

REDOVISNING AV  
GENOMFÖRANDET AV DEN  
NATIONELLA STRATEGIN FÖR  
MARKNADSKONTROLL  
2022-2025

FÖRSTA REDOVISNINGEN



# Sammanfattning

Regeringen beslutade i juni 2022 den nationella strategin för marknads kontroll för 2022-2025. Detta är den första rapporten om genomförandet av den nationella strategin för marknads kontroll. Den nationella strategin anger tre mål för att stärka den svenska marknads kontrollen: effektivare kontroll, utökat samarbete och ökad kunskap. I syfte att uppnå dessa mål har ett antal prioriterade områden beslutats.

## *Effektivare kontroll*

- Utveckling av omvärldsbevakning och marknadsanalys
- Effektivare kontroll av e-handel
- Förbättrad metodutveckling
- Anpassning till ny teknik

## *Utökat samarbete*

- Utökat samarbete med Tullverket
- Utökat samarbete mellan marknads kontrollmyndigheter
- Utökat samarbete med andra medlemsstater

## *Ökad kunskap*

- Utbildnings- och informationsinsatser
- Öka kunskapen hos barn och unga

Den första nationella strategin för marknads kontroll har förtydligat en gemensam ram för arbetet med marknads kontroll hos berörda myndigheter och i Marknads kontrollrådet. Den nationella strategin har därmed redan påverkat myndigheternas verksamhet, enskilt och i samarbeten, på ett positivt sätt. Inom respektive mål och prioriterat område har myndigheterna genomfört aktiviteter som bidrar till ökade förutsättningar att genomföra den nationella strategin. Under strategins första år har flera myndigheter lagt visst fokus på att se över sina interna rutiner och processer för marknads kontroll. Det pågår även arbete på myndigheterna för att möta växande utmaningar som exempelvis e-handel och ny teknik medför. Det första året med strategin har visat på värdet av att ha gemensamma prioriteringar för att få kraft i gemensamma aktiviteter. I Marknads kontrollrådet pågår kontinuerligt arbete med att utveckla samverkan mellan myndigheterna på de områden där det finns gemensamt intresse och där ett samarbete även gynnar myndigheternas respektive verksamheter. Mycket av det arbete som de berörda myndigheterna gjort hittills för att genomföra strategin har handlat om att bygga en god grund för en mer fokuserad och gemensam inriktning av verksamheten.

Men det finns stora utmaningar. Den sannolikt främsta är den mycket snabba utvecklingen av ny digital teknik – särskilt artificiell intelligens i produkter på marknaden – som är det område som kommer att kräva mest arbete framåt för att nå målen i strategin. Med begränsade resurser för ett mycket omfattande uppdrag är metodutveckling som bidrar till effektiva arbetsätt av stor vikt. Det bör ske bland annat genom att utnyttja ny teknik, t.ex. i tillsynsverktyg, samtidigt som myndigheterna behöver samarbeta i de delar där det finns fördelar med detta, vilket kommer vara avgörande för framgång.

Sammantaget är Swedacs uppfattning utifrån underlaget att den inledande perioden har gett vissa positiva resultat i den riktning som den nationella strategin pekar ut. Men det finns utmaningar på avgörande områden för att uppnå ett så effektivt utnyttjande som möjligt av de resurser som myndigheterna förfogar över. Att myndigheterna framgångsrikt hanterar den fortsatta digitaliseringen och AI samt ett fortsatt samarbete mellan myndigheterna kring de olika prioriterade områdena i strategin är nödvändigt för ett fortsatt framgångsrikt arbete med att genomföra strategin.

# Innehåll

Sammanfattning .....	3
1 Inledning .....	5
1.1 Den nationella strategin för marknadskontroll och uppdraget .....	5
2 Effektivare kontroll .....	6
2.1 Utveckling av omvärldsbevakning och marknadsanalys .....	6
2.2 Effektivare kontroll av e-handel .....	6
2.3 Förbättrad metodutveckling .....	7
2.4 Anpassning till ny teknik .....	8
2.5 Samlad analys av målet Effektivare kontroll .....	9
3 Utökad samarbete .....	10
3.1 Utökad samarbete med Tullverket .....	10
3.2 Utökad samarbete mellan marknadskontrollmyndigheter .....	10
3.3 Utökad samarbete med andra medlemsstater .....	11
3.4 Samlad analys av målet Utökad samarbete .....	12
4 Ökad kunskap .....	13
4.1 Utbildnings- och informationsinsatser .....	13
4.2 Öka kunskapen hos barn och unga .....	14
4.3 Samlad analys av målet Ökad kunskap .....	15
5 Är vi på väg åt rätt håll? .....	16

# 1 Inledning

## 1.1 Den nationella strategin för marknads kontroll och uppdraget

Regeringen beslutade i juni 2022 den nationella strategin för marknads kontroll för 2022-2025.

Strategins syfte är att främja ett konsekvent, övergripande och samlat tillvägagångssätt för marknads kontroll och för tillämpningen av harmoniserad unionslagstiftning i Sverige. Marknads kontrollen syftar till att säkra att produkter som tillhandahålls ska uppfylla gällande krav och att ekonomiska aktörer kan verka på lika villkor på den inre marknaden. Strategin täcker en period om fyra år och omfattar all harmoniserad unionslagstiftning kopplad till EU:s marknads kontrollförordning<sup>1</sup> och samtliga led i leverantörskedjan, inbegripet import och digitala leveranskedjor.

Den nationella strategin anger tre mål för att stärka den svenska marknads kontrollen: effektivare kontroll, utökat samarbete och ökad kunskap. I syfte att uppnå dessa mål har ett antal prioriterade områden beslutats. De områden som Sverige beslutat som prioriterade är:



Regeringen har gett Arbetsmiljöverket, Boverket, Elsäkerhetsverket, Folkhälsomyndigheten, Kemikalieinspektionen, Konsumentverket, Läkemiddelverket, Myndigheten för samhällsskydd och beredskap, Naturvårdsverket, Post- och telestyrelsen, Statens energimyndighet, Styrelsen för ackreditering och teknisk kontroll (Swedac), Transportstyrelsen och Tullverket, i uppdrag att från och med den 25 juli 2022 till och med den 31 december 2025 genomföra den nationella strategin för marknads kontroll. Arbetet med att genomföra strategin ska ske inom ramen för myndigheternas samarbete inom området och utifrån myndigheternas ordinarie verksamhet.

