



Ett moderniserat konsumentskydd

DEL BETÄNKANDE AV
UTREDNINGEN
ETT MODERNISERAT
KONSUMENTSKYDD



STATENS OFFENTLIGA
UTREDNINGAR

SOU 2021:17

Ett moderniserat konsumentskydd

*Delbetänkande av utredningen
Ett moderniserat konsumentskydd*

Stockholm 2021



STATENS OFFENTLIGA
UTREDNINGAR

SOU 2021:17

SOU och Ds finns på regeringen.se under Rättsliga dokument.

Svara på remiss – hur och varför

Statsrådsberedningen, SB PM 2003:2 (reviderad 2009-05-02).

Information för dem som ska svara på remiss finns tillgänglig på regeringen.se/remisser.

Layout: Kommittéservice, Regeringskansliet

Omslag: Elanders Sverige AB

Tryck och remisshantering: Elanders Sverige AB, Stockholm 2021

ISBN 978-91-525-0053-8

ISSN 0375-250X

Till statsrådet Lena Micko

Regeringen beslutade den 13 februari 2020 att tillkalla en särskild utredare med uppdrag att analysera hur svensk rätt förhåller sig till direktivet (EU) 2019/2161 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler. Uppdraget har bl.a. innefattat att föreslå nödvändiga författningsändringar och andra åtgärder för att genomföra direktivet i svensk rätt (dir. 2020:13). Till särskild utredare förordnades den 14 februari 2020 hovrättsrådet och vice ordföranden Anne Kutteneuler.

Som experter förordnades från och med den 2 april 2020 näringspolitiska experten Jolanda Girzl, kanslirådet Johan Klefbäck, hovrättsrådet Kerstin Norman, rådmannen Ulrika Persson, departementssekreteraren Nils Sigfrid, juristen Joel Westerlund och konsumentvägledaren Maria Wiezell. Från och med den 15 juni 2020 förordnades ämnesrådet Linda Utterberg som expert. Johan Klefbäck entledigades den 11 oktober 2020. Den 12 oktober 2020 förordnades chefsjuristen Mattias Grundström och verkställande direktören Tina Wahlroth som experter. Samma dag förordnades rättssakkunnige Felix Rådberg som sakkunnig i utredningen.

Som sekreterare anställdes från och med den 17 februari 2020 kanslirådet Helene Karlsson.

Utredningen, som har antagit namnet Utredningen om ett moderniserat konsumentskydd, överlämnar härmed delbetänkandet *Ett moderniserat konsumentskydd* (SOU 2021:17).

Återstående frågor som omfattas av utredningens uppdrag kommer att behandlas i slutbetänkandet.

Stockholm i mars 2021

Anne Kutteneuler

/Helene Karlsson

Innehåll

Sammanfattning	13
Summary	21
1 Författningsförslag	31
1.1 Förslag till lag om ändring i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden	31
1.2 Förslag till lag om ändring i prisinformationslagen (2004:347).....	36
1.3 Förslag till lag om ändring i lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler	38
1.4 Förslag till lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486).....	56
1.5 Förslag till lag om ändring i socialförsäkringsbalken (2010:110).....	66
1.6 Förslag till lag om ändring i radio- och tv-lagen (2010:696).....	67
1.7 Förslag till lag om ändring i alkohollagen (2010:1622)	68
1.8 Förslag till lag om ändring i lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter	69
1.9 Förslag till förordning om ändring av förordning (2014:19) om formulär vid distansavtal och avtal utanför affärslokaler.....	70

2	Utredningens uppdrag och arbete	71
2.1	Utredningens uppdrag	71
2.2	Utredningens arbete.....	72
3	Ändringsdirektivet och dess genomförande.....	73
3.1	Ändringsdirektivets syfte och innehåll	73
3.2	De fyra direktiven som revideras.....	75
3.2.1	Direktiv 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal	75
3.2.2	Direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna	75
3.2.3	Direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder.....	76
3.2.4	Direktiv 2011/83/EU om konsumenträttigheter	77
3.3	Genomförande av ändringsdirektivet.....	78
4	Gällande rätt	81
4.1	Inledning	81
4.2	Marknadsföringslagen	81
4.3	Lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler	83
4.4	Lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden	85
4.5	Prisinformationslagen	86
4.6	EU:s konsumentskyddsförordning.....	87
5	Moderniserade bestämmelser om otillbörlig marknadsföring.....	89
5.1	Inledning	89
5.2	Definitionen av vissa begrepp i MFL	90
5.2.1	Begreppet produkt	90
5.2.2	Begreppen marknadsplats online och rankning	91

