

Konsumentverket

Box 48
651 02 Karlstad

Ert dnr 2026/816
konsumentverket@konsumentverket.se

ElektronikBranschen

Storgatan 19
114 85 Stockholm

kansliet@elektronikbranschen.se

ElektronikBranschens remissvar avseende Konsumentverkets föreskrifter om prisinformation

Om ElektronikBranschen

ElektronikBranschen är organisationen för företag som levererar, distribuerar, säljer och servar vardagens teknik i Sverige. Teknik som hjälper oss att arbeta, kommunicera, lära, skapa och ha kul. Vi arbetar för rimliga villkor, sund konkurrens och teknik som är trygg och håller längre. Som branschens röst är vi remissinstans i frågor som påverkar företagets villkor. Våra medlemsföretag konkurrerar med företag i hela världen och möter svenska konsumenter varje dag, i butik och digitalt. Organisationens rötter går tillbaka till 1935.

Sammanfattade bedömning

- 🕒 ElektronikBranschen delar syftet med förslaget. Vi tillstyrker att ett överstruket pris ska förklaras, vilket motverkar den sammanblandning med ordinarie pris som Konsumentverket beskriver. I övrigt anser vi att fyra bestämmelser behöver avgränsas eller omformuleras, att ikraftträdandet är för tidigt och att konsekvensutredningen behöver kompletteras.
- 🕒 Begreppen produkt och vara används växelvis genom hela föreskriften utan att det framgår om skillnaden är avsedd. Begreppsanvändningen bör ses över och definieras.
- 🕒 10 § utvidgas från mobiltelefoner med abonnemang till alla produkter med bindningstid. Tillämpningsområdet bör avgränsas i föreskriftstexten och kompletteras med vägledning, eftersom lydelsen i dag även omfattar tjänster. Vi bidrar gärna med exempel från branschen.
- 🕒 11 § bör ha en exemplifierande i stället för uttömmande uppräknings av tillåtna uttryck. Uttrycket "Tidigare pris" bör tillåtas, eftersom det har stöd i lagtextens egen formulering i

7 a § prisinformationslagen. Vi ser gärna att Konsumentverket redovisar hur frågan hanterats i övriga nordiska länder.

- 🕒 4 § bör för digitala försäljningsställen ställa ett funktionellt krav på att jämförpriset tydligt särskiljs från priset, i stället för att föreskriva gul bakgrund.
- 🕒 3 § behöver förtydligas i fråga om vad som utgör produktens presentation i listningsvyer, sökresultat, appar, jämförelsetjänster och marknadsplatser.
- 🕒 Kraven måste följas upp likvärdigt mot företag som riktar sig till svenska konsumenter från andra länder.
- 🕒 Ikraftträdandet bör flyttas till tidigast den 1 februari 2027, samordnat med den föreslagna lagändringen i Fi2026/00996 och utanför årets viktigaste försäljningsperiod. Ett förenklingsperspektiv bör genomgående beaktas, i linje med Konsumentverkets egen slutredovisning av förenklingsarbetet.
- 🕒 Konsekvensutredningen bör kompletteras med en analys av kostnaderna för systemanpassning, av vilka avtalstyper som omfattas av 10 §, och av konsekvenserna för mindre företag. Någon dialog med branschorganisationer redovisas inte som underlag för bedömningen.
- 🕒 Vidare föreslår vi att ElektronikBranschen förs upp på sändlistan i den fortsatta beredningen och vid kommande föreskriftsarbete på konsumentområdet.

ElektronikBranschens synpunkter

Produkt och vara – förtydligande av termer

Föreskrifterna växlar mellan begreppen produkt och vara utan att det framgår om växlingen är avsedd. I 2 §, 10 § och 11 § används produkt, medan 5–8 §§ genomgående talar om varor. I 3 § används båda begreppen i samma bestämmelse: första punkten avser varan eller dess förpackning, medan andra och tredje punkten avser produktens omedelbara närhet respektive produktens presentation.

