

Svenskt Näringslivs utvecklade position om digitalt produktpass

Inledning

Svenskt Näringsliv är positivt till framtagande av digitala verktyg som kan kanalisera information mellan aktörer i värdekedjan och hjälpa företagen att skapa ökad transparens. Detta är en viktig förutsättning i den cirkulära ekonomin. Det är också positivt med ökad information om produkter till konsumenter och kunder för att möjliggöra aktiva val. Svenskt Näringsliv anser att ett digitalt produktpass (fortsatt benämnt produktpass), rätt utformat och synkroniserat med branschinitiativ, skulle kunna bidra till detta och därmed underlätta för den cirkulära ekonomin och de cirkulära affärsmodellerna.

Att dela information mellan aktörer med hjälp av produktpass har många fördelar. Det är däremot väldigt viktigt att produktpasset utformas på ett sådant sätt att det främjar och inte skadar det europeiska näringslivets konkurrenskraft. Viktiga aspekter att beakta är därför bl.a. att mängden data som ska rapporteras hamnar på en rimlig nivå, att företagshemlig information, i det fall sådan ska ingå, hanteras på ett säkert sätt och att en väl fungerande marknads-kontroll, omfattande även importerade produkter, upprättas.

Svenskt Näringsliv utvecklar nedan sina ståndpunkter om ett kommande europeiskt produktpass.

1. Syftet med digitalt produktpass och vad det därmed bör fokusera på

Syftet med produktpasset är centralt för att fastställa vilken information som behöver ingå i passet. EU-kommissionens övergripande syfte med produktpass är att digitalisera produktinformation och därmed möjliggöra för *producenter och andra viktiga aktörer i värdekedjan, konsumenter och marknadskontrollmyndigheter att få tillgång till relevant information för att säkerställa hållbar hantering av produkter*¹. Det vill säga produktpasset har enligt EU-kommissionen som syfte att tillgängliggöra information för ett flertal olika målgrupper och därigenom bidra till en hållbar utveckling.

Svenskt Näringsliv vill understryka att det redan idag finns spårbarhetssystem och databaser inom olika branscher med syftet att effektivisera verksamheter och minska miljöpåverkan. Spårbarheten kan nyttjas för att optimera logistikflöden, planering, lagereffektivitet,

¹ Public Consultation on the Sustainable Products Initiative, Mars 2021.

produktsäkerhet, resursanvändning och utgöra verktyg för att utveckla mer hållbara och cirkulära affärsmodeller. Ett produktpass, rätt utformat, skulle kunna ha en funktion att samordna och synkronisera informationsflöden genom att säkerställa att olika informationssystem kan kommunicera med varandra på samma ”språk”, mellan såväl branscher som produktgrupper. För att få produktpasset att fungera effektivt och enligt uppsatt syfte är det centralt att utformning av ett produktpass utgår från näringslivets förutsättningar och behov. Utifrån detta kan mervärden såsom förbättrad konsumentinformation och relevant information till myndigheterna komma naturligt.

2. Lämpligt innehåll och utformning av produktpass

Prioritering av information att inkludera

Beslut om vilken information som ska ingå i produktpasset måste baseras på nyttan med informationen, för att möjliggöra aktiva val och vid användning av produkter, och för att uppnå satta miljö- och säkerhetskrav. För att undvika en alltför tung administrativ börda för företagen, särskilt för små och medelstora företag, måste den information som ska ingå i produktpasset vara av karaktären "need to know" snarare än "nice to know". I ett första steg bör existerande information nyttjas och därefter kan ytterligare information läggas till stegvis utifrån identifierat behov.

Behovet av information måste definieras per produktgrupp och målgrupp

Vilken information som är relevant att inkludera i ett produktpass måste variera och definieras på produktnivå. Informationsbehovet beror bl.a. på produktens specifika förutsättningar, såsom livslängd och användningsområde, och den lagstiftning som produkten omfattas av. För produkter med lång livslängd behöver t.ex. hänsyn tas till att behovet av information varierar under olika delar av produktens livscykel. Information som är relevant för demontering, underhåll och reparation och om hur produkten kan återvinnas är viktig för att möjliggöra cirkulära produktflöden men om informationen utgör företagshemlig information måste detta hanteras på ett säkert sätt.