5.3	Marknadsföring av varor som identiska	92
5.3.1	Direktivregleringen	92
5.3.2	En ny bestämmelse om marknadsföring av varor som identiska.....	94
5.4	Information vid köperbudanden.....	96
5.4.1	Information om hantering av reklamationer	97
5.4.2	Köperbudanden på en marknadsplats online.....	97
5.5	Rankning av produkter	99
5.6	Konsumentrecensioner.....	102
5.7	Försäljning i en konsuments bostad och under utflykter ..	104
5.7.1	Direktivregleringen	104
5.7.2	Förekomsten av försäljningsmetoderna i Sverige	105
5.7.3	Överväganden.....	105
5.8	Nya punkter i svarta listan	107
5.8.1	Sökresultat	107
5.8.2	Vidareförsäljning av biljetter.....	108
5.8.3	Konsumentrecensioner	109
5.8.4	Överväganden.....	110
5.9	Möjligheter till kompensation.....	110
5.9.1	Direktivregleringen	110
5.9.2	Gällande rätt	111
5.9.3	Överväganden.....	115
6	Information om prissänkningar.....	119
6.1	En ny bestämmelse om prissänkningar i direktiv 98/6/EG.....	119
6.1.1	Allmänt om bestämmelsen.....	119
6.1.2	Bestämmelsens tillämpningsområde	120
6.1.3	Huvudregeln	120
6.1.4	De särskilda undantagen	121
6.2	Gällande bestämmelser i prisinformationslagen	121

6.3	En ny bestämmelse om prissänkningar i PIL.....	123
6.3.1	Tillkännagivande av prissänkningar ska innehålla uppgift om tidigare pris	123
6.3.2	Prissänkningar som sker gradvis	124
6.3.3	Varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.....	124
7	Moderniserade bestämmelser om distansavtal och avtal utanför affärslokaler	127
7.1	Inledning	127
7.2	Lagens tillämpningsområde	128
7.2.1	Direktivregleringen.....	128
7.2.2	Lagens tillämpningsområde bör justeras så att det stämmer överens med direktivet.....	129
7.2.3	Ändringen i undantaget om passagerartransporttjänster.....	133
7.2.4	Varor som säljs exekutivt eller på annat sätt tvångsvis med stöd av lag.....	134
7.3	Definitioner	136
7.4	Information innan ett avtal ingås	139
7.4.1	Näringsidkarens kontaktuppgifter.....	140
7.4.2	Personanpassning av priset	140
7.4.3	Information om att det finns en rättslig garanti	141
7.4.4	Information om funktionalitet, kompatibilitet och driftskompatibilitet	142
7.5	Avtal som ingås på en marknadsplats online	143
7.5.1	Något om marknadsplatser online.....	144
7.5.2	Direktivregleringen.....	145
7.5.3	Nya informationskrav för avtal som ingås på en marknadsplats online.....	146
7.6	Tjänster som börjar utföras under ångerfristen.....	147
7.7	Näringsidkarens skyldighet att ge konsumenten ett standardformulär för utövande av ångerrätten	149

7.8	Ångerfristen vid försäljning i konsumentens bostad och under utflykter	150
7.9	Undantag från ångerrätten	152
7.9.1	Avtal om digitala tjänster	152
7.9.2	Avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll....	153
7.9.3	Avtal som ingås vid försäljning i konsumentens bostad och under utflykter	155
7.9.4	Reparationer som har fullgjorts.....	156
7.10	Verkan av att konsumenten ångrar ett avtal om digitalt innehåll eller en digital tjänst.....	160
7.10.1	Direktivregleringen	161
7.10.2	Näringsidkarens skyldigheter enligt GDPR.....	161
7.10.3	Näringsidkarens skyldighet att avhålla sig från att använda innehåll och att tillgängliggöra det ...	162
7.10.4	Näringsidkarens rätt att hindra konsumentens användning av innehållet eller tjänsten.....	163
7.10.5	Konsumentens skyldigheter	163
8	Information vid konsumentavtal som ingås i näringsidkarens affärslokal.....	165
8.1	Information om garantier, assistans och service	165
8.2	Information om funktionalitet, kompatibilitet och driftskompatibilitet.....	166
8.3	Undantag från informationsskyldigheten	168
9	Utökade möjligheter att påföra marknadsstörningsavgift.....	171
9.1	Inledning.....	171
9.2	Behovet av ändringar i MFL.....	171
9.2.1	Direktivregleringen	171
9.2.2	Genomförandet av direktivets generella bestämmelser om sanktioner	173
9.2.3	Utvidgade möjligheter att besluta om marknadsstörningsavgift vid överträdelser av MFL	177