Skillnaden har rättslig betydelse. Med produkt avses enligt 2 § prisinformationslagen vara, tjänst eller annan nyttighet, dock inte fast egendom och arbetstillfälle. Enligt 7 § samma lag lämnas prisinformation för varor genom uppgift om varans pris och jämförpris, medan prisinformation för andra produkter än varor lämnas genom uppgift om produktens pris, om inte jämförpris särskilt har föreskrivits. Att 10 § är formulerad med begreppet produkt är därför en av orsakerna till att bestämmelsens tillämpningsområde blir svårt att överblicka: i sin lydelse omfattar den även tjänster och andra nyttigheter.

ElektronikBranschen föreslår att Konsumentverket ser över begreppsanvändningen i hela föreskriften och definierar dessa.

10 § Minsta totalkostnad för produkter med bindningstid

Konsumentverket beskriver ändringen som att den "medför ingen förändring av vad som tidigare gällt för mobiltelefoner med tillhörande abonnemang". Det är riktigt för mobiltelefoner, men för alla övriga produkter är det en ny skyldighet. ElektronikBranschen har förståelse för syftet att konsumenten ska få en samlad bild av sin ekonomiska förpliktelse, men bestämmelsen är i föreslagen lydelse för oprecis för att kunna tillämpas förutsebart.

Begreppet produkt omfattar enligt prisinformationslagen både varor och tjänster. Det framgår inte av förslaget hur bestämmelsen ska tillämpas på exempelvis serviceavtal och trygghetsavtal, programvarulicenser och molntjänster, uppkopplade produkter där en tjänst ingår, hyres-, leasing- och prenumerationsupplägg för hårdvara, eller avtal utan bindningstid men med uppsägningstid. Utan avgränsning riskerar bestämmelsen att träffa avtalstyper som inte har analyserats i konsekvensutredningen.

Det framgår inte heller hur minsta totalkostnad ska anges i format med begränsat utrymme, hur den förhåller sig till kravet på att ange pris och jämförpris i omedelbar närhet till varandra enligt 4 §, eller hur den ska beräknas när priset varierar över bindningstiden.

ElektronikBranschen föreslår att tillämpningsområdet för 10 § avgränsas i föreskriftstexten, och att Konsumentverket i vägledning ger konkreta exempel på vad som utgör en produkt med bindningstid och hur minsta totalkostnad ska beräknas och presenteras. Vi bidrar gärna med exempel från branschen.

11 § Tidigare lägsta pris

ElektronikBranschen ser positivt på att det klargörs hur tidigare lägsta pris ska anges.

Vi ser däremot problem med att andra stycket anger en uttömmande lista över tillåtna uttryck. Prisinformation i vår bransch produceras i stor utsträckning i koncerngemensamma system för flera marknader, och kampanjmaterial översätts och anpassas centralt. Ett svenskt särkrav på exakt ordval innebär att material måste särhanteras för Sverige, vilket ger engångskostnader och löpande merkostnader som inte har analyserats. Kravet riskerar också att träffa formuleringar som är minst lika tydliga för konsumenten som de uppräknade.

ElektronikBranschen föreslår att uppräknningen görs exemplifierande, eller att bestämmelsen kompletteras med att även andra uttryck får användas om de på ett lika tydligt sätt anger att jämförelsen avser det lägsta priset under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Vi ser gärna att Konsumentverket redovisar hur motsvarande fråga har hanterats i övriga nordiska länder.

Vi tillstyrker att ett överstruket pris ska förklaras. Det är ett rimligt sätt att komma till rätta med den sammanblandning med ordinarie pris som Konsumentverket beskriver.

Vi föreslår att uttrycket "Tidigare pris" tillåts. I butiksmiljö är det inte ovanligt att det är platsbrist och uttrycket "Tidigare pris" är inte bara kort utan också lättare att förstå än exempelvis det föreslagna uttrycket "30-dagarspris". Dessutom menar vi att det stöds i 7 a § prisinformationslagen som lyder: "ska även det tidigare priset anges".

3 och 4 §§ Digitala försäljningsställen

ElektronikBranschen stöder principen om teknikneutralitet. Vi vill dock peka på att kravet i 4 § på att jämförpriset ska anges mot gul bakgrund är utformat för fysiska hyllkantsetiketter och inte utan vidare låter sig överföras till digitala gränssnitt.