Swedac ska senast den 16 juli 2023 lämna en första redovisning av strategins genomförande till regeringen (Utrikesdepartementet). Därefter ska Swedac årligen, fram till 2025, lämna en redovisning senast den 16 juli. I det följande redovisas vilka resultat som uppnåtts inom respektive målområde, man får dock beakta att inget av de prioriterade områdena är nya i och med strategin, utan verksamhet har bedrivits också innan strategin formulerades.

<sup>1</sup> Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1020 av den 20 juni 2019 om marknads kontroll och överensstämmelse för produkter och om ändring av direktiv 2004/42/EG och förordningarna (EG) nr 765/2008 och (EU) nr 305/2011

## 2 Effektivare kontroll

I syfte att uppnå målet effektivare kontroll identifierades fyra prioriterade områden i den nationella strategin för marknadskontroll:

### Effektivare kontroll

- Utveckling av omvärldsbevakning och marknadsanalys
- Effektivare kontroll av e-handel
- Förbättrad metodutveckling
- Anpassning till ny teknik

### 2.1 Utveckling av omvärldsbevakning och marknadsanalys

En lärdom under framtagandet av underlaget till strategin var att myndigheterna i olika grad arbetade med omvärldsbevakning och marknadsanalys. De utmaningar som en föränderlig omvärld och en snabb teknikutveckling medför för myndigheterna innebär att en god omvärldsbevakning och marknadsanalys är av stor vikt för att de ska kunna lyckas i sina uppdrag. För att uppnå effekt med marknadskontrollen är det avgörande att insatserna bestäms utifrån ett bra underlag. En systematisk och strukturerad omvärldsbevakning och marknadsanalys är av vikt för att säkerställa att insatserna träffar rätt och bidrar till målet effektivare kontroll.

Under 2022 och inledningen av 2023 har en arbetsgrupp under Marknadskontrollrådet tagit fram en metodbeskrivning för omvärldsbevakning och marknadsanalys. Syftet är både att ge myndigheterna ett verktyg för det interna arbetet men även för att kunna arbeta tillsammans i rådet efter en gemensam modell. Flera myndigheter har även beskrivit hur man på olika sätt genomfört förbättringar på området. Det handlar både om att se över hur man arbetar med uppgiften och att genomföra olika aktiviteter som exempelvis olika kartläggningar.

Det genomförda arbetet på området har lagt en god grund för det fortsatta arbetet både på enskilda myndigheter och gemensamt. Omvärldsbevakning och marknadsanalys, på respektive myndighet och gemensamt, kommer vara en viktig del för att bidra till att genomföra strategin genom att bidra med ett bättre beslutsunderlag för vilka insatser man ska göra för att få en effektivare marknadskontroll.

### 2.2 Effektivare kontroll av e-handel

E-handeln har ökat kraftigt de senaste åren och inte minst under pandemin. Myndigheterna ser en fortsatt hög andel bristande överensstämmelse för produkter som säljs online liksom bristande ansvar hos dessa aktörer. Kontroller visar särskilt att de s.k. marknadsplatserna<sup>2</sup> fortsätter att tillhandahålla produkter där en hög andel inte uppfyller gällande krav. Det innebär att produkter som dessa aktörer säljer inte uppfyller kraven och därmed snedvrider det även konkurrensen på marknaden. Att hitta effektiva former för kontroll av e-handel är därför ett prioriterat område.

E-handel berör många men inte alla marknadskontrollmyndigheter.

På området har en arbetsgrupp under Marknadskontrollrådet, där flera myndigheter ingår, bedrivit arbete sedan flera år. Bland annat har gruppen tagit fram en metodbeskrivning som är tillgänglig för alla marknadskontrollmyndigheter och hållit workshop för medarbetare på myndigheter om kontroll av e-handel. De har även återkommande möten med svenska marknadsplatser där man byter erfarenheter och utmaningar, vilket även leder till ömsesidig kunskapshöjning och etablerade kontaktvägar.

---

<sup>2</sup> En marknadsplats är en webbplats som förmedlar köp mellan säljare och köpare. Marknadsplatserna har inget eget ansvar för de varor de förmedlar utan det är säljaren som är ansvarig.

Arbetet i arbetsgruppen har bidragit såväl med kunskap som metodutveckling till nytta för samtliga berörda myndigheter. Eftersom e-handel nu är ett etablerat sätt att handla är fungerande metoder för kontroll av aktörer på området avgörande för att genomföra strategin. Gruppens arbete bidrar i hög grad till målet effektivare marknadskontroll.

Under 2022 och inledningen av 2023 har flera berörda myndigheter bedrivit marknadskontroll riktad mot e-handel. Vissa myndigheter har haft ett särskilt fokus på området och som exempel på särskilda aktiviteter kan nämnas att Kemikalieinspektionen har inrättat en intern e-handelsgrupp där målet är att samordna arbetet med att testa olika IT-verktyg och de särskilda befogenheterna för marknadskontroll av e-handeln. Andra aktiviteter är kontroll av webbaserade marknadsplatser och s.k. dropshippingföretag<sup>3</sup>. Nordiska samverkansprojekt gällande e-handel pågår också med medverkan av svenska myndigheter. Ett av dessa har använt ett s.k. webcrawlerverktyg<sup>4</sup> för att hämta data från ett stort antal webbplatser.