9.2.4	Behovet av följdändringar.....	187
9.2.5	Beloppsgränserna för marknadsstörningsavgiften m.m.	189
9.2.6	Bedömningen av avgiftens storlek	195
9.2.7	Situationer där en avgift inte får påföras.....	196
9.3	Behovet av ändringar i DAL	200
9.3.1	Direktivregleringen.....	201
9.3.2	Behovet av ändringar i 2 kap. DAL.....	201
9.3.3	Behovet av ändringar i 3 kap. DAL.....	203
9.4	Behovet av ändringar i PIL.....	204
9.4.1	Gällande rätt	205
9.4.2	Ändringar till följd av ändringsdirektivet	205
9.5	Marknadsstörningsavgift i andra lagar	206
10	Bestämmelser om sanktionsavgift i avtalsvillkorslagen .	207
10.1	En möjlighet att besluta om sanktionsavgift	207
10.1.1	Direktivregleringen.....	207
10.1.2	Gällande bestämmelser om sanktioner i AVLK.....	208
10.1.3	En möjlighet att besluta om sanktionsavgift när en näringsidkare använder oskäligen avtalsvillkor.....	209
10.1.4	Den lagstiftningstekniska lösningen.....	213
10.1.5	Krav på uppsåt eller oaktsamhet?.....	214
10.1.6	Behörig domstol och talerätt i mål om sanktionsavgift m.m.....	214
10.1.7	Bestämmelsernas närmare utformning	215
10.2	Bedömningen av om en avgift ska påföras	216
10.3	Situationer där en avgift inte får påföras	217
10.4	Beloppsgränser för avgiften	218
10.5	Bedömningen av avgiftens storlek.....	220
10.6	Andra frågor som behöver regleras	221

11	Ikraftträdande och övergångsbestämmelser	223
12	Konsekvenser.....	225
13	Författningskommentar	231
13.1	Förslaget till lag om ändring i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden	231
13.2	Förslaget till lag om ändring i prisinformationslagen (2004:347).....	240
13.3	Förslaget till lag om ändring i lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler.....	242
13.4	Förslaget till lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486).....	265
13.5	Förslaget till lag om ändring i socialförsäkringsbalken (2010:110).....	281
13.6	Förslaget till lag om ändring i radio- och tv-lagen (2010:696).....	282
13.7	Förslaget till lag om ändring i alkohollagen (2010:1622) ...	282
13.8	Förslaget till lag om ändring i lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter	283
	Särskilt yttrande	285
Bilagor		
Bilaga 1	Kommittédirektiv 2020:13	291
Bilaga 2	Direktiv (EU) 2019/2161.....	299
Bilaga 3	Direktiv 93/13/EEG.....	321
Bilaga 4	Direktiv 98/6/EG	327
Bilaga 5	Direktiv 2005/29/EG	331
Bilaga 6	Direktiv 2011/83/EU	349

Sammanfattning

Uppdraget

Den 27 november 2019 antogs Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler (ändringsdirektivet). Direktivet ska vara genomfört i nationell rätt senast den 28 november 2021.

Bakgrunden till direktivet är en översyn av det konsumenträttsliga regelverket som Europeiska kommissionen (kommissionen) genomförde 2016–2017. I samband med översynen konstaterades att ändamålsenligheten i unionens konsumentskyddslagstiftning äventyrades av en bristande medvetenhet hos både näringsidkare och konsumenterna om konsumenters rättigheter och att möjligheter till kompensation skulle kunna utnyttjas oftare. Det fanns även brister i nationell rätt när det gäller verkligt effektiva och proportionella sanktioner för att avskräcka från och påföra sanktioner för överträdelser inom unionen. Därtill identifierades ett antal områden där gällande regler behövde moderniseras och anpassas till följd av den kontinuerliga digitaliseringen av konsumentmarknaden. Syftet med ändringsdirektivet är att åtgärda de identifierade bristerna och att modernisera och anpassa det konsumenträttsliga regelverket inom EU till den ökade digitaliseringen.

