

2018-05-03

Diarienummer: Ä 2018-276

Finansdepartementet

Remiss - Ett reklamlandskap i förändring - konsumentskydd och tillsyn i en digitaliserad värld (SOU 2018:1)

Tillväxtverket arbetar för att stärka företagens konkurrenskraft. Det gör myndigheten genom att skapa bättre förutsättningar för företagande och attraktiva regionala miljöer där företag utvecklas.

Vidare arbetar Tillväxtverket med att göra det enklare att starta och driva företag och har ett särskilt ansvar för förenkling för företag. Tillväxtverket driver och utvecklar förenklingsarbetet i samverkan med departement, myndigheter, kommuner och näringsliv. Tillväxtverket är också ansvarig för webbplatsen www.verksam.se där Tillväxtverket tillsammans med Arbetsförmedlingen, Bolagsverket och Skatteverket samlar information och e-tjänster för företag.

Remissvaret är skrivet utifrån dessa utgångspunkter.

Tillväxtverkets ställningstagande

Utredningens kartläggning har kommit fram till att personaliserad reklam är problematisk för konsumenterna, men att problemen inte kan lösas lagstiftningsvägen. Utredningen gör istället bedömningen att det även framöver är viktigt att arbeta med utbildning och rådgivning och att det är viktigt att ta fram tydliga och lättillämpade riktlinjer för hur reklam ska märkas ut för att inte ses som dold. Utredningen anser att ett sådant arbete bör ske i samverkan med branschen och att tillsynsmyndigheten i ett första skede bör ges i uppdrag att samverka med företrädare för branschen och att det är viktigt att alla deltar i det arbetet.

Tillväxtverket är positiv till utredningens bedömning. Enligt Tillväxtverket ska det vara lätt för företagen att göra rätt och tillsyn bör medföra ett så litet ingrepp som möjligt i företagets dagliga verksamhet.

Tillväxtverket kan konstatera att det finns ett stort behov av information till företagen inom området och ser en möjlighet att, i samarbete med Konsumentverket, använda webbplatsen www.verksam.se för att nå ut med relevant information till företagen.

Utredningen föreslår vidare att Konsumentverket ska ges befogenhet att genomföra kontrollköp under dold identitet, så kallad mystery shopping, för att kontrollera att marknadsföringslagstiftningen följs. Utredningen anser att det bör övervägas att ge regeringen bemyndigande att meddela föreskrifter om hur inköp som kräver fingerade personuppgifter ska hanteras. Tillväxtverket ser positivt på om det skulle

meddelas föreskrifter om detta, för att de företag som utsätts för kontrollköp ska ha kännedom om de villkor och förutsättningar som gäller för förfarandet. Vidare finner Tillväxtverket att Konsumentverket bör ha noggrann kontroll över hur myndigheten använder konton i sociala medier samt den så kallade varningslistan och kriterierna för att ett företag blir uppsatt på listan. Detta eftersom den typen av varningslista har stor genomslagskraft vilket är positivt om det finns fog för listningen men däremot negativt om ett företag skulle bli felaktigt listat.

Beslut i detta ärende har fattats av avdelningschef Anna Johansson. Katarina Garinder har varit föredragande. I handläggningen har också tf enhetschef Johanna Hjärtberg och Per Högström deltagit.

Anna Johansson

Katarina Garinder