Myndigheternas marknadskontrollaktiviteter riktade mot e-handel visar att det pågår relativt stor aktivitet på området. Av de kontroller som myndigheterna har gjort framgår att en stor andel av de kontrollerade produkterna inte uppfyller ställda krav. Produkter som plockas bort från en webbsida dyker snart upp på samma eller andra sidor. Vidare är det svårigheter med att identifiera ansvariga aktörer. Det är också en närmast oändlig mängd produkter av olika kategorier och många inblandade ekonomiska aktörer, ofta baserade utanför EU. Hittills gjorda insatser på området är inte tillräckliga. Såväl aktiviteter som former för dessa behöver stärkas ytterligare för att nå målet effektivare marknadskontroll. Det handlar om att angripa problematiken ur flera perspektiv, där flera av de i strategin identifierade prioriterade områdena behöver ingå, som metodutveckling, samverkan nationellt och internationellt samt informationsinsatser.

## 2.3 Förbättrad metodutveckling

EU:s marknadskontrollförordning erbjuder nya möjligheter för marknadskontrollmyndigheterna att utföra marknadskontroll. Det sker också mycket arbete på lagstiftningsområdet som berör marknadskontroll. Det är både redan antagna EU-rättsakter och andra där förhandlingar pågår såsom AI-förordningen, produktsäkerhetsförordningen m.m. Marknadskontroll kommer även genom ny reglering att omfatta andra egenskaper än vad som hittills varit fallet. Detta tillsammans med den snabba teknikutvecklingen och andra förändringar leder till ett behov av att gemensamt arbeta med metodutveckling av marknadskontroll. Ny teknik och nya verktyg gör att myndigheterna behöver utbyta erfarenheter och gemensamt utveckla arbetsätt om hur man bäst nyttjar de nya verktygen. Metodutveckling är därför ett prioriterat område i den nationella strategin för att nå målet effektivare kontroll.

Flera arbetsgrupper under Marknadskontrollrådet arbetar med metodutveckling utifrån identifierade behov. Ovan har redan metodutveckling avseende omvärldsbevakning och marknadsanalys samt marknadskontroll av e-handel nämnts. En annan grupp har tagit fram en enhetlig process för de program för marknadskontroll som myndigheterna ska ta fram årligen och uppföljning av dessa. Syftet med detta är bland annat att kunna följa upp och se effekter av marknadskontrollen. Att de åtgärder som vidtas får avsedd effekt är viktigt för att kunna säkerställa att målen för strategin uppnås.

Flera myndigheter har arbetat med metodutveckling internt för att effektivisera sitt arbete. Exempel på genomförda aktiviteter är uppdatering och förbättring av myndigheternas interna processer för att genomföra marknadskontroll, effektivisering av ärendehandläggning, uppdatering av rutiner,

---

<sup>3</sup> Dropshipping är en affärsmodell som går ut på att en aktör upprättar en nätbutik där kunden kan beställa en viss produkt. När ett köp ägt rum beställer nätbutiken varan av säljaren i ett tredje land och skriver in mottagarens leveransuppgifter istället för sina egna.

<sup>4</sup> Ett AI-verktyg som söker igenom webbplatser efter produkter utifrån t.ex. bildigenkänning eller textigenkänning.

instruktioner och mallar samt former för att genomföra projektbaserad marknadskontroll. Även detta arbete lägger en viktig grund för att kunna bidra till genomförandet av strategin i sin helhet.

Slutligen bör särskilt nämnas den metodutveckling som sker av samarbetet mellan marknadskontrollmyndigheterna och Tullverket. Det har bland annat handlat om arbetssätt för att bearbeta och samköra uppgifter om import från Tullverket för att identifiera lämpliga kontrollobjekt och sätt att bättre kunna identifiera förfalskade dokument vid dokumentkontroll. Att ha effektiva metoder för att stoppa produkter redan vid yttre gräns är naturligtvis av stor betydelse, varför goda metoder för effektivt samarbetet med tullen är en viktig del av metodutvecklingen.

En stor del av den metodutveckling som hittills skett har haft fokus på interna processer eller samarbetet mellan berörda myndigheter. Det kan delvis förklaras av ett behov av anpassning till det nya regelverket på marknadskontrollområdet, såsom t.ex. EU:s marknadskontrollförordning och de många rättsakter som antingen nyligen antagits eller håller på att förhandlas. Med tanke på de ständiga förändringarna i omvärlden, som snabb regelutveckling och ny teknik, kommer det ständigt finnas behov av fortsatt metodutveckling. Sammantaget har arbetet så här långt bidragit till att skapa en god grund för det fortsatta arbetet med genomförandet av strategin. Det innebär inte att arbetet kan avstanna. Tvärtom ser vi ett stort behov av fortsatt metodutveckling. Inom området kan utblickar och samarbete med andra medlemsstater vara en väg framåt. Som exempel kan nämnas hur Tyskland arbetar mot en gemensam digitalisering av hela kvalitetsinfrastrukturen (standardisering, metrologi, ackreditering och marknadskontroll) som kan vara ett sätt att mer effektivt göra information om produkter lättillgängliga även för marknadskontrollmyndigheter och därmed påverka metoder för marknadskontroll, till exempel utifrån s.k. digitala tvillingar<sup>5</sup>.

## 2.4 Anpassning till ny teknik

Ett ökande antal produkter innehåller olika former av ny teknik, såsom säkerhetssystem, styrsystem för sammansatta maskiner, sammankopplade produkter, självkörande fordon och kollaborativa robotar. De nya produkterna ställer ökade krav på kompetens hos tillverkare, användare och myndigheter. Produkter som innehåller artificiell intelligens (AI) som är självlärande kan också ändras under livstiden. Ökad kunskap om bland annat ny teknik som AI är nödvändig, både för att kontrollera produkter som innehåller sådan teknik men även för att använda tekniken i den egna verksamheten. Anpassning till ny teknik är nödvändig för att nå målet effektivare kontroll.