Utredningen har haft i uppdrag att ta ställning till hur direktivet ska genomföras i Sverige. I uppdraget har ingått att analysera hur svensk rätt förhåller sig till direktiven och föreslå nödvändiga förändringsåtgärder och andra åtgärder.

Moderniserade bestämmelser om otillbörlig marknadsföring

I syfte att genomföra ändringarna i direktiv 2005/29/EG föreslår utredningen vissa ändringar i marknadsföringslagen (2008:486), MFL. Bland annat föreslås att det införs en bestämmelse som innebär att en näringsidkare vid marknadsföring av en vara inte får framställa den som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater i Europeiska unionen, om varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl. Det föreslås även en ny bestämmelse om köperbudanden. Bestämmelsen innebär att vid ett köperbudande på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen informera om huruvida den som erbjuder en produkt är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det.

Vidare föreslås en ny bestämmelse om information om ranking av produkter. En näringsidkare som ger konsumenter möjlighet att söka digitalt efter produkter som erbjuds, ska informera om de kriterier som främst bestämmer rankingen av de produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Dessutom föreslås en ny bestämmelse om konsumentrecensioner. En näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huruvida näringsidkaren säkerställer att recensionerna härrör från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i sådant fall på vilket sätt det görs.

Genom ändringsdirektivet ändras bilaga I till direktiv 2005/29/EG, den så kallade svarta listan, och det införs fyra nya punkter med affärsmetoder som under alla förhållanden ska anses otillbörliga. Enligt den första punkten som införs är det otillbörligt att tillhandahålla sökresultat som svar på en konsuments sökning på internet utan att, i fall då det rör sig om betald reklam eller då betalning skett specifikt för att uppnå en högre ranking av produkter, i sökresultaten tydligt informera om detta. Den andra punkten som införs innebär att det är otillbörligt att till konsumenter vidare sälja biljetter till kultur- och idrottsevenemang om näringsidkaren har förvärvat dem genom användning av automatiserade medel för att kringgå eventuella begränsningar av antalet biljetter som en person kan köpa eller andra regler som är tillämpliga på biljettköp. Det införs även två punkter som rör konsumentrecensioner. Enligt dessa är det otillbörligt att uppge att recensioner av en produkt har lagts ut av konsu-

menter som faktiskt har använt eller köpt produkten utan att vidta rimliga och proportionella åtgärder för att säkerställa att recensionerna härrör från sådana konsumenter. Det är även otillbörligt att lägga ut eller ge en annan juridisk eller fysisk person i uppdrag att lägga ut falska konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer, eller ge en vilseledande bild av konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer på sociala medier för att göra reklam för produkter. De nya punkterna gäller automatiskt som svensk lag från och med det datum som ändringsdirektivet börjar gälla, vilket är den 28 maj 2022. Det behövs alltså ingen ändring i MFL för att genomföra dem i svensk rätt.

Information om prissänkningar

Utredningen föreslår att det införs en ny bestämmelse om prissänkningar i prisinformationslagen (2004:347), PIL. Bestämmelsen innebär att information om att priset på en produkt har sänkts även ska innehålla uppgift om det tidigare pris som gällde före sänkningen. Med tidigare pris avses det lägsta pris som har gällt för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Om prissänkningen under denna tid har skett gradvis, avses i stället det pris som gällde före den första prissänkningen. Skyldigheten att informera om prissänkningar ska inte gälla varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.

Moderniserade bestämmelser om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

I syfte att genomföra ändringarna i direktiv 2011/83/EU föreslår utredningen vissa ändringar i lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler, DAL.

Förslagen innebär att tillämpningsområdet för 2 kap. DAL ändras så det gäller för avtal varigenom en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument och som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Kapitlet ska också gälla för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och om utförande av en digital tjänst, om avtalet inte innebär en betalningsförpliktelse men

konsumenten ska tillhandahålla sina personuppgifter, utom när de behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet. Ändringarna innebär i praktiken att avtal om gåvor och gratistjänster inte längre kommer att omfattas av kapitlet.

Vidare föreslås att näringsidkarens skyldighet att ge konsumenten information innan ett avtal ingås utvidgas på vissa sätt. Näringsidkaren ska, utöver information om sin e-postadress, även informera konsumenten om andra medel för kommunikation via internet som näringsidkaren tillhandahåller och som gör det möjligt för konsumenten att bevara uppgifter i en läsbar och varaktig form. Näringsidkaren ska också informera om ifall priset har personanpassats på grund av automatiserat beslutsfattande. Näringsidkaren ska vidare informera om funktionen hos en vara med digitala delar, digitalt innehåll eller en digital tjänst, inbegripet tekniska skyddsåtgärder. Slutligen ska näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.

