

Justitiedepartementet
ju.remissvar@regeringskansliet.se
ju.L2@regeringskansliet.se

Yttrande över Åtgärder för en mer hållbar konsumtion (SOU 2025:124)

Er ref: Ju2026/00135

Svensk Handel som är en bransch- och arbetsgivarorganisation för små och stora företag inom parti-, detalj- och e-handeln med cirka 8 200 medlemsföretag får med anledning av remissen anföra följande:

Allmänna synpunkter

Svensk Handel tackar för möjligheten att lämna synpunkter på den remitterade utredningen Åtgärder för en mer hållbar konsumtion (SOU 2025:124). Svensk Handel ser särskilt positivt på att utredningens förslag, som genomför EU-direktiven 2024/825 om mer konsumentmakt i den gröna omställningen (konsumentmaktssdirektivet) och 2024/1799 om gemensamma regler för främjande av reparation av varor (reparationsdirektivet), ligger nära direktivtexterna och därigenom bidrar till att säkerställa att regelverken tillämpas på ett harmoniserat sätt. Det finns emellertid vissa otydligheter som inte klargörs i vare sig direktiv eller genomförandeutredningen, varför det finns ett stort behov av vägledning framgent. Detta berörs särskilt nedan.

Åtgärder för att främja reparation

Svensk Handel som branschorganisation välkomnar omställningen till en mer cirkulär och hållbar handel, och är tillsammans med våra medlemsföretag inte sällan med och driver utvecklingen framåt. Som ett generellt medskick är det därför viktigt att säkerställa att det finns förutsättningar för att starta, växla upp och bibehålla cirkulära affärsmodeller. Reparationstjänster och återbruk av varor är en stor del av det cirkulära flödet, varför det också behöver tas fram riktiga incitament som gör det välkommet för konsumenter att använda sig av eller hitta reparationstjänster. Sådana incitament tas i huvudsak inte upp i utredningen.

För konsumenter är pris fortfarande en central drivkraft för att välja hållbart. Svensk Handel bedömer att det i det fortsatta arbetet med införlivandet av framför allt reparationsdirektivet måste övervägas vilka åtgärder som är lämpliga för att leda konsumenter rätt. Det kan röra sig om att införa skattemässiga avdragsmöjligheter för användandet av reparationstjänster, likt det som finns på andra områden idag (ROT- och RUT-avdrag). På så sätt kan riktiga incitament leda till att konsumenter ser positivt på att använda sig av reparationstjänster eftersom kostnaderna för att utnyttja tjänsten kan hållas nere för den enskilde konsumenten. Även mer systeminriktade åtgärder kan också krävas. Till exempel spelar frågan om sänkt moms på second handvaror en stor roll för att få det cirkulära kretsloppet att fungera som en helhet. Momsen är utformad för varor som säljs första gången, men menar politiken allvar med att vilja främja en cirkulär ekonomi, borde momsen sänkas när en vara säljs en andra eller tredje gång. Ett annat exempel är att reparationer, återbruk och liknande är arbetskraftsintensivt vilket är väldigt dyrt i Sverige. En översyn och sedermera sänkning av arbetskostnader, såsom arbetsgivaravgifter behöver därför också genomföras. Detta skulle kunna träffa rena cirkulära arbeten såsom reparatörer, återvinningscentraler och liknande för att behålla arbetskraften i Sverige.