ElektronikBranschen föreslår att 4 § för digitala försäljningsställen i stället ställer ett funktionellt krav: jämförpriset ska tydligt särskiljas från priset. Gul bakgrund kan anges som ett sätt att uppfylla kravet.

Vi efterlyser också ett förtydligande av 3 § tredje punkten. Begreppet "produktens presentation" behöver preciseras för listnings- och kategorisidor, sökresultat, filtrerade vyer, appar, jämförelsetjänster och marknadsplatser, där en produkt kan exponeras i många olika sammanhang med olika utrymme och syfte.

Likvärdig tillämpning och tillsyn

Svenska företag konkurrerar i dag med utländska plattformar och marknadsplatser som säljer direkt till svenska konsumenter. Om nya och mer detaljerade formkrav på prisinformation i praktiken bara följs av etablerade aktörer med verksamhet i Sverige, förstärks en redan skev konkurrenssituation och konsumentnyttan uteblir i just de kanaler där prisinformationen ofta är som svagast.

ElektronikBranschen föreslår att Konsumentverket redovisar hur de nya kraven ska följas upp mot aktörer som riktar sig till svenska konsumenter från andra länder, och att tillsynen planeras med detta som utgångspunkt.

Ikraftträdande och omställningstid

Konsumentverket anger själv att det kan finnas behov av att beakta en skälig tid mellan beslut och ikraftträdande. Vi delar den bedömningen, men anser att den föreslagna tidpunkten den 15 oktober 2026 inte ger sådan tid.

Ändringarna kräver anpassningar i prissättnings- och kampanjssystem, e-handelsplattformar, appar, etikettsystem och tryckt material, ofta i system som förvaltas centralt för flera marknader. Kampanjplaneringen för perioden från oktober till jul, som innehåller årets viktigaste försäljningsveckor, är i praktiken låst långt dessförinnan. Ett ikraftträdande mitt i denna period ger hög risk för fel i prisinformationen, vilket varken gynnar konsumenter eller företag, och gör det svårt att skilja anpassningsproblem från faktiska regelöverträdelser. Dessutom skulle det

innebära stora administrativa och direkta kostnader att genomföra ändringarna i ett tidspressat läge under den viktigaste försäljningstiden under året.

ElektronikBranschen föreslår därför att föreskrifterna träder i kraft tidigast den 1 februari 2027, vilket är samma dag som Fi2026/00996 träder i kraft.

Det skulle också ligga i linje med vad som går att läsa i Konsumentverkets egen slutredovisning av förenklingsarbetet under punkten Planerade insatser.

Vid revideringar och framtagande av nya föreskrifter är det dock viktigt att Konsumentverket fortsatt beaktar förenklingsperspektivet.¹

Konsekvensutredningen

Konsekvensutredningen anger att de föreslagna ändringarna "innebär i huvudsak förtydliganden, samordning och en teknikneutral utformning av befintliga krav på prisinformation" och att de inte bedöms medföra betydande löpande kostnadsökningar. Den bedömningen är enligt vår mening inte underbyggd och ingen kontakt med branschorganisationer redovisas som underlag för den bedömningen av Konsumentverket.

Utredningen innehåller inga uppskattningar av antalet berörda företag, av kostnaden för systemanpassningar eller av kostnaden för att särhantera svenskt kampanjmaterial till följd av de nya föreskrifterna. Den saknar också analys av de digitala kraven, trots att teknikneutralitet anges som ett huvudsyfte, och den analyserar inte den utvidgade tillämpningen av 10 §.

ElektronikBranschen föreslår att konsekvensutredningen kompletteras med en analys av dessa kostnader, med en beskrivning av vilka avtalstyper som omfattas av 10 §, och med en bedömning av konsekvenserna för mindre företag med begränsade systemresurser.

Avslutningsvis

ElektronikBranschen bidrar gärna med underlag och praktiska exempel i det fortsatta arbetet. Vi deltar också gärna i den uppföljning som Konsumentverket avser att genomföra två år efter ikraftträdandet.

Pernilla Enebrink, vd ElektronikBranschen

¹ Redovisningsrapport 2026:5 Konsumentverkets förenklingsarbete Konsumentverket 2026, Planerade insatser.