

Sektor 3 Leksaker

3.A. Översyn av marknadskontrollen i sektorn

Tillsyn 2010–2013

| | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------|------|------|----------|----------|
| 1. | Antal produktrelaterade olyckor eller klagomål från användarna | 32* | 13* | 21* | 35* |
| 2. | Antal underbyggda klagomål från näringslivet på illojal konkurrens | | | | |
| 3. | Antal inspektioner (totalt antal) | 52* | 37* | 113*+4** | 129*+1** |
| 3.1 | Antal inspektioner som reaktion | 39* | 19* | 35* | 43* |
| 3.2 | Antal inspektioner på eget initiativ | 10* | 14* | 73*+4** | 76*+1** |
| 3.3 | Antal inspektioner på begäran av tullmyndigheterna | 3* | 4* | 5* | 10* |
| 4 | Antal inspektioner efter | | | | |
| 4.1 | laboratorieprovningar | | | 15* | |
| 4.2 | fysisk kontroll av produkter | 18* | 10* | 61* | 88* |
| 5 | Antal inspektioner som lett till | | | | |
| 5.1 | att produkten konstateras inte överensstämma med kraven | 19* | 23* | 109*+4** | 123*+1** |
| 5.2 | att näringsidkarna vidtar korrigerande åtgärder ("frivilliga åtgärder") | 13* | 13* | 21* | 35* |
| 5.3 | att marknadskontrollmyndigheterna vidtar restriktiva åtgärder | | 2* | 12* | 3* |
| 5.4 | att påföljder påförs | | | | 1* |
| 6 | Antal inspektioner där andra medlemsstater ombads samarbeta | | | | |

*Konsumentverket **Elsäkerhetsverket

Kommunikation 2010–2013 (valfritt)

[Det här avsnittet bör innehålla uppgifter om vägledning, kurser och andra initiativ från marknadskontrollmyndigheternas sida för företag, konsumenter, användare och andra i syfte att öka företagets kunskap om produktreglerna och öka deras efterlevnad av dem, informera konsumenter och användare om risker med och regler för produkter, vad märkningarna innebär, hur man förebygger olyckor osv.]

| |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Under 2012 och 2013 samarbetade de tre marknadskontrollmyndigheterna i Sverige, Konsumentverket, Kemikalieinspektionen och Elsäkerhetsverket i ett gemensamt projekt. I det |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

myndighetsgemensamma projektet under 2012-2013 byggde man upp kontakter med de svenska branschorganisationerna Barn och baby, PUFF (Företagare-Föreningen för grossister och tillverkare inom present-, interiör- och designbranschen), Svensk handel samt Svensk dagligvaruhandel. Konsumentverket har sedan tidigare ett upprättat samarbete med Leksaksbranschen. Dessa branschorganisationer har hjälpt till att sprida information om utbildningar, marknadskontroller och annan information som myndigheterna velat nå ut med. Under det myndighetsgemensamma projektet har dessutom samarbetet med Leksaksbranschen intensifierats då de har varit bollplank i framtagandet av informationsmaterial.

Genom de utbildningar som hållits inom ramen för det myndighetsgemensamma projektet byggde man upp en e-postlista med över 100 adressater som vill ha information om leksakers säkerhet från myndigheterna. Vissa av dessa adressater når myndigheterna inte via branschorganisationerna.

Vid utbildningstillfällena för branschen har även andra intressenter deltagit såsom SIS, Swerea IVF, branschföreningen IKEM (tidigare Plast- och kemiföretagen), Leksaksbranschen, Naturvårdsverket, Läkemiddelsverket.

Konsumentverket har medvetet prioriterat att arbeta med information till de ekonomiska aktörerna 2011-2014 varför ingen generell informationskampanj riktad till konsumenter har genomförts. Dock genomfördes under 2012 en utbildning för konsumentvägledare avseende faran med magneter i leksaker vilken genomfördes inför en marknadskontroll av magneter i både leksaker och andra produkter.

Konsumentverket och Kemikalieinspektionen föreläste, tillsammans med andra myndigheter, vid EU-kommissionens informationskampanj som TIE och Leksaksbranschen arrangerade i Malmö 2012.

Under 2012 och 2013 samarbetade de tre marknadskontrollmyndigheterna i Sverige i ett gemensamt projekt. I det myndighetsgemensamma projektet under 2012-2013 fanns ett delprojekt om proaktivt arbete. I detta delprojekt har de tre myndigheterna sett över sin information på respektive myndighets webbplats. Kemikalieinspektionen har tagit fram en ny webbplats som handlar om lagstiftningar som berör leksaker på olika sätt. Även Konsumentverket har tagit fram nya sidor på sin webbplats för att förtydliga informationen om den nya lagstiftningen. Elsäkerhetsverket har också en sida om hur de arbetar med tillsyn av leksaker. Dessa tre webbplatser hänvisar till varandra, med förhoppningen att det ska underlätta när företag söker information om regelverket runt leksakers säkerhet. Under projektets gång besöktes Konsumentverkets webbplats om leksakers säkerhet av 6887 antal besökare (unika sidvisningar).

