



23 maj 2022

Yttrande över En uppföljning av skriftlighetskravet vid telefonförsäljning (SOU 2021:79), Ju2021/03621

Näringslivets delegation för marknadsrätt (NDM) består av 20 bransch- och intresseorganisationer inom det svenska näringslivet. Delegationen yttrar sig främst i frågor av principiell natur och som berör hela det svenska näringslivet. NDM arbetar för sunda spelregler, rättvis konkurrens och ett högt konsument- och integritetsskydd i reklam och marknadskommunikation. Som främsta verktyg för att uppnå det sistnämnda står NDM och dess medlemmar bakom näringslivets egna åtgärder såväl i fråga om normgivning som efterlevnadskontroll (självreglering).

Utredningen bedömer, i sin uppföljning av skriftlighetskravet, att det inte finns anledning att vidta ytterligare lagstiftningsåtgärder för att stärka konsumentskyddet. Utredningen betonar även betydelsen av självreglering.

1987 införde SWEDMA tillsammans med Kontakta det som idag kallas ”Etiska regler för marknadsföring och telefonförsäljning via telefon” och som gäller för den svenska marknaden. Dessa regler anses idag vara praxis vid telefonförsäljning och en absolut majoritet av alla företag och verksamheter som säljer via telefon följer dessa etiska regler. Reglerna har uppdaterats senast 1 juli 2021.

Självreglering skapar ett agilt och konsumentvänligt system som snabbt kan anpassas till teknikutveckling och nya användarmönster. Genom självreglering deltar alla de bolag som både vill och gör rätt i dialogen om hur reglerna ska utvecklas – men också i att de efterlevs. Självregleringens bedömningar går normalt längre än de bedömningar vi ser i många andra EU-länder.

Självregleringen är ett mycket viktigt komplement till sedvanlig myndighetstillsyn. Under 2021 gjordes drygt tusen avgöranden i frågor om en viss marknadsföringsåtgärd



följt reglerna. Medan myndighetstillsyn ofta inriktas mot de fåtal aktörer som mer eller mindre medvetet tänjer, eller bryter, mot reglerna kan självregleringen genom sin unika integrering i näringslivet och sitt stora genomslag säkerställa en hög etisk och legal nivå för den stora merparten av den marknadskommunikation som når den svenska marknaden. NDM ser således mycket positivt på att utredningen väljer att lyfta fram självregleringen och dess betydelse.

Såvitt avser telefonförsäljning så är de nyss nämnda etiska reglerna tillsammans med NIX-nämnden och NIX-registret de centrala delarna i att upprätthålla ett högt konsumentskydd kombinerat med ett välfungerande opt-out system. NIX-nämndens uppgift är bl.a. att säkra regelefterlevnaden medan NIX-registret ska tillhandahålla ett lättillgängligt och enkelt sätt för de konsumenter som vill att kunna motsätta sig att bli uppringd i marknadsföringssyfte.

Sett till den mängd telefonsamtal som vidtas i marknadsföringssyfte så säkerställs en mycket hög grad av efterlevnad genom självregleringen. Det uppfattas även som enkelt att nixa sig. Det märks exempelvis genom att 86% av hushållen under 2021 uppgav att de kände till NIX-registret samt att mängden klagomål till tillsynsmyndigheten sjönk med 99% mellan 2014–2020 (97% fram till skriftlighetskravets införande 2018). NDM menar att detta ger starka belägg för att dagens lösning fungerar väl.

Delegationen delar således utredningens slutsats att det inte finns behov av ytterligare lagstiftningsåtgärder.

Mattias Grundström
Ordförande



Medlemsförteckning

Direct Selling Sweden

(Swedish Direct Selling Association)

Finansbolagens Förening

(Association of Swedish Finance Houses)

Företagarna

(Swedish Federation of Business Owners)

IAB Sverige

(Interactive Advertising Bureau, IAB Sweden)

Kontakta

(Swedish Contact Center Association)

Läkemedelsindustriföreningen

(Swedish Association of the Pharmaceutical Industry)

Spelplan – ASGD (Dataspelsbranschen)

(Swedish Games Industry)

Stockholms Handelskammare

(Stockholm Chamber of Commerce)

SWEDMA

(Swedish Data Marketing Association)

Svensk Digital Handel

(Swedish Distance Sellers (SDS))

Svensk Försäkring

(Insurance Sweden)

Svensk Handel

(Swedish Trade Federation)

Svenska Bankföreningen

(Swedish Bankers' Association)

Svenska Franchiseföreningen

(Swedish Franchise Association)

Sveriges Annonörer AB

(Association of Swedish Advertisers)

Sveriges Kommunikationsbyråer

(Swedish Association of Communication Agencies)

Sveriges Marknadsförbund

(Swedish Marketing Federation)

Sveriges Tidskrifter

(Swedish Magazines)

Svenskt Näringsliv

(Confederation of Swedish Enterprise)

TidningsUtgivarna TU

(Swedish Media Publishers' Association)

Tobaksleverantörsföreningen

(Swedish Tobacco Association)