

NDM Näringslivets Delegation för Marknadsrätt

Justitiedepartementet
Enheten för familjerätt och allmän förmögenhetsrätt
103 33 Stockholm

2013-05-06

Remissyttrande

Departementspromemorian Gemensamt konsumentskydd i EU
(Ds 2013:15)

Ert dnr Ju2013/2027/L2

NDM – Näringslivets Delegation för Marknadsrätt - är ett samarbetsorgan inom svenskt näringsliv, främst i frågor som rör konsumentpolitik och marknadsrätt. En medlemsförteckning bifogas.

NDM hänvisar även till de utförliga yttrandena från medlemmarna Direkthandeln Förening, Svensk Handel, Svenska Bankföreningen och Swedma – Swedish Direct Marketing Association.

Allmänna synpunkter

NDM välkomnar införandet av fullharmoniserade regler, liksom att gemensamma nordiska regler eftersträvas, då detta generellt sett underlättar och minskar kostnaderna för gränsöverskridande handel. Vidare välkomnas att s k canvasförsäljning föreslås omfattas av konsumentskyddet vid distansavtal. Även att finansiella tjänster omfattas av lagen om distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler tillstyrks.

Trots direktivets syfte att underlätta för den gränsöverskridande handeln föreskrivs regler, såsom informationsplikten vid avtal som ingås i fasta affärslokaler, som till övervägande del endast berör nationella avtal. Denna informationsskyldighet kommer att medföra väsentligen högre administrativa kostnader för alla

näringsidkare som säljer till konsumenter, oavsett inslag av gränsöverskridande handel.

NDM vill i sammanhanget understryka att näringsidkarens samlade informationsbörda med anledning av alla konsumentskyddande regler är mycket betungande. Det kan ifrågasättas huruvida denna börda kan anses proportionerlig till den konsumentnytta som informationen ger. NDM menar att det snarare har motsatt effekt på konsumenten som tenderar att ta till sig allt mindre av den lämnade informationen. Det är därför av stor vikt att regeringen, inom EU, verkar för att harmonisera och minska den totala informationsbördan för näringsidkare och samtidigt förbättra konsumentens möjlighet att till sig vad som är av avgörande betydelse vid ingåendet av ett avtal.

Synpunkter på promemorians förslag

Lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

Tilläggsavgifter

Ett villkor som innebär att konsumenten blir skyldig att betala tilläggsavgifter utöver betalning för näringsidkarens huvudsakliga förpliktelse ska som utgångspunkt vara ogiltigt om konsumenten inte uttryckligen samtyckt till det. Det anges att ett samtycke måste lämnas uttryckligt och inte genom acceptans av en näringsidkares standardavtal där tilläggskostnader framkommer. En sådan bestämmelse kan öka konsumentens förtroende för distanshandeln, dock anser NDM att förslaget konsekvenser för olika branscher inte har utretts tillräckligt, exempelvis vad gäller finansiella tjänster.

Lagen om distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler

Definitionen avtal utanför fasta affärslokaler

NDM anser att definitionen av avtal utanför fasta affärslokaler behöver förtydligas, framför allt vad gäller avtal som ingås i näringsidkarens fasta affärslokal sedan konsumenten kontaktats på någon annan plats där denna och näringsidkaren samtidigt varit fysiskt närvarande. Här framgår av kommentarerna att vad som avses är avtal som ingås omedelbart efter det att konsumenten tilltalats. Detta bör komma till tydligt uttryck i lagtexten. Såsom definitionen nu är formulerad omfattas även situationer då konsumenten efter att ha kontaktats på en mässas eller liknande och sedan en tid därefter gått till näringsidkarens fasta affärslokal och då ingått ett avtal.

NDM anser vidare att direktivets mening om vad som är en fast affärslokal bör komma till uttryck i författningskommentaren. I promemorians kommentar gällande definitionen av avtal utanför fasta affärslokaler anges att det inte är givet att avtal träffade i fasta marknads- eller mäsständ eller i detaljhandelslokaler där näringsidkaren utövar sin verksamhet säsongvis omfattas av lagen. Enligt direktivets beaktandesats 22 framgår dock att denna typ av affärslokaler ska anses vara fasta affärslokaler och således undantas från lagens tillämpningsområde.