Det föreslås även att en ny bestämmelse införs i DAL som reglerar vilken information en näringsidkare som tillhandahåller en så kallad marknadsplats online måste ge konsumenten innan ett avtal ingås på en sådan marknadsplats.

Utredningen bedömer att vissa bestämmelser om ångerrätten i DAL behöver ändras så att de överensstämmer med direktivet. Förslagen innebär att ångerrätt inte ska gälla för avtal som avser en digital tjänst som har fullgjorts och som inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Vidare föreslås att ångerrätt inte ska gälla för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium, om tillhandahållandet har påbörjats. För avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten krävs vidare att konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tillhandahållandet påbörjas och gått med på att det därigenom inte finns någon ångerrätt samt att näringsidkaren gett en bekräftelse på avtalet enligt 4 § eller en kopia av avtalet alternativt en bekräftelse på avtalet enligt 5 § andra stycket.

Utredningen föreslår att Sverige ska använda sig av en möjlighet att undanta vissa reparationstjänster från ångerrätten. Förslaget innebär att ångerrätt inte ska gälla för en tjänst som har fullgjorts och

som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten, om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.

Vidare föreslås vissa ändringar i syfte att klargöra parternas förpliktelser mot varandra när konsumenten ångrar ett avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll eller en digital tjänst.

Utredningen bedömer att ångerfristen inte bör förlängas vid avtal som ingås i samband med en näringsidkares inte begärda besök i konsumentens bostad eller utflykter som organiseras av en näringsidkare.

Information vid konsumentavtal som ingås i näringsidkarens affärslokal

När det gäller konsumentavtal som ingås i näringsidkarens affärslokal föreslås att näringsidkaren, innan ett avtal ingås, ska ge konsumenten information om funktionen, inte bara hos digitalt innehåll, utan även hos varor med digitala delar och digitala tjänster, inbegripet tekniska skyddsåtgärder. Det föreslås även att det införs en bestämmelse i MFL som innebär att näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, ska informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.

På motsvarande sätt som när det gäller informationsskyldigheten enligt DAL föreslår utredningen att inte heller informationsskyldigheten enligt 22 a § MFL ska gälla vid avtal om gåvor och gratistjänster.

Utökade möjligheter att påföra marknadsstörningsavgift

Utredningen föreslår att möjligheten att besluta om marknadsstörningsavgift ska utvidgas till att omfatta överträdelser av generalklausulen i MFL, de nya bestämmelser som utredningen föreslår införs i MFL samt bestämmelserna om obeställd reklam, information om garantier och information innan ett konsumentavtal ingås. Förslagen innebär alltså att möjligheten att påföra en avgift kommer att gälla vid överträdelser av MFL generellt.

Den utvidgade möjligheten att påföra marknadsstörningsavgift vid överträdelser av generalklausulen i MFL innebär att vissa redak-

tionella följdändringar föreslås i socialförsäkringsbalken (2010:110), radio- och tv-lagen (2010:696), alkohollagen (2010:1622) och lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter.

Utredningen föreslår att den övre fasta beloppsgränsen för marknadsstörningsavgiften tas bort. I de fall årsomsättningen uppskattas få avgiften fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro. Den övre gränsen om tio procent av näringsidkarens årsomsättning behålls liksom den undre beloppsgränsen om tio tusen kronor.

Det föreslås också lagändringar i syfte att tydliggöra bedömningen av marknadsstörningsavgiftens storlek. Av lagtexten ska framgå att hänsyn ska tas till överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning. Vidare ska beaktas åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument eller en annan näringsidkare har drabbats av samt tidigare överträdelser som begåtts av näringsidkaren. I den utsträckning det framgår ska hänsyn även tas till den vinst som näringsidkaren erhållit till följd av regelöverträdelsen eller de kostnader som undvikits. I gränsöverskridande fall ska beaktas sanktioner som näringsidkaren ålagts i andra medlemsstater i EU ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394. Hänsyn ska också tas till andra försvårande eller förmildrande omständigheter.

Talan om påförande av marknadsstörningsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud eller ett åläggande som har förenats med vite enligt denna lag och talan om utdömmande av vitet har väckts.