Behovet av information skiljer sig också åt för de olika målgrupperna. Näringslivets aktörer behöver en viss typ av information, ibland med hög detaljnivå, vilken även varierar stort mellan olika produkter och för olika cirkulära affärsmodeller. Den information som behövs för att konsumenten ska kunna göra mer hållbara val kan även den variera stort för olika konsumenter beroende på värderingar och kunskap, men bör vara på en mer övergripande nivå. Marknadskontrollmyndigheter behöver främst information kopplat till existerande lagkrav. Oavsett målgrupp måste företagshemlig information, om sådan ska ingå, hanteras på ett säkert sätt (se avsnitt nedan). En annan viktig aspekt att beakta är hur informationen i produktpasset ska kommuniceras till de olika målgrupperna, d.v.s. hur och av vem ska de olika mottagarna (konsumenter, kunder, företag mm) informeras. Alla kommersiella aktörer längs värdekedjan måste fylla i information i produktpasset när en produkt repareras, renoveras eller på annat sätt ändras under sin livstid, där lika villkor och rapporterings-skyldigheter måste gälla för alla aktörer.

Undvik stora centrala datasystem – decentralisera med hjälp av de befintliga

Det är positivt att EU-kommissionen meddelat att dubbelrapportering ska undvikas genom att befintlig information i existerande databaser ska nyttjas, något som näringslivet starkt stöder. Det finns flera exempel från de senaste åren på framtagande av lagstiftning med målet att öka informationsdelningen i någon del av värdekedjan. Det kan handla om informationskrav för enskilda produktgrupper (som tobak och fisk), men också generiska krav som gäller för flertalet produktgrupper (som SCIP-databasen)². Gemensamt för dessa är utgångspunkten att informationen ska samlas in till centrala databaser. Givet att produktpass förväntas täcka en stor mängd produkter och information genom hela värdekedjan är det centralt att informationen delas på ett effektivt sätt. Det mest optimala är inte att samla all information i en stor databas som alla aktörer sedan ska få information ifrån. Istället bör informationen om produkten stanna hos den aktör som ansvarar för den varpå aktören delar med sig av informationen när det efterfrågas av någon i värdekedjan. På det sättet säkerställs också att den information som delas är den mest aktuella, givet att produkter utvecklas och förändras över tid.

Det finns redan idag flera existerande standarder och system för datadelning i värdekedjor, av såväl nationell som europeisk karaktär. Det är viktigt att nyttja denna befintliga information i framtagandet av ett produktpass, och vid behov komplettera dessa system och möjliggöra läsbarhet mellan systemen. Som exempel kan nämnas standarder för datamallar för byggobjekt EN ISO 23386:2020, EN ISO 23387:2020. Ett annat exempel är ECMA-370 som är en egendeklaration för IT-produkter baserad på marknadens efterfrågan på produkters innehåll samt databaser för att samla in, paketera och lämna ut information om elektriska produkters innehåll kopplat till återvinning EPREL – Energy label database och WEEE recycling information database.

Eftersom produktpasset har en uttalande ambition att bidra till ett mer hållbart samhälle är det viktigt att säkerställa att själva utvecklandet av ett produktpass i sig inte innebär en miljöbelastning. Om det skulle skapas ett fullt utvecklat centralt system för produktpass kommer energiåtgången för att dela alla information öka flerfald utan att mervärdet ökar, vilket inte är försvarbart. En decentraliserad lösning, exempelvis uppbyggt såsom GS1 (global privat icke-vinstdrivande standardiseringsorganisation), är bättre ur miljö- och hållbarhetssynpunkt.

Svårighet med tillgång och tillförlitlighet för data för produkter med långa leverantörskedjor

Många produkter har långa globala och komplexa leverantörskedjor, vilket ofta innebär svårigheter att få fram trovärdiga data från länder utanför EU. Därför är det viktigt att den obligatoriska informationen som ska ingå i produktpasset är baserad på de lagkrav som finns i EU:s regelverk och att nivån på omfattningen är rimlig samt att informationen behövs för att uppnå satta miljömål. Den information som ska ingå måste vara kontrollerbar/verifierbar och tillsyn måste utövas och ges resurser i den omfattning som krävs för att upprätthålla en marknad på lika villkor.