Informationsplikt

NDM ifrågasätter varför man i förslaget till svensk reglering valt att lägga till att informationen ska lämnas i rimlig tid innan ett avtal ingås, då motsvarande kriterium saknas i direktivet. I kommentaren anges att själva tidsaspekten får särskild betydelse när marknadsföringen ska leda till att ett avtal ingås mer eller mindre omedelbart, t ex vid telefonförsäljning eller avtal utanför fasta affärslokaler. Näringsidkaren får då normalt inte ge informationen omedelbart innan avtalet ingås, utan konsumenten måste få rimlig tid att ta del av informationen och överväga villkoren. NDM menar att detta inte överensstämmer med direktivet varför ”i rimlig tid” bör tas bort.

Det anges att näringsidkaren vid sin informationsgivning ska ta särskild hänsyn till behoven hos underåriga och andra särskilt utsatta konsumenter. NDM vill påpeka svårigheterna för en näringsidkare att avgöra om en individ är att anse som ”godtrogen” eller har nedsatt mental, fysisk eller psykisk funktionsförmåga, varför klargörande vägledning om vilka hänsyn som ska tas är önskvärd.

Slutligen vill NDM understryka vikten av ställningstagandet att inte införa några bestämmelser om att avtal som sluts via telefon ska vara skriftliga. Ett krav på skriftliga avtal skulle innebära att de företag som har de bästa ekonomiska förutsättningarna kan köpa eller utveckla tekniker för alternativa sätt att teckna avtal, vilket skapar en osund konkurrens och riskerar att slå ut många mindre företag. Enligt Kontakta skulle mellan 30-70 procent av medlemsföretagens försäljning utebli om det infördes ett krav på skriftliga avtal. Orsakerna till detta är flera men ofta beror det på att konsumenten inte orkar eller glömmer att skicka tillbaka avtalet.

Betalningsansvar

NDM anser inte att den i 10 § föreslagna bestämmelsen om att konsumenten uttryckligen måste ha påtagit sig en betalningsförpliktelse för att vara bunden av ett elektroniskt ingånget köpeavtal på distans är tillräckligt tydlig. Av motsvarande bestämmelse i direktivet framkommer att själva beställningsfunktionen ska benämnas ”beställning förenad med betalningsskyldighet” eller liknande otvetydig viljeyttring. Med den föreslagna svenska lydelsen torde det vara tillräckligt att en beställningsknapp är märkt ”köp” eller ”betala”.

NDM anser att den svenska lydelsen behöver ändras så att den ger tydligare vägledning till näringsidkaren utan att för den skull föreskriva ordalydelsen för en beställningsfunktion. Det måste finnas ett utrymme för näringsidkaren att anpassa formuleringen till sin målgrupp. Vidare menar NDM att begreppen betalningsansvar respektive betalningsförpliktelse inte kan anses vara begrepp som är naturliga eller självklara bland konsumenter.

Värdeminskningsavdrag

Regleringen innebär att näringsidkaren, när konsumenten nyttjar sin ångerrätt, i vissa fall kommer att bli skyldig att betala tillbaka vad konsumenten erlagt utan att ha fått tillbaka varan och därmed inte kunnat undersöka varan i syfte att utröna huruvida ett

värdeminskningsavdrag ska göras eller inte. I dessa situationer behöver näringsidkaren i efterhand kräva konsumenten på ersättning för ett värdeminskningsavdrag istället för att kunna dra av beloppet från köpeskillingen från början, något som i praktiken kommer att vara problematiskt.

I förslaget till svensk reglering har begreppet ”använt” använts istället för direktivets begrepp ”hantering”. NDM menar att det är en väsentlig skillnad mellan de två begreppen då användning ger sken av att varan får användas under ångerfristen medan hantering tydligare visar att det är frågan om en ren undersökning av varan.