Produkter redan i omlopp på marknaden

En fråga som har bedömts ligga utanför utredningens uppdrag är frågan om produkter som redan idag är i omlopp på den inre marknaden. Det finns för närvarande inga övergångsbestämmelser i vare sig konsumentmaktssdirektivet eller i de nationella förslagen som gör det möjligt för återförsäljare att fortsätta sälja produkter som för närvarande marknadsförs och säljs i enlighet med gällande regler. Det kan röra sig om produkter med lång hållbarhet och som redan finns i produktion eller butik. Det innebär att fullt tjänliga produkter kan komma att behöva kasseras om dessa inte hinner anpassas eller säljas ut innan tillämpningen och tillsyn inleds. Ändringar i planerade marknadsföringskampanjer eller ytterligare anpassning av produkter/förpackningar som redan är i omlopp på marknaden är typiskt sett förenat med höga kostnader och långa ledtider. Kassering av fullt tjänliga produkter kan då bli det enda realistiska alternativet för enskilda handlare för att inte riskera att sälja produkter som inte efterlever nya krav. Svensk Handel anser att sådana konsekvenser är inte enbart orimligt för de producenter eller återförsäljare som drabbas, utan måste anses stå i direkt strid med direktivets syfte och den målsättning regeringen har om att minska matsvinnet i Sverige.

I sammanhanget anser Svensk Handel att den bästa lösningen vore att det i direktivet införs en övergångsbestämmelse som möjliggör att produkter som redan satts på marknaden, antingen i produktion, lager eller i butik, bör få säljas ut under en fastställd övergångsperiod. Liknande övergångsbestämmelser har funnits även på angränsande områden, bland annat på livsmedelsområdet. Ett unionsrättsligt bindande undantag är att föredra för att det inte ska bli otydligt vad som gäller, i synnerhet då ett företag verkar gränsöverskridande. Ett sådant undantag är inte bara den mest rättssäkra och förutsägbara lösningen för enskilda näringsidkare, utan skulle även säkerställa ett harmoniserat tillvägagångssätt i hela EU.

Såvitt kan förstås pågår det för närvarande diskussioner om en gemensam, icke-rättsligt bindande överenskommelse inom ramen för det s.k. CPC-nätverket, i syfte om att försöka lösa situationen. Näringslivet är typiskt sett inte representerat i detta nätverk och har därför ingen

information om innehållet i en eventuell överenskommelse. I svenskt hänseende försvåras därför förberedelserna ytterligare genom att den behöriga myndigheten ännu inte har pekats ut i Sverige och att det är i dagsläget okänt om Konsumentverket, som representant i nätverket, deltar i arbetet med utformningen av den gemensamma överenskommelsen. Inte heller är det känt om myndigheten har för avsikt att tillämpa en sådan icke-rättsligt bindande överenskommelse för det fall att den beslutas inom ramen för CPC-nätverket. Svensk Handel ser således med oro på situationen, inte minst då vare sig ett besked i den här frågan eller t.ex. vägledning i andra frågor är att vänta förrän riksdagen har slutbehandlat lagförslaget. Det här innebär alltså att det i rådande läge är omöjligt för svenska företag att veta vad som kommer gälla för produkter som redan är i omlopp på inre marknaden innan väldigt nära inpå ikraftträdande.

Enligt vad Svensk Handel erfarit har även vissa medlemsstater börjat utforma eller överväga egna, nationellt betingade övergångsperioder för nämnda produkter. Mot hänsyn till ovan, anser Svensk Handel att det är en olycklig utveckling eftersom det riskerar leda till att tillämpningen blir fragmenterad i medlemsstaterna, både i förhållande till vilka produkter som ska omfattas av en övergångslösning och för vilken tid som eventuella undantag eller övergångsbestämmelser ska gälla.

Mot bakgrund av ovan, anser Svensk Handel att givet rådande situation måste regeringen säkerställa att svenska företag vet vad som gäller för produkter som redan finns i omlopp på marknaden. I den situation som nu råder och i ljuset av den oklarhet som präglar företags anpassningsmöjligheter, så bedömer Svensk Handel att den snabbaste och praktiskt lämpligaste lösningen är att regeringen i det fortsatta lagstiftningsarbetet föreslår en nationell övergångsbestämmelse för dessa produkter. Ett sådant undantag bör åtminstone gälla under ett år från det att propositionen är antagen för att möjliggöra tillräcklig tid för anpassning eller utförsäljning av lager.

