SWESIFS PROJEKT - HÅLLBARHETSPROFILEN

MÖTESANTECKNINGAR

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| HP Möte: Konsumentverket | |  |
| *Plats:* | Digitalt / MS Teams | |
| *Datum & Tid:* | 2022-05-23, kl. 13.00 | |
| *Närvarande* | Susanne Bolin Gärtner (SBG) – Swesifs styrelse (Ordf.)  Anette Carmelius (AC) – Swesifs styrelse  Aline Reichenberg Gustafsson (ARG) – Swesifs kansli  Anna Gunnarsson (AG) – Konsumentverket  Anna K Hult (AKH) – Konsumentverket  Mikaela Reinhammar (MR) – Cederquist Advokatbyrå  Per Josephsson (PJ) – Harvest Advokatbyrå | |
| *Frånvarande* |  | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **DISKUSSIONER** | | | | | | | |
| *1.* | Introduktionsrunda | | | * Mötet började med en introduktion av alla närvarande. | | | |
| *2.* | Genomgång HP Projekt | | | * AC presenterade syftet med HP projektet och summerade strukturen av projektgrupper och aktiviteter sedan 2021. | | | |
| *3.* | Frågor & kommentarer från AG & AKH | | | * AKH och AG tycker att HP är intressant och att det känns relevant att vara med. * Positiv feedback:   + Det är tydligt och bra att ha kvar ”väljer in”, ”väljer bort” och även ”påverkar”. Dessa begrepp känns bra att ha och enkla att förstå för konsumenten.   + Det är bra med ”box-systemet” – enkelt att förstå * Förbättringsområden:   + Vissa begrepp är inte lätta att förstå för konsumenten och skulle vara bra att förtydliga.   + Föreslår att man använder regelverkets krav men att man lägger till ”vilket innebär…” och förklarar konsekvensen på ett enklare sätt.   + En del information återkommer flera gånger – det kan lätt bli förvirrande eller för långt för konsumenten att läsa genom.   + Art. 8, första sidan: 2 boxar tickade är förvirrande.   + AG & AKH har detaljerade noteringar som de kommer att skicka. | | | |
| *4.* | Marknadsföringsdokument | | | * AG & AKH tolkar att HP är ett marknadsföringsdokument eftersom det inte är helt standardiserat utan förvaltaren kan kommentera fritt. * MR kommenterar att man ska ta hänsyn till Art. 12, som stipulerar att marknadsföringsmaterial inte får motsäga vad förvaltaren deklarerar i regelverksdokumentation. | | | |
| *5.* | Slutsatser | | | AG & AKH vill gärna vara med och följa utveckling av HP-mallarna. Projektgruppen återkommer efter att en ny version tagits fram. | | | |
|  | | | | | | | |
| **TIDSPLAN - till mötet relaterade punkter** | | | | | | | |
| Steg | | Aktivitet | | | Ansvarig | Deadline | |
| *1* | | Detaljerade anteckningar skickas | | | AG & AKH | SSSM | |
| *2* | | Anpassning av mallarna | | | Textgruppen |  | |
| *3* | | Uppföljningsmöte med Konsumentverket | | | Kansliet |  | |
|  | |  | | |  |  | |
| **NÄSTA MÖTE** | | | | | | | |
| *Datum & Tid:* | | | Efter en ny version tas fram | | | |

Anteckningar:

Aline Reichenberg Gustafsson

220523