Inom ramen för myndigheternas samarbete i Marknadskontrollrådet har flera myndigheter utbytt kunskap och erfarenheter med att arbeta med nya AI-verktyg, t.ex. webcrawlerverktygen SAFE och Nordcrawl. Rådet har även hållit en workshop om marknadskontroll om bland annat användning av nya verktyg. Under våren 2023 har rådet lagt ytterligare fokus på digital innovation och AI. Att utnyttja forumet för att sprida kunskap men också hitta lämpliga samarbetsområden för att utveckla både tillsynsmetoder och sätt att använda tekniken i tillsynen har stor vikt för att nå målet effektivare kontroll.

Flera myndigheter har på olika sätt tagit sig an ny teknik. Exempel är inrättandet av en intern enhet på Arbetsmiljöverket som följer teknikutveckling och utvärderar hur man kan använda ny teknik. Vissa myndigheter använder ny teknik som s.k. webcrawlerverktyg. Andra myndigheter har fokuserat på att bedriva marknadskontroll mot områden där ny teknik används i produkter och i samband med det noterat kunskapsbrister hos tillverkare. Myndigheterna kommer fortsätta arbeta med ny teknik på olika sätt, exempel är att delta i EU-projekt om IT-verktyg som kan stötta marknadskontrollen för ekodesign och energimärkning.

Ny teknik utvecklas nu i en allt högre takt. Det är teknik som påverkar produkternas konstruktion och funktioner men också kontrollen på helt nya sätt. Arbetet med att lära sig mer om den nya tekniken kommer därför ständigt att pågå. Idag har berörda myndigheter inte tillräckliga kunskaper för att fullt

---

<sup>5</sup> Digital tvilling är en virtuell kopia av ett fysiskt objekt eller system och dess tillhörande miljö.



ut förstå hur tekniken påverkar vare sig produkter eller tillsyn. Det finns behov av betydande insatser på området både vad gäller kontrollen av produkter som möjligheten att använda tekniken i tillsynen. En avgörande faktor för att kunna nå målet effektivare kontroll är att fortsätta följa teknikutvecklingen och de möjligheter och risker som den för med sig, såväl inom myndigheternas ordinarie verksamhet som inom ramen för myndigheternas samarbete och samverkan med andra på området. Området kommer behöva få ett särskilt fokus fortsättningsvis.

## 2.5 Samlad analys av målet Effektivare kontroll

Under målet effektivare kontrolls prioriterade områden har arbetet inom områdena omvärldsbevakning och marknadsanalys samt metodutveckling lagt goda grunder för det fortsatta arbetet. Samtidigt ser vi stora utmaningar inom områden som effektivare kontroll av e-handel och anpassning till ny teknik, vilka även har en stark koppling till metodutveckling. Den tekniska utvecklingen gör att myndigheterna på ett tidigt stadium bör ta sig an frågorna för att kunna bedriva en effektiv marknadskontroll. Det avser både hur myndigheterna kan utveckla metoder för att använda sig av ny teknik i sin marknadskontroll men även hur kontroll ska genomföras på produkter med ny teknik. Vår bedömning är att myndigheterna i dag saknar tillräckliga kunskaper såväl om hur ny teknik påverkar produkter som hur det påverkar tillsynen. För att nå målet effektivare kontroll kommer betydande insatser krävas. Som exempel kan området e-handel nämnas. För effektiv kontroll av e-handel krävs både god omvärldsbevakning och marknadsanalys, att nya metoder för att kontrollera produkter och identifiera ekonomiska aktörer, ständigt lärande om hur ny teknik påverkar produkterna och effektivt utnyttjande av ny teknik i arbetet. Till detta kommer insatser under andra målområden, som exempelvis samverkan och information, för att få effekt på marknaden.

I det arbete med att beskriva vilken effekt marknadskontrollen bidrar till som påbörjats under året har myndigheterna fått ett stöd för att rikta sin marknadskontroll där det ger mest effekt. Avsikten är att arbets sättet ska genomsyra både planering och uppföljning av marknadskontroll. Att i alla stadier av processen för marknadskontroll inkludera vad den förväntade effekten av planerade insatser är och följa upp om denna effekt uppnås av genomförda aktiviteter är en viktig del av att nå målet effektivare marknadskontroll.

Det arbete som hittills har skett på området är inte tillräckligt för att säkerställa att uppnå målet effektivare kontroll.

## 3 Utökad samarbete

I syfte att uppnå målet utökad samarbete identifierades tre prioriterade områden i den nationella strategin för marknadskontroll:

### Utökad samarbete

- Utökad samarbete med Tullverket
- Utökad samarbete mellan marknadskontrollmyndigheter
- Utökad samarbete med andra medlemsstater

### 3.1 Utökad samarbete med Tullverket

Den ökade e-handeln har lett till att en allt större del av de produkter som når konsumenter i Sverige levereras direkt till konsumenten från länder utanför EU. Även i annan import finns det produkter som inte uppfyller ställda krav. Ur ett marknadskontrollperspektiv är det mest effektivt om sådana produkter kan stoppas redan vid EU:s yttre gräns, dvs. innan de når den inre marknaden. För att öka effektiviteten i såväl gräns- som marknadskontrollen är det viktigt att samverka mellan tull- och marknadskontrollmyndigheterna fungerar väl. Samarbete med Tullverket är därför ett prioriterat område i den nationella strategin för att nå målet utökad samarbete.

Marknadskontrollrådet har sedan lång tid tillbaka en permanent arbetsgrupp för samarbete, Forum för tullrelaterade frågor (Tullforum). I forumet deltar de flesta myndigheterna i rådet. Forumet har utarbetat en samverkansmodell och en mall för planerade kontrolloperationer. Vid regelbundna möten diskuterar deltagarna praktiska frågor och utvecklar de gemensamma produkterna vidare.

Flera myndigheter har ett aktivt samarbete med Tullverket och har utarbetat interna rutiner för detta arbete. Samarbetet med Tullverket har lett till att ett stort antal produkter stoppades vid gränsen under 2022. Genom samarbetet kan man även identifiera aktörer som är intressanta att kontrollera genom jämförelser med Tullverkets uppgifter om importörer. Av marknadskontrollprogram för 2023 framgår att samarbetet mellan tull och marknadskontrollmyndigheter fortsätter aktivt genom bland annat gemensam omvärldsbevakning och gemensamma operativa insatser. En omfattande uppgift framöver för Tullverket är också att införa det elektroniska gränssnittet för kommunikation mellan EU:s tullmyndigheter och informations- och kommunikationssystemet för marknadskontroll ICSMS, vilket har beslutats på EU-nivå ska genomföras till december 2025.

