

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

Swedish Data & Marketing Association (SWEDMA) samlar ca 250 företag och har funnits sedan 1968. Datadriven marknadsföring och försäljning där både konsumenter och företag hittar varandra med rätt produkter inom rätt målgrupp är viktigt för samhället både ur ekonomiskt- och från hållbarhetsperspektiv.

Vi har blivit ombudda att inkomma med våra synpunkter på ovan nämnda förslag och får därmed anföra följande.

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. Självregleringen är ett mycket viktigt komplement till sedvanlig myndighetstillsyn. 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. SWEDMA ser således mycket positivt på att utredningen väljer att lyfta fram nyss nämnda etiska regler.

Såvitt avser telefonförsäljning så är de 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.

# SWEDMA

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). SWEDMA menar att detta ger starka belägg för att dagens lösning fungerar väl.

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

Stockholm den 23 maj 2022

Annette Tannerfeldt  
VD

Mattias Grundström  
Chefsjurist