Tid för ikraftträdande för samtliga författningsförslag

Oaktat nyss nämnda problematik, anser Svensk Handel att den korta tiden mellan propositionens preliminära antagande i september 2026 till dess att de nya reglerna börjar gälla den 1 januari 2027, är alldeles för nära inpå varandra utifrån kvarvarande utmaningar. Sverige har i nuläget gjort en sen implementering av båda direktiven, vilket innebär att näringslivet ges väldigt kort om tid för anpassning efter att nationell genförändelagstiftning är antagen, blott tre månader. Direktiven och sedermera genomförandebestämmelserna innehåller substantiellt viktiga och omfattande ändringar, till och med en helt ny reparationslag. Direktiven ändrar härutöver befintlig lagstiftning på principiellt viktiga plan, t.ex. förlängning av reklamationstiden med tolv månader och ställer krav på att information ska lämnas till konsument (exempelvis användandet av harmoniserad märkning och meddelande). Bestämmelserna kräver vidare anpassning och genomförande i alla leverantörsled, det vill säga inte bara för återförsäljare utan även i förhållande till underleverantörer och tillverkare. Det behöver också förstås att certifieringsorgan och processer kan behöva utvecklas för att möta behovet i den nya lagstiftningen. Mot bakgrund av denna sammantagna bild anser Svensk Handel att tidpunkten för ikraftträdande åtminstone bör sättas till den 1 juli 2027 för samtliga författningsförslag, med undantag för det som föreslås vad gäller produkter som redan är i omlopp på marknaden och

omfattas av konsumentmaktsdirektivet (ovan), d.v.s. ett års anpassningstid från att propositionen antas.

Synpunkter på utredningens förslag

Reparationsdirektivet

En förlängd reklamationsrätt

Genom utredningens förslag kommer varor som repareras inom säljares ansvarstid, få tolv månaders förlängning på varans ansvarstid. Detta följer av artikel 16 i direktivet och genomförs i svenska bestämmelser genom ändring av 4 kap. 14 a § konsumentköplagen. Svenska reklamationsregler är sedan tidigare mer långtgående än många andra medlemsstaters. Svensk Handel vill därför understryka att man delar utredningens bedömning att det finns ett begränsat värde i att förlänga ansvarstiden mer än tolv månader (och en gång) samt att minimumnivån i denna del är att föredra.

Direktivet är i skäl 8 tydligt på att det är alla varor som omfattas av direktivets bestämmelser, men att reparations- och informationsskyldigheter (artiklarna 5 och 6 reparationsdirektivet) endast tillämpas på varor för vilka krav om reparerbarhet föreskrivs i unionens rättsakter. Det finns av förklarliga skäl ett starkt fokus på sådana produkter som redan i dag omfattas av krav på reparerbarhet i sektorspecifik lagstiftning, d.v.s. de som listas i bilaga II och som därmed omfattas av den nya lagen om reparationskrav, eftersom de mest långtgående kraven rör dessa produkter. Det är dock tydligt att det är många fler varor som omfattas av den allmänna reklamationsrätten och av den nu ändrade bestämmelsen i 4 kap. 14 a § konsumentköplagen. Utifrån ett perspektiv där det ska vara enkelt att göra rätt för företag, vore det därför önskvärt om det på ett tydligare sätt framkommer i övervägandena i kapitel 7 att även andra varor eller produktkategorier omfattas av de nya reglerna mer än de som omnämns i bilaga II till direktivet. En ökad förståelse redan inledningsvis är viktigt för företag och är till gagn för konsumentkollektivet i stort.

Begreppet *skäligt pris*

Begreppet skäligt pris är ett centralt begrepp när det kommer till vilken kostnadsersättning näringsidkare kan begära för utförda reparationstjänster. Begreppet i sig är inte statistiskt och entydigt utan bygger på en sammantagen bedömning av flera olika faktorer. Tanken är ju givetvis att konsumenten inte ska behöva stå inför en omotiverat hög prisbild när denne väger mellan att reparera en produkt eller att köpa en helt ny produkt. För en näringsidkare leder emellertid det här begreppet till stora oklarheter och det har till Svensk Handel lyfts att det kan komma bli svårt att avgöra vad som kan läggas till grund för kostnaden. En fråga som Svensk Handels medlemsföretag särskilt har lyft är om priset kommer att kunna variera mellan auktoriserade och icke-auktorisera reparationer samt huruvida det kommer att variera mellan t.ex. en märkesdel och en tredjepartsdel. Just begreppet skäligt pris blir därför - i en praktisk situation - mycket viktigt att ha förståelse kring. Svensk Handel anser därmed att det å det snaraste behöver tas fram antingen en EU-gemensam vägledning eftersom, vilket skulle leda till en harmoniserad tillämpning, eller i andra hand av nationell behörig myndighet i Sverige.