En myndighet har inom ramen för ett EU-gemensamt marknadskontrollprojekt arbetat med att förstärka samarbetet med tullmyndigheter. Inom projektet delar myndigheter i medlemsstaterna erfarenheter av hur samarbetet fungerar och tar fram förslag på hur samarbetet kan förbättras.

Myndigheterna har i uppföljningen av sin respektive verksamhet framhållit att samarbete med Tullverket ger effekt. Samarbetet har lett till att man stoppat ett ökande antal bristfälliga produkter vilket innebär att samarbetet har en faktisk effekt på marknaden. Samtidigt vet vi att mängder av produkter som inte överensstämmer med ställda krav ändå når konsumenter på den inre marknaden. Av marknadskontrollprogrammen framgår att ökade gemensamma insatser är planerade. Det samlade arbetet, med att ha väl etablerade former för samarbetet och faktiska insatser, ger effekt genom att det stoppar produkter som inte uppfyller kraven. Fortsatt arbete med att bland annat öka informationsutbytet och förbättrade metoder för analys av information från tullen kan stärka samarbetet ytterligare och därmed leda till ökade effekter.

### 3.2 Utökad samarbete mellan marknadskontrollmyndigheter

Sverige har en decentraliserad organisering av marknadskontroll där flera myndigheter har uppdrag att genomföra marknadskontroll, stundtals på samma produkt och mot samma ekonomiska aktörer. Regleringen är dock i delar harmoniserad och ska tillämpas på ett likvärdigt sätt oavsett område. Det finns även effektivitetsskäl för att samarbeta. Inom tillsynsformen marknadskontroll finns många

gemensamma frågor oavsett vilket område man verkar inom. God samordning och samverkan mellan myndigheter är därför nödvändig. Erfarenheten visar att samordning och samverkan mellan myndigheter fungerar bättre ju bättre kännedom de samverkande har om varandras verksamheter. Utökad samarbete mellan marknadskontrollmyndigheter identifierades därför som ett prioriterat området i den nationella strategin.

Alla berörda myndigheter ingår, tillsammans med ytterligare några, i Marknadskontrollrådet. Vid Marknadskontrollrådets möten och i arbetsgrupper och andra arrangemang som rådet anordnar delar myndigheterna erfarenheter, kunskaper men också samarbetsmöjligheter. Syftet är att hitta beröringspunkter och att identifiera områden där ett samarbete gynnar myndigheternas respektive verksamheter. Resultatet från diskussionerna utgör underlag för det fortsatta arbetet i rådet med att utveckla samverkan mellan de deltagande myndigheterna. Ett sätt att samverka i rådet är de arbetsgrupper för olika aktuella frågor som rådet skapar vid behov. Exempel på sådana grupper är E-handelsgruppen och Tullforum. Men det kan även vara arbetsgrupper som under en kortare period tillsammans arbetar med en fråga, som arbetsgruppen för omvärldsbevakning och marknadsanalys som tagit fram en promemoria som ett stöd för myndigheterna på området och arbetsgruppen för en förändrad process för uppföljning av marknadskontroll. I båda arbetsgrupperna har ett stort antal myndigheter deltagit och gemensamt arbetat fram verktyg som ska underlätta för myndigheterna.

Rådet samarbetar också med att sprida information såväl till myndigheterna som till andra aktörer, exempelvis genom rådets webbplats<sup>6</sup> och sociala medier.

Myndigheterna har även upprättat samarbeten inom de områden där det finns ett delat ansvar för marknadskontroll. Exempel på områden där sådan myndighetssamverkan sker är leksaker, biocider, radioutrustning, gasapparater och personlig skyddsutrustning. Det finns enligt gjord planering ytterligare planerade samarbeten framöver, exempelvis avser några myndigheter att samarbeta inom ett särskilt projekt för att höja kunskapen hos företag om reglerna för begagnade leksaker.

EU:s marknadskontrollförordning formaliserade grupper för administrativt samarbete, s.k. AdCo-grupper, vilka består av representanter för de nationella marknadskontrollmyndigheterna för att behandla särskilda frågor avseende marknadskontroll och sektorsspecifika frågor. Svenska marknadskontrollmyndigheter har representanter i dessa grupper. Ett svenskt nätverk för dessa representanter har regelbundna möten för att diskutera gemensamma frågor och utbyta erfarenheter. Det är även ett forum för att identifiera gemensamma utmaningar och frågor som kan lyftas i andra forum.

Att myndigheter samarbetar direkt med varandra om gemensamma frågor har flera fördelar. Det bidrar bland annat till harmoniserad tillämpning, ökar kunskapen mellan myndigheterna och kan underlätta för de ekonomiska aktörerna. Denna form av samarbeten är därför mycket värdefulla.

Samarbetet mellan marknadskontrollmyndigheterna inom ramen för Marknadskontrollrådet eller direkt med varandra är mycket viktigt av de skäl som anges i inledningen. Utöver de angivna skälen är allt fler av de rättsakter, antingen nyligen antagna eller som förhandlas just nu, av horisontell karaktär och kommer att behöva tillämpas av flera myndigheter. Vikten av samarbete kring bland annat tillämpning av dessa rättsakter gör att formerna för samarbete ytterligare behöver stärkas.

### 3.3 Utökad samarbete med andra medlemsstater

Rättvis konkurrens och produkter som är säkra och uppfyller krav i harmoniserad unionslagstiftning kräver gränsöverskridande samarbete. Samarbete mellan marknadskontrollmyndigheter i medlemsstaterna bidrar även till en harmoniserad tillämpning av regelverket, vilket gynnar både näringsliv och konsumenter. Det är av vikt för marknadskontrollmyndigheterna att fortsätta delta och

---

<sup>6</sup> [www.marknadskontroll.se](http://www.marknadskontroll.se)

driva gemensamma projekt samt initiera ytterligare projekt inom EU. Samarbete med andra medlemsstater är därför ett prioriterat område i den nationella strategin för marknadskontroll.