² SCIP är en databas som samlar information om varor som innehåller särskilt farliga ämnen.
<https://echa.europa.eu/sv/scip>

Data behöver i så stor utsträckning som möjligt vara standardiserad

För att säkerställa att produktpasset innehåller tillförlitlig information bör data så långt det är möjligt vara baserad på standarder och utgå från befintliga internationella produktstandarder eller branschstandarder. Dessa kan utvecklas genom att grundinformationen kompletteras med ytterligare produkttegenskaper enligt produktpassets syfte. Standardiserade data är också en viktig förutsättning för att säkerställa möjlighet till kommunikation mellan olika system. Det bör vara en tydligt vägledande princip att införandet av produktpass ska bygga på etablerade metoder, databaser och modeller och att införandet inte ska få effekter som motverkar det övergripande målet med reformen.

Rapporteringen måste utvecklas kontinuerligt

Inom många sektorer sker en mycket snabb produktutveckling. Vid framtagande av lagstiftning kopplat till en produkt eller produktgrupp är det viktigt att ta hänsyn till den potentiella produktutvecklingen framöver för att möjliggöra stark innovationskraft. Den kontinuerliga teknikutvecklingen förutsätter också att rapporteringskraven anpassas kontinuerligt. Det är också viktigt att löpande utvärdera effekten av produktpasset genom att inhämta synpunkter och förslag från berörda parter såsom tillverkare, återförsäljare, återvinningsföretag och konsumentorganisationer. En process för uppdatering av rapporteringskraven behöver tas fram och sannolik anpassas beroende på produkttyp.

Data måste vara möjlig att verifiera och kontrollera

Den information som ska redovisas i produktpasset måste vara baserad på erkända vetenskapliga rön samt möjlig att verifiera och kontrollera. Data som inte är möjlig att verifiera saknar värde och bör inte inkluderas då det riskerar att bli vilseledande och kan resultera i ojämliga spelregler mellan produkter.

Ett unikt produktpass per produkt kontra generiskt för en produkttyp

Utformningen av produktpasset för olika produktgrupper/-typer måste vara tydlig och inte för komplex. För vissa produkter kan sannolikt ett unikt produktpass ha en nytta där unik information per fysisk produkt behövs, kanske i kombination med viss generisk information. För andra produkter är generisk information tillräcklig för att uppfylla syftet med produktpasset. Det centrala är att vid beslut om unik respektive generisk information för en produkt utgå ifrån den nytta som den specifika informationen medför.

3. Hantering och skydd av företagshemligheter och andra kunskapsbaserade tillgångar

Betydelsen av företagshemligheter är stor

Företagshemligheter utgör för många företag ett av de viktigaste instrumenten för att erhålla och bibehålla en bra position i konkurrensen. Detta är också grunden för EU-direktivet om företagshemligheter (direktiv 2016/943) där det beskrivs hur stora investeringar som kan ligga bakom företagshemligheter (skäl 1) och att företagshemligheter, av alla storlekar på företag, skattas lika högt som patent och andra immaterialrättsliga ensamrätter (skäl 2). Betydelsen av företagens kunskapsbaserade tillgångar är också skälet till att EU-

kommissionen har tagit fram en handlingsplan för immaterialrätt som en del av industristrategin. Saknas tillräckligt goda skydd för de kunskapsbaserade tillgångarna påverkar det företagets incitament att investera i innovation.

Viktigt att balansera olika intressen

Önskan om öppenhet måste balansera med företagets legitima intresse av att skydda sina investeringar i innovation. Ett legitimt intresse för företagen att skydda sina kunskapsbaserade tillgångar måste vägas mot andra intressen. Krav på rapportering till produktpass på den inre marknaden får inte leda till att innovativa företag inom unionen hamnar i ett sämre läge än innovativa företag från tredje land. Svenskt Näringsliv anser generellt att man bör vara återhållsam med att kräva att företagshemlig info ska omfattas av produktpasset.

Skyddet av företagshemligheter bygger på att näringsidkare håller information hemlig av affärsmässiga skäl. Olika företag gör olika strategiska val kring vad som ska hållas hemligt. Exempelvis kan den exakta balansen mellan olika ingredienser vara sådant som en del företag publicerar och en del företag behåller som företagshemligheter. Innovativa företag gör dessa val utifrån affärsmodell och affärsstrategiska skäl, något som är viktigt för deras konkurrenskraft. Det går därför inte att generalisera kring vilken information som är företagshemlig eller inte, det varierar från företag till företag. Att beakta är också att EU-definitionen av företagshemligt kan komma att krocka med länder utanför EU och deras tolkning av begreppet.

