|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| \_ |  |  |
|  |  |  |

|  |
| --- |
| 26 juni 2013 |

# UC tar avstånd från uttalandena i Svenska Dagbladet Näringslivs artikel att ”Facebook kan avgöra lånevillkor”

UC tar bestämt avstånd från uttalandena i Svenska Dagbladet Näringslivs artikel ”Facebook kan avgöra lånevillkor”, tisdag den 25 juni. I artikeln påstås med generella och svepande formuleringar att kreditupplysningsbolagen undersöker möjligheterna att använda sig av information från sociala medier i sina bedömningar av kreditvärdighet.

**K**reditupplysningsföretagen har en mycket viktig roll i samhället. Vår uppgift är att förse näringslivet och marknaden med relevanta beslutsunderlag. Beslutsunderlag som i slutänden innebär att hela samhället kan ha en god och sund samhällsutveckling. Relevanta och korrekta beslutsunderlag som innebär att företag kan skapa och utnyttja affärsmöjligheter och att privatpersoner kan uppfylla sina drömmar.

**UC tar, i vår roll som kreditupplysningsföretag och seriös aktör, bestämt avstånd** både från påståendet att personers beteende i sociala medier skulle vara intressant ur ett kreditbedömningsperspektiv och från påståendet att kreditupplysningar i framtiden kommer att basera sig på det användargenererade innehåll som finns i sociala medier.

Dagens lagstiftning är tydlig med vad gäller informationshantering; vem som får använda informationen och i vilka syften informationen får användas. Lagstiftningen ger kreditupplysningsbranschen ett förtroende att använda relevant information i kreditupplysningen.

Den pågående debatten avseende EU:s nya dataskyddsförordning pekar på vikten av att hitta en lösning som tillvaratar både individens integritet och marknadens behov av relevanta beslutsunderlag.

**Vi inom UC förstår vikten av och värnar om den personliga integriteten.** Detta är särskilt viktigt när tillgången till information är så stor i vårt digitala samhälle. Alla, både privatpersoner och företag, ska kunna känna sig trygga i det faktum att de kreditbedömningar som görs är sakliga, relevanta och korrekta.

**Därför tar UC avstånd från att information om individens beteende i sociala medier kan anses vara tillförlitliga, korrekta och relevanta för kreditupplysningsverksamhet. Vi uppmanar alla våra kollegor i branschen att göra samma sak.**

**Anders Hugosson, Koncernchef UC AB** [anders.hugosson@uc.se](mailto:anders.hugosson@uc.se)

**Åke Dahlqvist, Administrativ Chef UC AB** [ake.dahlqvist@uc.se](mailto:ake.dahlqvist@uc.se)

**Roland Sigbladh, Marknadschef UC AB** [roland.sigbladh@uc.se](mailto:roland.sigbladh@uc.se)