Genom EU:s marknadskontrollförordning inrättade man ett s.k. nätverk mellan medlemsstaterna (EUPCN). Nätverkets syfte är att fungera som en plattform för strukturerad samordning och strukturerat samarbete mellan medlemsstaternas tillsynsmyndigheter och Europeiska kommissionen samt att göra formerna för marknadskontroll mer enhetlig inom unionen, så att marknadskontrollen blir effektivare. Vidare erbjuder nätverket en plattform för att utbyta sakkunskap och bästa praxis samt att utveckla en gemensam metodik för en effektiv marknadskontroll. Swedac har uppdraget som centralt samordningskontor enligt förordningen och representerar Sverige i nätverket. Swedac har samarbete med andra samordningskontor för att bland annat lyfta och driva gemensamma frågor.

Samarbetet inom nätverket är viktigt för att dels harmonisera tillämpning, dels påverka olika frågor som exempelvis utvecklingen av gemensamma informationssystemet ICSMS. De svenska ståndpunkterna fokuserar på förbättringar av systemet, datakvalitet samt användarvänlighet för ökad och likvärdig användning av systemet. En aktiv roll i nätverket med särskilt fokus på frågor som är viktiga för svenskt vidkommande är bra för svensk marknadskontroll.

I stort sett samtliga berörda marknadskontrollmyndigheter deltar i någon form av samarbete med marknadskontrollmyndigheter i andra medlemsstater inom sina respektive sektorer. Samarbetet sker genom arbete i bl.a. AdCo-grupper under Europeiska kommissionen. Grupperna diskuterar bl.a. olika tolkningar av lagstiftning, utbyter erfarenheter och information mellan medlemsstater om t.ex. bästa praxis. Vissa grupper organiserar EU-gemensamma kontrollinsatser, s.k. Joint Actions.

Det förekommer även andra EU-gemensamma projekt. I dessa projekt kan det exempelvis handla om att ta fram riktlinjer och stöd för verksamheter i olika länder men också om att man genomför gemensamma kontroller av produkter. Det kan också vara att man använder samma AI-verktyg för marknadskontroll. Även marknadskontrollmyndigheterna i de nordiska länderna samarbetar i marknadskontrollfrågor.

Ett väl etablerat och väl fungerande samarbete inom EU gagnar såväl myndigheter som konsumenter och näringsliv. Då Europeiska kommissionen genomför utlysningar avseende EU-projekt som omfattar stora belopp kan det också anses finnas en stark förväntan från EU att medlemsstaterna och dess marknadskontrollmyndigheter faktiskt anmäler sitt deltagande. Flertalet myndigheter är aktiva i sådant samarbete och kommer fortsätta vara det. Behovet av samarbete kommer knappast att minska med nya rättsakter på flera områden. Arbetet med att möjliggöra samarbete behöver därför fortsätta, vilket kräver vilja och resurser hos berörda myndigheter.

### 3.4 Samlad analys av målet Utökad samarbete

Samarbetet inom Marknadskontrollrådet är etablerat sedan många år. I rådets arbetsgrupper finns goda förutsättningar att utveckla samarbetet men det är av vikt att identifiera rätt frågor som är av gemensamt intresse och där ett samarbete även gynnar myndigheternas respektive verksamheter.

Former för tullsamverkan finns på plats. Ett aktivt samarbete mellan marknadskontrollmyndigheter och Tullverket skapar förståelse för vilket ömsesidigt utbyte av information som behövs för att effektivisera kontrollen. Vissa myndigheter har skapat egna interna rutiner för tullarbetet som skulle kunna nyttjas av fler myndigheter. Den befintliga samverkansmodell som finns skulle därför kunna utökas till att även omfatta dessa rutiner som ett stöd för andra myndigheter.

Det sker redan idag omfattande samverkan med andra medlemsstater inom olika grupperingar. Samverkan kommer fortsatt att ske men bör utvecklas till att nationellt dra nytta av de erfarenheter som samverkan inom respektive sektor ger.

Uppdraget marknadskontroll är enormt med hänsyn bland annat till mängden produkter, teknikutveckling och regelverkets komplexitet. För att de resurser som finns till förfogande ska göra

mest nytta är bra samarbete en nödvändighet. När ansvaret även är uppdelat mellan flera myndigheter, som det är i Sverige, blir det än viktigare. Arbetet med att utveckla samarbetet måste därför fortsätta och formerna utvecklas ytterligare. Samarbetet behöver avse alla de prioriterade områden som identifierades i strategin.

## 4 Ökad kunskap

I syfte att uppnå målet ökad kunskap identifierades två prioriterade områden i den nationella strategin för marknads kontroll:

Ökad  
kunskap

- Utbildnings- och informationsinsatser
- Öka kunskapen hos barn och unga

### 4.1 Utbildnings- och informationsinsatser

Marknads kontroll omfattar även viss förebyggande verksamhet. Det rör sig om information till ekonomiska aktörer för att underlätta för dem att göra rätt och förebygga problem. Viktiga delar i det förebyggande arbetet är att sprida information och att utbyta erfarenheter. Det kan också vara information riktad till konsumenter. Exempel på aktiviteter kan vara riktade kampanjer mot olika målgrupper.

Myndigheternas webbplatser är en viktig kanal för information till företag och konsumenter. Samtliga myndigheter arbetar aktivt med informationen på sina webbplatser. Det kan vara information om regelverket och om pågående och avslutade marknads kontrollprojekt. Flera myndigheter har även arbetat med riktad information till ekonomiska aktörer, både genom myndigheternas webbplatser och som riktade informationsinsatser genom exempelvis nyhetsbrev.