Av direktivets beaktandesats 47 framgår tydligt att konsumenten endast har rätt att använda en vara såvida det är nödvändigt för att fastställa varans beskaffenhet egenskaper och funktionsduglighet. Vidare anges att för att fastställa varans beskaffenhet, egenskaper och funktionsduglighet bör konsumenten endast tillåtas hantera och undersöka en vara på samma sätt som man skulle få göra i en affär. Konsumenten bör exempelvis bara få prova ett klädesplagg och inte tillåtas använda det. Följaktligen bör konsumenten hantera och undersöka varan med tillbörlig omsorg under ångerfristen.

NDM anser att direktivets innebörd, till skillnad från i förslaget, tydligt bör komma till uttryck i den svenska lagstiftningen.

Marknadsföringslagen

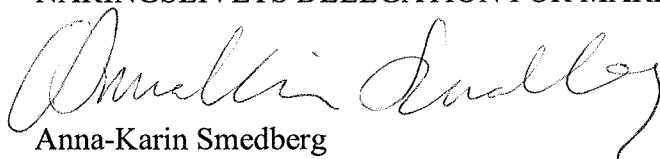
Information innan ett konsumentavtal i näringsidkarens fasta affärslokaler ingås

NDM finner den nya informationsplikten innan ett konsumentavtal ingås i näringsidkarens fasta affärslokaler mycket problematisk. Detta då det är svårt att förutse hur denna regel ska kunna tillämpas i praktiken utan att föreskriva att näringsidkaren ska överlämna viss skriftlig information till alla kunder som går in en butik, något som inte kan anses höja konsumentskyddet eller konsumentens medvetenhet till någon del.

NDM tillstyrker att de möjligheter till undantag från informationsplikten nyttjas i den svenska regleringen, dock kvarstår svårigheten att veta när undantagen kommer att kunna tillämpas då vägledningen är mycket knapp.

Avslutningsvis vill NDM understryka vikten av att beslut om reglernas fattas och kommuniceras i så god tid som möjligt då reglerna ställer krav på näringsidkarnas anpassning.

NÄRINGS LIVETS DELEGATION FÖR MARKNADSRÄTT



Anna-Karin Smedberg
Vice ordförande

NDMs medlemmar

BIL Sweden

(BIL Sweden – manufacturers/importers of cars, trucks & buses)

Direkthandels Förening

(Swedish Direct Selling Association)

Finansbolagens Förening

(Association of Swedish Finance Houses)

Företagarna

(Swedish Federation of Business Owners)

IAB Sverige

(Interactive Advertising Bureau, IAB Sweden)

Kontakta

(Swedish Contact Center Association)

Lantbrukarnas Riksförbund

(Federation of Swedish Farmers)

Läkemedelsindustriföreningen

(Swedish Association of the Pharmaceutical Industry)

Motorbranschens Riksförbund

(Swedish Association for Motor Retail Trades and Repairs)

Stockholms Handelskammare

(Stockholm Chamber of Commerce)

SWEDMA

(Swedish Direct Marketing Association)

Svensk Distanshandel

(Swedish Distance Sellers (SDS))

Svensk Försäkring

(Insurance Sweden)

Svensk Handel

(Swedish Trade Federation)

Svenska Bankföreningen

(Swedish Bankers' Association)

Svenska Franchiseföreningen
(Swedish Franchise Association)

Sveriges Marknadsförbund
(Swedish Marketing Federation)

Sveriges Annonörer
(Association of Swedish Advertisers)

Sveriges Kommunikationsbyråer
(Swedish Association of Communication Agencies)

Svenskt Näringsliv
(Confederation of Swedish Enterprise)

TidningsUtgivarna TU
(Swedish Media Publishers' Association)

Tobaksleverantörsföreningen
(Swedish Tobacco Association)

Samarbetsavtal med:

Coop Sverige

NDMs ordförande: Anders Stenlund, Svenskt Näringsliv

NDMs vice ordförande: Anna-Karin Smedberg, Svensk Handel

NDMs sekreterare: Jan Fager, Sveriges Marknadsförbund

Adress:

NDM

c/o Sveriges Marknadsförbund,

Industrigatan 2A

112 46 Stockholm

Tel. 08-21 58 63, mobil:0703 92 34 44

E-post: jan.fager@svemarknad.se