Ett tryckt informationsmaterial riktad till företag har även tagits fram. Detta material förtydligar vilket ansvar företag har för säkerheten hos leksaker beroende på vilken roll de har i leveranskedjan. Materialet kallas för "Ansvarsroller för leksakers säkerhet" och består av ett spelkort och tre broschyrer. Kortet är tänkt att hjälpa till att avgöra vilken ansvarsroll ett företag har, beroende på hur situationen ser ut för varje leksak. På kortet står en fråga på ena sidan, till exempel: "Vilken roll har jag om jag köper leksaker av ett företag i Sverige eller annat EU-land?" På baksidan av kortet finns svaret "Distributör". När man utifrån vägledningen på spelkortet

konstaterat vilken roll som företaget har för den aktuella leksaken, kan man läsa mer om ansvaret som följer med rollen i en av de tre broschyrerna. De tre broschyrerna informerar om ansvaret för tillverkare, importör och distributör och sammanfattar vilka krav som ställs på respektive roll. Informationsmaterialet finns i tryckt form hos de tre myndigheterna, men går även att ladda ner från Konsumentverkets webbplats.

Under arbetet i projektet efterfrågade företagen mer information från myndigheterna, bland annat efterfrågades en checklista för vilka regler en leksak omfattas av. Med ursprung i efterfrågan tog myndigheterna gemensamt fram informationsmaterialet "Är leksaken säker?" Materialet är till stor del "mind-map" baserat och belyser olika regelverk som en leksak ska uppfylla. Informationsmaterialet finns att ladda ner från Konsumentverkets webbplats.

Under år två i projektet användes ett, för myndigheterna, nytt sätt att arbeta med information. De tre myndigheterna tog gemensamt fram ett informationsbrev om de nya reglerna om leksakers säkerhet. Brevet innehöll delvis grundläggande information om krav på leksaker och marknadskontroll, men även information om att en marknadskontroll skulle göras under år 2013. Informationsbrevet skickades ut till ca 300 företag som identifierats som leksakshandlare genom myndigheternas egna diariéer och importstatistik på leksaker från Tullverket. Brevet distribuerades även till medlemmar i fem branschorganisationer; Leksaksbranschen, Barn och Baby, Svensk dagligvaruhandel, Svensk Handel och PUFF (Företagare-Föreningen för grossister och tillverkare inom present-, interiör- och designbranschen).

I projektet har det även, tillsammans med branschföreningen Leksaksbranschen, arrangerats två utbildningstillfällen för företag och andra aktörer inom leksaksbranschen. Ett tillfälle under hösten 2012 då utbildningen pågick i tre dagar och ett tillfälle under våren 2013, då pågick utbildningen en och en halv dag. Efter projektets avslut (maj 2014) har ytterligare en utbildning på en och en halv dag arrangerats av myndigheterna och Leksaksbranschen tillsammans. Utbildningar har bestått i föreläsningar om de nya reglerna om leksakers säkerhet och gjorda marknadskontroller från de tre marknadskontrollmyndigheterna för leksaker, men även Läke-medelsverket, Naturvårdsverket, SIS (Swedish Standards Institute), Swerea IVF, branschföreningen IKEM (tidigare Plast- och Kemiföretagen) har deltagit. Även branschen har deltagit med föreläsare som berättat om hur man kan arbeta med kraven i praktiken. Vid utbildningstillfällena har det även funnits avsatt tid för frågestund dit företagen kunnat anmäla frågor på förhand. De framtagna utbildningsmaterialen "Ansvarsroller för leksakers säkerhet" samt "Är leksaken säker?" delades ut till företagen samt ytterligare informationsmaterial om EG-försäkran om överensstämmelse och märkning av leksaker, kemikaliekraven samt kommissionens broschyr om leksaksdirektivet. Deltagandet på utbildningarna har varit högt, 80-100 personer per tillfälle vid de sju utbildningsdagarna. Den återkoppling som deltagande företag har gett visar att de tycker det är bra med utbildningar och de efterfrågar för att samla informationen från utbildningarna till de deltagande företagen samt för att kunna förmedla informationen från utbildningarna till fler företag, skapades det efter de olika utbildningarna särskilda webbplatser där presentationer från utbildningen samt frågor och svar från frågestunden publicerades. Det lades även upp länkar till utbildningarnas webbplatser från Konsumentverkets webbplats. Adresserna till dessa webbplatser är: <http://www.eko.kov.se/Leksakerssakerhet/>, <http://www.eko.kov.se/Leksakerssakerhet2013/>

och <http://www.leksaksbranschen.se/index.php/om-leksaksbranchen/utbildning-i-leksakerssakerhet-14-15-maj-2014>.

