

YTTRANDE

Dnr Fi2018/00132/KO

Regeringskansliet
Finansdepartementet
103 33 Stockholm

Stockholm den 7 maj 2018

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

Sammanfattning

SPF Seniorerna stöder betänkandets förslag om skärpt konsumentskydd i marknadsföringssammanhang.

Allmänt

SPF Seniorerna välkomnar den nya digitala tekniken och dess möjligheter för bland andra seniorer.

De flesta seniorer klarar sin digitala vardag lika väl som någon annan. Samtidigt är det många som inte kan, vill eller har ekonomiskt möjlighet att vara digitalt delaktiga. En del äldre är osäkra eller förstår inte den digitala tekniken. Hur många som har eller kan få problem med vardagstekniken är svårt att säga. Forskning pekar på att gruppen växer. Det handlar bland andra om de med tidig demens eller lindrig kognitiv svikt, personer med utvecklingsstörning samt de som haft en stroke. Men även friska äldre har ibland svårt att hänga med eftersom tekniken utvecklas och uppdateras så fort.

Vi betonar att det digitala samhället inte får bli exkluderande eller användas för att utnyttja och lura människor. Men allt oftare blir digitala verktyg norm och krav för att till exempel som konsument kunna göra medvetna och aktiva val.

De flesta kommer någon gång uppleva en nedsättning av sin kognitiva funktionsförmåga. Det kan ske mer varaktigt med anledning av en hjärnskada eller under en kortare tid i form av stress, sorg eller depression. Därför har utredningens förslag om stärkt konsumentskydd vid digital marknadsföring stor betydelse. I stort sett alla kan tjäna på det. Det bäddar bland annat för fler och mer medvetna och tryggare konsumenter samt mindre besvär, krångel och stöd efter felköp eller till följd av missförstånd. Och inte minst ett mer socialt hållbart samhälle där fler kan få sin givna plats.

SPF Seniorerna

Hantverkargatan 25, Box 225 74, 104 22 Stockholm

Tel 08-692 32 50 info@spfseniorerna.se

Org nr 88 80 00-2830 Pg 607678-0 Bg 5959-0182

www.spfseniorerna.se

8.8 Marknadsföring riktade mot andra sårbara grupper

8.8.3 Utredningens övervägande och förslag

SPF Seniorerna stöder betänkandets förslag att en bestämmelse bör införas som stadgar att om marknadsföring riktar sig mot eller når sårbara konsumenter ska det visas särskild hänsyn till en sådan grupps sårbarhet.

Förbundet ställer även upp på utredningens definition ”Med sårbara konsumenter avses en tydligt identifierbar grupp av konsumenter som på grund av kognitiva eller fysiska funktionsnedsättningar, ålder eller lättrogenhet är särskilt känsliga för metoden eller den produkt metoden avser.”

8.8.3 Möjlighet att begära ut uppgifter m.m. vid vite

SPF Seniorerna stöder betänkandets förslag att Konsumentombudsmannen bör ha möjlighet att begära ut uppgifter vid vite.

9.8.4 KO-biträde i patent- och marknadsdomstolarna

SPF Seniorerna stöder betänkandets förslag att Konsumentombudsmannen (KO) bör ges möjlighet att bevilja KO-biträde även i tvister vid patent- och marknadsdomstolarna.

9.8.5 Kvarstad i mål om utdömande av vite

SPF Seniorerna stöder betänkandets förslag att Konsumentombudsmannen bör ges möjlighet att ansöka om kvarstad även i mål som rör utdömande av vite enligt 26, 28 eller 45 §§ marknadsföringslagen.

I detta ärende har arbetsutskottet beslutat. Martin Engman, samhällspolitisk chef, har varit föredragande.



Eva Eriksson
Förbundsordförande