Reparationsplattformen

Det är viktigt att införandet av reparationsdirektivet och annan lagstiftning som genomför EU:s gröna omställning återspeglar den verklighet som finns på marknaderna idag. Den onlineplattform som föreslås genom direktivet är därmed ett av flera initiativ som kan leda till att öka tillgänglighet och synlighet av reparationstjänster, samt sammanföra konsumenter och tjänsteutövare på ett enkelt sätt.

Naturvårdsverket föreslås bli kontaktpunkt för denna plattform och fortsätta arbetet med dess utformning. I huvudsak anser Svensk Handel att plattformen inte bara bör ha som syfte att föra samman konsumenter och utförare av reparationstjänster, utan också behöver fokusera på att lista *kvalitativa* reparationstjänster för konsumenter. Det här behövs i ett längre perspektiv för att realisera målsättningen om en hållbar konsumtion och inte urholka målsättningen med direktivet. Att reparationer måste genomföras på ett kvalitativt sätt är därför viktigt för att öka produkternas faktiska livslängd. Därför ser vi det som centralt att den nationella plattformen ska utformas så att det finns möjligheter att kräva dokumentationskrav på tekniska erfarenhet eller utbildning, samt att det ska finnas utrymme att lämna uppgifter om reparatörer är auktoriserade att utföra reparationer på enskilda tillverkares produkter. Sådana insatser bör minska risken för att konsumenter får produkter reparerade av icke-auktoriserade eller utbildade reparatörer, och att återförsäljare tvingas hantera reparerade produkter som kanske inte alltid är gjorda enligt branschstandard.

Just teknisk kompetens kan vara viktigt när det kommer till elektriska eller elektroniska produkter, inte minst utifrån frågor kopplade till produktsäkerhet eller produktansvarsregelverket. Att kunna förlita sig på externa reparatörer, det vill säga annan än återförsäljares eller tillverkares egna, behöver därför vara förknippat med hög trygghet för den enskilde konsumenten. Detta för att begränsa eventuella följdkonsekvenser med den reparerade produkten och att i förlängningen fortsätta uppmuntra konsumenten att välja reparation som avhjälpande vid felaktig produkt. Plattformen bör av upplysnings skull även innehålla uppgifter om var en reparation faktiskt utförs, exempelvis om en konsument på egen hand skickar till en verkstad för reparation för att reparatören sedan i ett andra led använder sig av reparatörstjänster i ett annat land, t.o.m. utanför EU, för utförandet av tjänsten. Detta torde vara sådan information som kan vara värdefull och behöva ligga till grund för konsumentens beslut.

Svensk Handels anser slutligen att de reparationsutbildningar som idag ges i Sverige behöver kompletteras med utbildningar inom ramen för andra, specifika segment t.ex. textilier, för att möta en ökad efterfrågan av konsumenter. Med rätt kompetens inom reparationstjänster skapas viktiga arbetstillfällen och skatteintäkter i Sverige, och möjliggör för cirkulära affärsmodeller att utmärka sig inom sitt område.

Konsumentmaktssdirektivet

Det måste vara enkelt att göra rätt för de företag som ska tillämpa bestämmelserna och behöver anpassa verksamheterna efter desamma. Vi välkomnar därför särskilt att det förs in centrala definitioner i marknadsföringslagens bestämmelser då dessa definitioner kommer att

ha en central betydelse när det framför allt kommer till de absoluta förbuden i svarta listan till direktiv 2005/29 om otillbörliga affärsmetoder. Emellertid är inte dessa definitioner det enda som behövs utvecklas.