Ett flertal myndigheter har utbildningar, seminarier och branschmöten för ekonomiska aktörer inom sina respektive områden. Formerna för dessa varierar. Det är bland annat utbildningar på plats eller digitalt, förinspelad och tillgängliga på webbplats samt e-utbildningar. Vissa myndigheter har börjat använda nyhetsbrev. Energimyndigheten var delaktig i en omfattande europeisk informationskampanj för att marknadsföra och förklara den nya ramförordningen för energimärkning.

Ett exempel på aktivitet för att få ett bättre underlag för att bland annat förbättra kommunikationen med konsumenter är en undersökning av konsumenters köpvanor som Elsäkerhetsverket har genomfört.

Marknads kontrollrådet genomför olika informationsinsatser. I en kampanj riktad till konsumenter i olika medier upplyste rådet om risker med att handla produkter online under namnet "Fynda säkert". Kampanjen var framgångsrik och resulterade i över tre miljoner visningar. Vidare ledde kampanjen till ökad trafik till Marknads kontrollrådets webbplats.

Rådet anordnar också återkommande seminariet "Din produkt, ditt ansvar" och medverkar även vid andra aktiviteter som seminarier, mässor och workshops som riktar sig till företag. Syftet är att öka kunskaperna hos deltagarna om regelverket men också visa exempel på hur andra företag arbetar med frågorna.

Under året har Marknads kontrollrådets webbplats och Marknads kontrollrådets sociala plattformar kontinuerligt blivit uppdaterade. Exempelvis har E-handelsgruppen informerat om produktregler för marknadsplatser och lyft hur andelen bristfälliga produkter som säljs online kan minskas.

En synlig marknads kontroll kan ha en reglerande effekt i sig. Det kan också bidra till bättre dialog med ekonomiska aktörer om krav som de behöver efterleva, konsumenter att fatta bra beslut om köp av produkter och underlätta för dem att göra det. Information och utbildning riktad mot ekonomiska aktörer, och i viss mån även konsumenter, kan antas ha god effekt på marknaden. Arbetet med sådan kommunikation bör därför fortsätta. Samtidigt ger en allt mer komplex regelmassa ett ökat behov för både ekonomiska aktörer och konsumenter att kunna hitta rätt information när man söker efter den. Underlaget ger anledning till att arbeta vidare med gemensamma informations- och utbildningsinsatser men även ökat lärande om hur man kan använda information i tillsynen.

Det är också viktigt med utbildningsinsatser för de berörda myndigheternas medarbetare. Myndigheternas medarbetare måste ha tillräcklig kunskap och utbildning på marknadskontrollområdet. Flertalet av berörda myndigheter anordnar utbildningar för sina medarbetare inom sina områden. Kemikalieinspektionen har även genomfört gränsöverskridande utbildning av inspektörer genom samarbete med andra medlemsstater. Utbildningen följer konceptet "Train the trainers", vilket ger ökade erfarenheter och där goda exempel sprids mellan medlemsstater. Metoden ger snabb spridning av kunskap och erfarenhet och möjliggör en enhetlig tillsyn och konkurrens på lika villkor för företagen inom EU.

Marknadskontrollrådet anordnar återkommande Marknadskontrolldagen som riktar sig till alla marknadskontrollmyndigheters inspektörer. Syftet med dagen är att informera om nyheter, ge inspiration genom att få höra hur andra arbetar med olika frågor och ett tillfälle att samtala om gemensamma frågor.

Det centrala samordningskontoret anordnar utbildningar för medarbetare på marknadskontrollmyndigheterna om EU:s informations- och kommunikationssystem för marknads kontroll (ICSMS). Alla marknadskontrollmyndigheter i EU ska redovisa sina insatser i detta system. I förlängningen bidrar utbildningarna till att informationen i systemet blir av bättre kvalitet, effektiviserar myndigheternas registrering och ger en bättre bild av den nationella marknadskontrollen. Samordningskontoret samarbetar även med Konsumentverket som administrerar Safety Gate<sup>7</sup> (tidigare Rapex) vid information till myndigheterna.

Den ständiga och mycket snabba utvecklingen av regelverk, produkter och andra förändringar leder till ständigt behov av att kompetensutveckla medarbetarna. Kompetenta medarbetare är en förutsättning för att nå övriga mål i strategin och i den egna verksamheten. Det kommer därför att vara en fortsatt hög aktivitet på området, vilket framgår av planeringen för år 2023 både hos myndigheterna och i Marknadskontrollrådet. Även här bör det finnas möjligheter och nytta med att utöka samarbetet kring dessa frågor.

## 4.2 Öka kunskapen hos barn och unga

Insatser för att öka kunskapen hos barn och unga om produktsäkerhet avser produkter som används av barn och unga liksom av föräldrar och andra vuxna i barn och ungas närhet. Barn och unga är också en kategori som återkommer i olycksstatistiken. Barn har dessutom stor inverkan på vuxnas beteende och är morgondagens konsumenter och ekonomiska aktörer. Att öka kunskapen hos barn och unga är ett prioriterat område i den nationella strategin för att nå målet ökad kunskap.

I sammanhanget bör nämnas att några myndigheter ansvarar för sektorer där produkterna sällan riktar sig mot barn och unga. Av naturliga skäl är området inte lika aktuellt för de myndigheterna.

Flera myndigheter gör insatser för att öka kunskapen hos barn och unga. Som exempel kan nämnas ett projekt att skapa en plattform på en myndighets webbplats med utbildningskoncept och rutiner för en långsiktig satsning på utbildning riktad mot barn och unga.

---

<sup>7</sup> Safety Gate är ett system inom EU för snabbt informationsutbyte för produkter som utgör en allvarlig risk.

Andra exempel är brett förebyggande arbete kopplat till tobak och nikotinprodukter där avsikten är att förmedla kunskap i syfte att förebygga skador och andra negativa konsekvenser som orsakas av tobak och nikotinprodukter. Det finns även myndigheter som tagit fram eller håller på att ta fram utbildningsmaterial som skolorna kan använda i undervisningen som riktar sig mot olika åldrar.