Utredningen föreslår också att det införs en möjlighet att ta ut marknadsstörningsavgift vid överträdelser av bestämmelserna i 2 kap. 2–5 §§ DAL om näringsidkares informationsskyldighet. Detsamma gäller överträdelser av bestämmelserna om näringsidkares informationsskyldighet vid avtal om finansiella tjänster och finansiella instrument i 3 kap. 3–5 §§ DAL.

Förslagen innebär även att överträdelser av PIL kommer att kunna leda till utdömmande av marknadsstörningsavgift.

Bestämmelser om sanktionsavgift i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

I syfte att genomföra ändringarna i direktiv 93/13/EEG föreslår utredningen att det införs bestämmelser om sanktionsavgifter i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, AVLK.

Patent- och marknadsdomstolen får på talan av Konsumentombudsmannen, KO, besluta att en näringsidkare ska betala en sanktionsavgift om näringsidkaren eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet har använt ett avtalsvillkor som med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt. Om KO i ett visst fall beslutar att inte föra talan om sanktionsavgift, ska en sammanslutning av näringsidkare få väcka en sådan talan.

Vid bedömningen av om en sanktionsavgift ska påföras ska det beaktas hur allvarlig överträdelsen är. Särskild hänsyn ska tas till överträdelsens art, varaktighet och omfattning. Talan om påförande av sanktionsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud som har förenats med vite enligt denna lag och talan om utdömande av vitet har väckts. Sanktionsavgiften ska uppgå till lägst tio tusen kronor och högst tio procent av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret.

Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga får årsomsättningen uppskattas. Avgiften får i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.

När sanktionsavgiften fastställs ska hänsyn tas till överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning. Dessutom ska beaktas åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument har lidit, tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till, samt, i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen. I gränsöverskridande fall ska hänsyn tas till sanktioner som påförts näringsidkaren i andra medlemsstater i EU ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets

och rådets förordning (EU) 2017/2394. Hänsyn ska också tas till andra försvårande eller förmildrande omständigheter.

Avgiften ska få efterges om det finns synnerliga skäl för det.

Konsekvenser

De föreslagna ändringarna innebär en tydligare och en mer enhetlig reglering inom EU när det gäller marknadsföring och information till konsumenter, speciellt när avtal ingås digitalt. Ändringarna bedöms underlätta och leda till kostnadsbesparingar framför allt för företag som bedriver e-handel. På sikt bör regleringen kunna leda till bättre konkurrens och lägre priser för konsumenter.

Förslagen innebär även ett stärkt sanktionssystem vid överträdelser av det marknadsrättsliga regelverket. Detta kommer att verka avskräckande för företag som inte följer reglerna och på sikt gynna seriösa företag.

För företag kan det initialt finnas ett visst behov av utbildningsinsatser och anpassning av marknadsföring och avtalsvillkor. Det bedöms medföra begränsade kostnader i ett inledande skede.

Förslagen leder inte till några ökade kostnader för det allmänna och bedöms inte ha någon påverkan på jämställdheten mellan kvinnor och män.

Summary

Remit

Directive (EU) 2019/2161 of the European Parliament and of the Council of 27 November 2019 amending Council Directive 93/13/EEC and Directives 98/6/EC, 2005/29/EC and 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council as regards the better enforcement and modernisation of Union consumer protection rules (the amending directive) was adopted on 27 November 2019. The Directive has to be implemented in national law by 28 November 2021.

The background to the Directive is a review of the consumer law framework carried out by the European Commission (the Commission) in 2016–2017. In connection with the review it was noted that the efficiency of the Union’s consumer protection legislation was being jeopardised by a lack of awareness among both traders and consumers of consumers’ rights and that more frequent use could be made of possibilities of obtaining compensation. There were also deficiencies in national law regarding really effective and proportionate penalties to deter from, and impose penalties for, infringements in the Union. In addition, a number of areas were identified where the current rules needed to be modernised and adapted on account of the continuous digitalisation of the consumer market. The purpose of the amending directive is to address the deficiencies identified and to modernise and adapt the consumer law framework in the EU to the increase in digitalisation.

The Inquiry’s remit has been to consider how to implement the Directive in Sweden. Its remit has included analysing the relationship between Swedish law and the Directives and proposing necessary statutory amendments and other measures.

Modernised provisions on unfair marketing practices

In order to implement the amendments to Directive 2005/29/EC the Inquiry proposes some amendments to the Marketing Practices Act (2008:486), MPA. For instance, we propose introducing a provision to the effect that it is prohibited to present a good as being identical to a good being marketed in other EU Member States even though there are significant differences in the composition or characteristics of the goods, unless this is justified by legitimate and objective factors. A new provision is also proposed about invitations to purchase. The provision means that in the case of an invitation to purchase on an online marketplace, the trader providing the online marketplace has to provide information as whether or not the person offering a product is a trader, based on that person's information about this.