Från konkurrenskraftsperspektiv är det viktigt att företag i Europa kan fortsätta ha ett starkt skydd för sina företagshemligheter. Finns inte sådana möjligheter blir hela syftet bakom direktivet om företagshemligheter undergrävt.

Hantering av företagshemlig information och risk för piratkopiering

Piratkopior förekommer av alla typer av produkter, inklusive av reservdelar. Detta är ett stort problem och delning av information i produktpasset får inte leda till att detta förvärras ytterligare. Det är därför centralt att hitta säkra sätt om information som utgör företagshemlig information ska delas. Det kan t.ex. göras genom att den aktör i värdekedjan, som behöver information om en produkt för t.ex. återtillverkning, begära ut den och att informationen tillgängliggörs på ett säkert sätt, liknande vid källkodsdeponering.

4. Vikten av verifikation, självdeklaration och marknadskontroll

En väl fungerande marknadskontroll är nödvändig

Det är centralt att marknadskontroller sker av informationen lämnad i produktpasset för att säkerställa lika villkor på den inre marknaden. Allt eftersom fler produktkrav sätts på EU:s inre marknad behöver marknadskontrollen ökas i motsvarande grad. Det är också centralt att utförandet av marknadskontroll inkluderar alla produkter som sätts på EU:s marknad, dvs både de som tillverkats inom unionen och de som importeras. Därtill bör marknadskontrollen ställa samma villkor på produkten oavsett vilken försäljningskanal som används och inte som idag ha hårdare kontroller i fysiska butiker än inom näthandeln. Då informationen i

produktpasset bl.a. har som syfte att få konsumenter att göra mer hållbara val är det centralt att informationen verifieras för att undvika ”green washing”.

Metodik för marknads kontroll av kraven på produktpass behöver utvecklas

Det är viktigt att marknads kontrollen av produktpass samordnas och genomförs på ett systematiskt och likvärdigt sätt inom unionen. Metodik för hur detta ska genomföras måste därför utvecklas innehållande väl definierade krav och tillsynsvägledning.

Marknads kontroller sköts i dag av medlemsstaterna med visst samarbete mellan länder. Kontrollen är generellt kostsam och kräver stor kunskap. Då medlemsstaterna ansvarar för marknads kontrollen och dess utformning, ambition, resurser och effektivitet leder det ofta till att marknads kontrollen skiljer sig åt mellan olika medlemsländer. Det är olyckligt att arbetet varierar och en ökad samordning och ett gemensamt tillvägagångssätt för marknads kontroll behöver därför generellt etableras för att få större enhetlighet.

I Sverige görs t.ex. marknads kontroller kopplat till byggproduktförordningen för olika byggprodukter. Samtidigt har byggmaterial som importerats till Sverige från annan medlemsstat delvis felaktigt prestanda deklarerat i sin prestandadeklaration och CE-märkning. Ansvarig myndighet i tillverkningslandet anger att de inte har resurser att utföra marknads kontroller, vilket därmed resulterar i konkurrens på olika villkor vilket inte är acceptabelt.

Tillräckliga resurser för att kunna genomföra en rättvis marknads kontroll av produktpassen måste tillses. Svenskt Näringsliv uppmanar EU-kommissionen att i dialog med medlemsstaterna säkerställa detta.

Särskilt fokus behövs för att förbättra marknads kontroll av importerade produkter

Marknads kontrollen fungerar inte tillfredställande idag avseende importerade produkter. Detta gäller särskilt produkter som tillgängliggörs via online marknadsplatser från säljare utanför EU och där det saknas ansvarig ekonomisk aktör inom EU. Detta är något som måste få större fokus och förbättras allt eftersom nya produktkrav och krav på rapportering i produktpasset införs för att säkerställa konkurrensneutralitet på den inre marknaden.

Undvik krav på tredjepartsverifiering

Verifiering av kraven kopplat till produktpass ska kunna genomföras genom självdeklaration av tillverkaren, och andra aktörer i värdekedjan, i kombination med tillgänglig dokumentation. Ett generellt obligatoriskt krav på införande av tredjepartsverifiering eller inspektion för verifiering av kraven är inte rätt väg då det är mycket kostsamt och resurskrävande.