Vad gäller myndigheternas samarbete på området har Marknadskontrollrådet riktat en del av den ovan nämnda informationskampanjen "Fynda säkert" om e-handel mot barn och unga i digitala kanaler riktade mot målgruppen. Marknadskontrollrådet ska även inventera myndigheternas befintliga utbildningsmaterial och utbildningar för att se om det kan utnyttjas gemensamt framöver.

Kunniga och aktiva konsumenter som gör medvetna val vid köp av olika produkter är viktigt, särskilt när nya köpmönster nu innebär att många produkter kommer direkt till konsumenten via e-handel. I likhet med det prioriterade området informations- och utbildningsinsatser så måste insatser som är särskilt riktade mot barn och unga också ske kontinuerligt. Men även på detta område bör det finnas vinster i att utöka samarbetet för att tillsammans nå ut bättre.

### 4.3 Samlad analys av målet Ökad kunskap

På området ökad kunskap pågår aktiviteter inom samtliga prioriterade områden, på flertalet myndigheter och i gemensamma insatser. Behovet framöver lär med hänsyn till den snabba utvecklingen av regelverk och produkter inte minska utan tvärtom öka. Det är en utmaning för de enskilda myndigheterna att internt fylla behoven i alla delar. En särskild utmaning är att en produkt ofta träffas av flera regelverk varför en ekonomisk aktör, eller för den delen en konsument, knappast kan få en helhetsbild av kraven på produkten från en myndighets webbplats. Fortsatt arbete både på myndigheterna och i samarbete är därför en förutsättning för att arbeta mot målet ökad kunskap.

## 5 Är vi på väg åt rätt håll?

Detta är den första nationella strategin på marknadskontrollområdet. Strategin innebär inte bara en inriktning på det fortsatta arbetet utan även en kartläggning av nuläget som underbygger fortsatt inriktning. Det första året med strategin har visat på värdet av att ha gemensamma prioriteringar för att få kraft i gemensamma aktiviteter.

Av redovisningen framgår att en och samma aktivitet kan ingå i flera prioriterade områden samt bidra till flera av målen i strategin. Exempelvis kan en aktivitet innebära att man bidrar till målet effektivare kontroll genom en aktivitet som berör flera prioriterade områden under det målet, t.ex. ett e-handelsprojekt som både fokuserar på produkter som innehåller ny teknik och där myndigheterna använder ny teknik i sin tillsyn. Genom att också genomföra informationsinsatser avseende aktiviteten kan samma aktivitet även bidra till målet ökad kunskap. En lärdom är att en framtida strategi kan vara mer fokuserad i sin målbild med färre och tydligare prioriteringar. Så som strategin nu är utformad omfattar den i allt väsentligt hela den verksamhet som myndigheterna redan bedrev när strategin beslutades.

Strategin bygger på ett underlag som de berörda myndigheterna har tagit fram tillsammans. Det arbetet har lett både till ökade kunskaper om varandras uppdrag, förutsättningar och utmaningar. Vikten av att samarbeta har också blivit ännu tydligare för berörda myndigheter. Det finns nu, trots de olikheter i uppdrag och förutsättningar som i övrigt finns mellan myndigheterna, en gemensam ram för arbetet med marknads kontroll. Generaldirektörerna har även gemensamt pekat ut fokusområden för första året: omvärldsbevakning och marknadsanalys, metodutveckling avseende uppföljning av marknads kontroll och dess effekter samt anpassning till ny teknik. Arbeta på dessa områden har därefter lett till bl.a. ändrade mallar för marknads kontrollprogram och uppföljning av dessa, stöd för omvärldsbevakning och marknadsanalys samt stöd för att redovisa effekter av marknads kontroll. Vidare har användandet av ny teknik, som bl.a. webcrawlerverktyg, utvecklats. Den nationella strategin har därmed redan påverkat myndigheternas verksamhet på ett positivt sätt.

Men det finns stora utmaningar. Utvecklingen av ny teknik som påverkar produkter och därmed marknads kontrollen av dessa går snabbare än någonsin. Samtidigt är takten i lagstiftningsarbetet inom EU som berör marknads kontroll också högre än någonsin. Utöver översyn av sektorslagstiftningen på olika områden tillkommer ny reglering som i vissa fall är horisontell. Det gör att det kommer att krävas mycket arbete framåt för att nå målen i strategin och en tillräcklig marknads kontroll. I nuläget finns det inget som talar för att betydande resurstillskott är aktuella på området. Med begränsade resurser för ett mycket omfattande uppdrag är metodutveckling, som bidrar till effektiva arbetssätt genom att bland annat utnyttja ny teknik samtidigt som myndigheterna samarbetar i de delar där det finns fördelar med detta, avgörande för framgång.

Mycket av det arbete som de berörda myndigheterna gjort hittills för att genomföra strategin har handlat om att bygga en god grund för verksamheten, bland annat genom att se över interna arbetssätt och ta fram gemensamma arbetssätt för omvärldsbevakning och marknadsanalys samt uppföljning. Men det finns utmaningar på avgörande områden för att säkerställa en tillräcklig och relevant marknads kontroll också framledes. Den kanske tydligaste utmaningen framåt är hur de berörda myndigheterna på ett framgångsrikt sätt ska hantera den fortsatta digitaliseringen och ny teknik som AI, både i produkter men även i den egna verksamheten.

Sammantaget är Swedacs uppfattning utifrån underlaget att den inledande perioden har gett vissa positiva resultat i den riktning som den nationella strategin pekar ut. Men det finns utmaningar på avgörande områden för att uppnå ett så effektivt utnyttjande som möjligt av de resurser som myndigheterna förfogar över. Att myndigheterna framgångsrikt hanterar den fortsatta digitaliseringen och AI samt ett fortsatt samarbete mellan myndigheterna kring de olika prioriterade områdena i strategin är nödvändigt för ett fortsatt framgångsrikt arbete med att genomföra strategin.