In addition, a new provision is proposed about the ranking of products. A trader who provides consumers with the possibility to search digitally for products offered will have to provide information about the criteria that primarily determine the ranking of the products presented and their importance as opposed to other criteria. In addition, a new provision is proposed about consumer reviews. A trader who provides access to consumer reviews of products will have to provide information about whether the trader ensures that the reviews originate from consumers who have used or purchased the products and in that case how this is done.

The amending directive amends annex 1 to Directive 2005/29/EC, the 'blacklist', and introduces four new points containing practices that shall be considered unfair in all circumstances. Under the first point introduced, it is unfair to provide search results in response to a consumer's online search query without clearly disclosing any paid advertisement or payment specifically for achieving higher ranking of products within the search results. The second point introduced means that it is unfair to resell events tickets to consumers if the trader acquired them by using automated means to circumvent any limit imposed on the number of tickets that a person can buy or any other rules applicable to the purchase of ticket. Two points are also added concerning consumer reviews. According to these points, it is unfair to state that reviews of a product are submitted by consumers who have actually used or purchased the pro-

duct without taking reasonable and proportionate steps to check that they originate from such consumers. It is also unfair to submit or commission another legal or natural person to submit false consumer reviews or endorsements, or misrepresenting consumer reviews or social endorsements, in order to promote products. The new points apply automatically as Swedish law as of the date when the amending directive begins to apply, which is 28 May 2022. So no amendment to the MPA is needed to implement them in Swedish law.

Information about price reductions

The Inquiry proposes introducing a new provision on price reductions in the Price Information Act (2004:347), the PIA. The provision means that information that the price of a product has been reduced also has to indicate the prior price that applied prior to the reduction. The prior price means the lowest price that applied to the product during the 30 days immediately prior to the price reduction. When the price reduction has been progressively increased during this period, the prior price instead means the price that applied before the first price reduction. The obligation to provide information about price reductions will not apply to goods that are liable to deteriorate or expire rapidly.

Modernised provisions on distance contracts and off-premises contracts

In order to implement the amendments to Directive 2011/83/EU the Inquiry proposes some amendments to the Distance and Off-Premises Contracts Act (2005:59), the DCA.

The proposal means that the scope of Chapter 2 of the DCA is amended to apply to contracts under which a trader transfers or grants movable property to or performs a service for a consumer where the consumer is placed under an obligation to pay. The Chapter will also apply to contracts for the supply of digital content that is supplied in some other way than on a tangible medium and contracts for the performance of a digital service if the contract does not place the consumer under an obligation to pay, but the consumer has to supply their personal data, except when they are processed by the trader

solely to comply with legal requirements or to be able to fulfil the agreement. The amendments mean, in practice, that contracts for gifts and free services will no longer be covered by the Chapter.

The Inquiry also proposes expanding the trader's obligation to provide the consumer with information in certain ways. In addition to information about their email address, the trader will also have to inform the consumer about other means of communication via the internet provided by the trader that enable the consumer to preserve information in a readable and enduring form. The trader will also have to provide information about whether the price has been personalised based on automated decision-making. In addition, the trader will have to provide information about the functionality of goods with digital elements, digital content or a digital service, including technical protection measures. Finally the trader will have to provide information about compatibility and interoperability of goods with digital elements, digital content and digital services to the extent that the trader is aware of or can reasonably be expected to be aware of this.

The Inquiry also proposes introducing a new provision in the DCA regulating what information a trader providing an 'online marketplace' must provide the consumer with before a contract is concluded in that marketplace.

In the Inquiry's assessment, some provisions in the DCA regulating the right of withdrawal need to be amended to bring them into conformity with the Directive. The proposals mean that a right of withdrawal will not apply to contracts regarding a digital service that has been performed where the consumer is not placed under an obligation to pay. We also propose that a right of withdrawal should not apply to contracts for the supply of digital content supplied in some other way than on a tangible medium where the consumer is not placed under an obligation to pay. In the case of contracts that place the consumer under an obligation to pay, the right of withdrawal will not apply if the consumer has expressly consented to beginning the supply and has agreed, by doing so, that there is no right of withdrawal and the trader has provided a confirmation of the contract in accordance with Section 4 or a copy of the contract or a confirmation of the contract in accordance with Section 5, second paragraph.

