagandet av uppförandekoden, Datainspektionen i ett godkännande-skede kommer att ha en annan uppfattning än vad man kommit överens om ska stå i uppförandekoden. Vidare har de föreslagna myndigheterna, t ex Arbetsmiljöverket och Konsumentverket, andra uppgifter och incitament att driva fram uppförandekoder som går utanför vad som är meningen enligt dataskyddsförordningen. Även detta talar således för att det finns en uppenbar risk för goldplating på den svenska marknaden.

Härutöver föreslås att exempelvis Konsumentverket ska få ett uppdrag att utöva tillsyn över företaget, produkter och avtal där integritetsskydd och informationssäkerhet gör sig gällande. Svensk Handel är högst tveksamma till detta då det riskerar att tillsynen över integritetsregelverket sprids ut över flera myndigheter. Det i sin tur riskerar att medföra en ojämn rättstillämpning och svårigheter för

företag att veta vad som gäller och vilken myndighet som är ansvarig. Svensk Handel menar att all tillsyn avseende dataskyddsförordningen och därmed tillhörande regelverk ska ligga hos Datainspektionen.

Det enda skälet till varför olika myndigheter föreslås verkar vara att Datainspektionen kommer att vara så fullbelagda och sakna tillräckliga resurser. Svensk Handel anser inte att det är ett hållbart argument utan anser det högst angeläget att Datainspektionen får erforderliga resurser för att klara av sitt uppdrag. Svensk Handel tycker att det vore lämpligt att det inom Datainspektionen finns funktioner ansvariga för olika delar av näringslivet respektive samhället i syfte att underlätta och effektivisera arbetet.

Datainspektionens ansvar för information och tillsyn

I sammanhanget behöver också framhållas att för många företag innebär arbetet med dataskyddsförordningen stora investeringar. Uppförandekoder kan vara ett hjälpmedel, dock måste det vara frivilligt att följa en uppförandekod. Det är dock viktigt att understryka att uppförandekoder inte kan anses ersätta dataskyddsmyndighetens uppdrag att informera om gällande regelverk och tillämpning. Sådan information måste vara så tydligt att även små och medelstora företag utan tillgång till advokatstöd ges en möjlighet att förstå och följa regelverket.

Svensk Handel vill understryka vikten av att myndighetens tillsyn förhåller sig konkurrensneutral, effektiv och jämlik. Företag är idag oroliga och ovilliga att ställa frågor till Datainspektionen då det riskerar att leda till ett tillsynstillslag mot företaget. Det är en olycklig utveckling, i synnerhet då det, med allra största sannolikhet, finns ett flertal företag på marknaden som inte tar dataskyddsförordningen på samma allvar som de företag som vänder sig till myndigheten för vägledning. I betänkandet föreslås Datainspektionen ges ytterligare befogenheter, att som part föra talan i domstol. Av art 58 i dataskyddsförordningen framgår att tillsynsmyndigheten ges omfattande befogenheter, vilket bör beaktas när man överväger förslaget om att föreskriva ytterligare befogenheter. Effekterna av förordningens tillämpning bör i första hand utvärderas innan ytterligare befogenheter föreslås. Svensk Handel menar att förslaget är problematiskt i förhållande till kravet på tillsynsmyndighetens oberoende och objektivitet.

Vidare vill Svensk Handel framhålla att risken för ”smittning” mellan branscher måste undvikas. Det ter sig möjligt att, om det framtagits en uppförandekod för en specifik bransch, en sådan kod enligt tillsynsmyndigheten bör appliceras på en annan närliggande och vid första anblicken liknande bransch. Svensk Handel menar att det är en olycklig ”smittning” som inte kan accepteras, då själva meningen med en uppförandekod är att omfattningen och innehållet ska anpassas till just den aktuella branschen. Det kan i närliggande branscher finnas helt andra överväganden som behöver beaktas och en uppförandekod som vid första anblick verkar applicerbar är i verkligheten inte det.

Samråd med de registrerade

När det gäller utarbetandet av en uppförandekod skrivs i dataskyddsförordningens recital 99 att man *bör* samråda med representanter för berörda intressenter, inbegripet de registrerade, och att deras åsikter *bör* beaktas. Detsamma framkommer i artikel 29-gruppens ”Arbetsdokument om arbetsgruppens förfarande vid dess behandling av gemenskapskodexar” (GD XV D/5004/98).

I Integritetskommitténs betänkande framhålls samråd med berörda som något obligatoriskt och att en uppförandekod, för att kunna godkännas, *måste* ha tagit in åsikter som framkommit vid ett samråd i koden. Svensk Handel menar att detta är att gå alldeles för långt.

Det kan i vissa fall finnas skäl, och möjlighet, att beakta åsikter framförda av registrerade, men detta kan inte göras obligatoriskt. I annat fall föreligger en uppenbar risk för goldplating och att den EU-gemensamma dataskyddsförordningens bestämmelser inte kommer att vara harmoniserade på den inre marknaden. Svensk Handel menar att det måste anses vara i direkt motsats till syftet med dataskyddsförordningen.

Folkbildningskampanj

Svensk Handel delar kommitténs uppfattning att det är av stor vikt med en folkbildningsinsats i teknikutvecklingen och vad den innebär för enskilda. Det finns ett stort behov av ”cyber hygiene” hos såväl individer som företag. I sammanhanget behöver understrykas vikten

av att en sådan folkbildningsinsats syftar till att informera individer om utvecklingen och hur de kan påverka sin egen cybermiljö och inte landar i någon allmän teknikrädsla och rädsla för utvecklingen. En stor del av utvecklingen i nya tjänster och produkter sker med hjälp av dataanalys. Utvecklingen är till stor del driven av konsumenter som anammar och efterfrågar mot mer och mer personifierade erbjudanden.

SVENSK HANDEL



Mats Hedenström
Näringspolitisk chef

Anna-Karin Strömquist