Då den svenska lagen om leksakers säkerhet även omfattar offentlig verksamhet i Sverige skickades en skrivelse om de nya reglerna om leksakers säkerhet till SKL (Sveriges Kommuner och Landsting). SKL tog sedan, med stöd av Konsumentverket, fram information till sina medlemmar.

Det har även skickats in en separat rapport om tillämpning av leksaksdirektivet till Kommissionen inom ramen för översynen av det direktivet.

Resurser (om tillgängligt)

| | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 7.1 | Budget för marknadskontrollmyndigheterna i absoluta tal (euro) | 136 800*+ 40 000** | 115 800*+ 38 500** | 126 300*+ 44 065** | 168 400*+ 44 700** |
| 7.2 | Budget för marknadskontrollmyndigheterna i relativa tal (andel av total nationell budget) | | | | |
| 8 | Personal tillgänglig för marknadskontrollmyndigheterna (heltidsekvivalenter) | 2*+0,4** | 1,6*+0,4** | 1,8*+0,4** | 2,4*+0,4** |
| 9 | Antal inspektörer tillgängliga för marknadskontrollmyndigheterna (heltidsekvivalenter) | 0,3** | 0,3** | 0,3** | 0,3** |

*Konsumentverket **Elsäkerhetsverket

3.B. Bedömning av hur marknadskontrollen fungerar i sektorn

[Det här avsnittet innehåller medlemsstatens särskilda bedömning av sin egen verksamhet. Den förväntas bygga på uppgifterna i avsnitt A och uppgifterna i de sektoriella nationella marknadskontrollprogrammen 2010–2013.

I bedömningen uppmanas medlemsstaterna redogöra för de särskilda förhållandena på den marknad som kontrollen gäller, t.ex. skattningar av den nationella marknaden för de aktuella produkterna, antalet tillverkare, importörer, grossister och detaljister etablerade i medlemsstaten och importvolymen från andra medlemsstater eller länder utanför EU.]

Det finns leksaker på den svenska marknaden som inte uppfyller gällande säkerhetskrav på leksaker. En fortsatt marknadskontroll av säkerheten av leksaker är därför nödvändig, både för att få bort farliga leksaker från marknaden och för att sprida information till företag.

På den svenska marknaden tillhandahålls årligen leksaker för ca 4 miljarder svenska kronor. Antal företag som importerar leksaker till Sverige uppskattas till 300. Antal tillverkare uppskattas till 200. Antal andra aktörer än tillverkare kan uppgå vid en grov uppskattning till mer än 400. Antal ställen där leksaker sätts på marknaden är svårt att bedöma men är troligen fler än 10000. Inom Internethandeln finns dessutom aktörer som inte är registrerade i Sverige.

En stor del av tillverkningen av leksaker sker i Asien. Under företagsbesöken framkom det att ett vanligt sätt att köpa in leksaker är via handelshus eller så kallade traders, som i sin tur har kontakter med olika fabriker. Den som handlar genom ett handelshus eller en trader får därför ofta inte kontakt direkt med tillverkaren. Detta kan försvåra kravställandet och kommunikationen mellan kunden och tillverkaren.

Att handla via handelshus borde inte utgöra ett hinder för att endast tillhandahålla säkra leksaker. Ett stort ansvar ligger på de ekonomiska aktörerna att kontrollera de leksaker de får levererat till sig och ställa krav på att leksakerna uppfyller gällande krav. Då det vid besöken hos företagen framkom att flera företag har dålig kännedom om reglerna för leksaker, försvåras givetvis kravställandet på leverantörerna.

Många företag kände inte heller till vilket ansvar de har beroende på om de tillverkar, importerar eller har köpt leksaken på den inre marknaden. Man kände till att det är en skillnad avseende ansvar och ansåg att tillverkaren borde ha störst ansvar. Genom att ha större kunskap om sitt eget och andra aktörers ansvar i leveranskedjan torde kravställandet mellan aktörerna underlättas.

Leksaker är produkter som är hårt reglerade. Med den stora mängden regler som gäller för leksakers bör det på varje företag finnas ett system för att ställa krav och kommunicera med leverantörer. Många företag saknar sådana system.