Under Svensk Handels arbete med att informera om ny lagstiftning till medlemsföretag har det återkommande lyfts frågor som kopplar till oklarheter i grunddirektivet. Under utredningens arbete har detta lyfts, men Svensk Handel ser att det fortfarande finns behov för vägledning i detta hänseende. På ett tidigt stadium har vi på olika sätt lyft behovet av att få vägledning av myndigheter; till såväl EU-kommissionen¹ som till Konsumentverket. Den senare är emellertid ännu inte utsedd behörig myndighet.

De frågetecken som hittills lyfts är;

- Genom definitionen av *hållbarhetsmärkning* finns det emellertid fortsatt frågetecken hur långtgående begreppet ska anses vara, bland annat när det kommer till sociala och miljömässiga villkor.
- Ett annat exempel som kopplar till detta är otydligheten kring frågor om varumärken som består av hållbarhets Sortiment och hållbarhetsmärkningar i någon form, men även miljöpåståenden som ekologiskt utan märkning och vad gäller för att få skriva ut att man har ett ekologiskt Sortiment. Ytterligare frågetecken kan uppstå när det avser märkningar som förknippas med ursprungsland, t.ex. svenskproducerade produkter.
- Även frågan om vilka certifieringssystem som är tillåtna enligt direktivet är inte helt klarlagt. Genomförandeutredningen lämnar exempel på några certifieringssystem som används vid marknadsföring (Svanen, Krav, Bra miljöval och EU Ecolabel) men det torde finnas flera andra processer som också kan komma att vara godkända enligt direktivets riktlinjer. Det finns därför önskemål om att i något hänseende tydliggöra, åtminstone nationellt, vilka certifieringssystem som också kan vara godkända, för att så långt som möjligt minska risken för att nya certifieringssystem utvecklas eller bidra till att företag behöver använda sig av ovan nämnda certifieringssystem för att vara säkra på att detta faller inom direktivets ramar. För ett SME-företag kan detta vara direkt avgörande för om man vill fortsätta använda en hållbarhetsmärkning. Inom ramen för förhandlingsprocessen diskuterades det vid tillfälle gemensamma och enhetliga certifieringsgrunder/sammanslutningar som skulle kunna vara utgångspunkten vid tredjepartsmärkningar. Vid de tillfällena nämndes ISEAL som ett alternativ. Sådana och liknande gemensamma certifieringsgrunder skulle bidra med förutsebarhet för branschens aktörer, inte minst små och medelstora företag.

Sammantaget anser Svensk Handel att otydligheter av den här karaktären riskerar att bli såväl tidsmässigt som kostnadmässigt drivande för företag, eftersom det inte enbart är att genomföra omställningarna. Företagen behöver även förstå vilka delar som omfattas av regelverket eller vilka krav som ställs när det kommer till att styrka miljöpåståenden eller hållbarhetsmärkningar. Ytterst kan detta leda till att företag väljer att inte marknadsföra miljömässiga fördelar alls (*greenhushing*), om det fortsatt finns en otydlighet kring vad som

¹ EU-kommissionen har sedan december 2025 tagit fram ett Frågor-och-svar-dokument som inte bedöms besvara de frågor som inkommit till Svensk Handel. Det är heller ännu inte klarlagt hur behörig myndighet kommer att tolka de svar som EU-kommissionen lämnat i detta dokument.

behöver göras. Detta leder i förlängningen till att konsumenter också hamnar i ett läge där man möjligen inte får samma utbud att välja mellan. Om otydligheterna inte kan undanröjas av EU-kommissionen så anser Svensk Handel att detta åtminstone behöver tydliggöras i en vägledning av Konsumentverket och i dialog med näringslivet, så snart myndigheten har pekats ut som behörig.

SVENSK HANDEL

Martina Elfgren,

Enhetschef Internationella enheten

Anna Svärd,

Näringspolitisk expert