5. Legala och tekniska aspekter kopplat till datadelning

Legala aspekter för datadelning måste beaktas

Produktpasset innebär att företag ska tillgängliggöra vissa data för myndigheter och andra aktörer. Det är viktigt att produktpasset underlättar för företagen att frivilligt dela relevant data. I den del produktpasset också innebär tvingande datadelning måste säkerställas att reglerna är förenliga även med andra regler som rör företagens hantering av data.

Företagens förutsättningar för att dela data sätts av både efterlevnad av dataskyddsregler och kommersiella överväganden. Även upphovsrätten måste beaktas när data delas, främst beträffande vem som därmed måste samtycka till eventuell överlåtelse av data. Det måste därför säkerställas att det finns legala förutsättningarna (immaterialrätt, dataskyddsregler och konkurrensrätt) att dela aktuella data.

För att undvika komplicerade och kostsamma överväganden och gränsdragningar för företagen måste regler om datadelning kompletteras med vägledning från EU som hjälper företagen att rättsligt uppfylla kraven. I vissa EU-länder, t.ex. Sverige och Finland, måste också säkerställas att offentlighets- och sekretesslagen inte resulterar i att information som företagen enligt produktpasset delar riskerar att röjas på grund av offentlighetsprincipen, en princip som gör att företagen ofta tvekar att lämna ifrån sig känslig information till myndigheter.

Regler för produktpasset måste också synkroniseras med nyligen publicerade och kommande initiativ som rör datadelning, främst inom ramen för EU:s datastrategi, för att undvika överlappande eller motstridiga regler. Inom flera branscher väntas dessutom ytterligare sektorsspecifik lagstiftning som rör datadelning och som måste beaktas.

Tekniska förutsättningar för datadelning krävs

Företagens möjligheter att dela data förutsätter interoperabilitet, dvs möjlighet att utbyta information mellan olika system. Det måste därför säkerställas att det finns tekniska förutsättningarna för företagen att dela sina data. Det måste också erbjudas relevant vägledning från EU som underlättar för företagen att tekniskt dela data.

Datadelning sker redan idag på fler olika sätt³. Det finns alltså inte någon given datadelningsmodell som passar för alla olika situationer. Det är viktigt att produktpasset förblir teknikneutralt och fokuserar på principbaserade regler avseende datadelning. Detta gäller särskilt för produktmarknader där teknikutvecklingen går fort.

³ Företag och myndigheter kan också ingå datadelningsavtal för viss datamängd. De kan även ingå partnerskap för mer långsiktig och kontinuerlig datadelning. Företag kan också välja att leverera data av allmänt intresse till det offentliga som en del av företagets sociala ansvar genom datadonering. Det förekommer att en tredje part anlitas för att behandla data och säkerställa att just den data som är av allmänt intresse delas utan att myndigheten får tillgång till hela datamängden. En ytterligare modell är att det offentliga erbjuder belöningar i syfte att uppmuntra privata aktörer som är specialiserade på dataanalys att hitta lösningar på ett specifikt problem som angår allmänintresset.

6. SME kan behöva extra vägledning och stöd

Det är centralt att kraven på rapportering till produktpasset hamnar på en rimlig och hanterbar nivå. Att samla in, administrera och tillgängliggöra stora informationsmängder är krävande och särskild hänsyn måste tas till små- och medelstora företags begränsade resurser. Det är av vikt att den information som ska ingå i produktpasset väljs med omsorg och är väl motiverad ur ett hållbarhetsperspektiv, se avsnitt 2. SME-företag kan behöva särskild vägledning, kompetensutveckling och även tillgång till administrativa verktyg för att på ett effektivt sätt hantera och administrera information utan att deras konkurrenskraft påverkas negativt. Redan idag är belastningen hög för många mindre företag för att klara av att uppfylla och rapportera enligt gällande miljö- och hållbarhetskrav. Långsiktigt stärker fokus på hållbarhet företagets konkurrenskraft men de krav som ställs måste vara hanterbara, realistiska och bidra till en mer hållbar utveckling. Avvägning måste ske mellan miljönytta och kostnad för att konkurrenskraften för SME-företag inte ska riskera att urholkas.

Positionspapperet har tagits fram i nära samarbete med Svenskt Näringslivs medlemsorganisationer.

Stockholm 4 november 2021

Jenny Svärd
E-post: jenny.svard@svensktnaringsliv.se
+46 8 553 431 36 M: +46 72 451 59 52
www.svensktnaringsliv.se