The Inquiry proposes that Sweden should make use of the possibility of exempting certain repair services from the right of withdrawal. Under our proposal, a right of withdrawal will not apply to a service that has been performed and that places the consumer under an obligation to pay, if the consumer has specifically requested a visit from the trader for the purpose of carrying out a repair and the performance of the service has begun with the consumer's prior express consent.

Some amendments are also proposed in order to clarify the parties' obligations to one another when the consumer exercises their right of withdrawal concerning a contract for the supply of digital content or digital services.

In the Inquiry's assessment, the period for expiry of the right of withdrawal should not be extended for contracts concluded in the context of unsolicited visits by a trader to a consumer's home or excursions organised by a trader.

Information in the context of consumer contracts concluded at a trader's business premises

In the case of consumer contracts concluded at a trader's business premises, we propose that the trader should, before a contract is concluded, provide the consumer with information about the functionality not only of digital content but also of goods with digital elements and digital services, including technical protection measures. We also propose inserting a provision in the MPA to the effect that the trader will have to provide information about compatibility and interoperability of goods with digital elements, digital content and digital services to the extent that the trader is aware of or can reasonably be expected to be aware of this.

In a corresponding way to the obligation to provide information under the DCA, the Inquiry proposes that the obligation to provide information under Section 22 a of the MPA should not apply to contracts for gifts and free services either.

Expanded possibilities of imposing market disruption charges

The Inquiry proposes that the possibility of imposing market disruption charges should be expanded to cover infringements of the general clause in the MPA, the new provisions that the Inquiry proposes inserting in the MPA, the provisions about unsolicited advertising, information about warranties and information before entering into a consumer contract. The proposals thus mean that the possibility of imposing a charge will apply to infringements of the MPA in general.

The expanded possibility of imposing market disruption charges for infringements of the general clause in the MPA entails certain editorial consequential amendments to the Social Insurance Code (2010:110), the Radio and Television Act (2010:696), the Alcohol Act (2010:1622) and the Tobacco and Related Products Act (2018:2088).

The Inquiry proposes removing the upper fixed monetary limit for the market disruption charge. In the cases where the annual turnover is estimated, the charge may be set at an amount in Swedish kronor corresponding to at most EUR 2 million. The upper limit of ten per cent of the trader's annual turnover is retained, as is the lower limit of SEK 10 000.

Amendments to the Act are also proposed in order to clarify the assessment of the size of the market disruption charge. The text of the Act should state that account should be taken of how serious the infringement is. Particular consideration should be given to the nature, duration and scope of the infringement. In addition, account should be taken of measures that the trader has taken to mitigate or remedy the damage suffered by a consumer or another trader and of previous infringements committed by the trader. To the extent that it appears, consideration should also be given to the profit the trader has received as a result of the infringement of the rule or the costs that have been avoided. In cross-border cases account should also be taken of penalties that may have been imposed on the trader in other EU Member States in cases when information about these penalties is available via the mechanism established through Regulation (EU) 2017/2394 of the European Parliament and of the Council. Consideration should also be given to other aggravating or extenuating circumstances.

The Inquiry proposes that an action for the imposition of a market disruption charge for an infringement may not be considered if the infringement is covered by a prohibition or an injunction that has been combined with a fine under this Act and an action for the imposition of the conditional financial penalty has been brought.

The Inquiry also proposes that a possibility should be introduced of imposing a market disruption charge for infringements of the provisions in Chapter 2, Sections 2–5 of the DCA on a trader's obligation to provide information. The same applies to infringements of the provisions on a trader's obligation to provide information in the case of contracts for financial services and financial instruments in Chapter 3, Sections 3–5 of the DCA.

The proposals also mean that it will be possible for infringements of the PIA to lead to the imposition of market disruption charges.

Provisions on penalty charges in the Consumer Contracts Act (1994:1512)

In order to implement the amendments to Directive 93/13/EEC, the Inquiry proposes introducing provisions on penalty charges in the Consumer Contracts Act (1994:1512), the CCA.

The Patent and Market Court may, on the application of the Consumer Ombudsman, order that a trader shall pay a penalty charge if the trader or someone else who is acting on behalf of the trader has intentionally or through negligence used a contract term that is unreasonable in view of price and other circumstances. If the Consumer Ombudsman decides, in a particular case, not to bring an action for a penalty charge, an association of traders should be able to do so.

When assessing whether a penalty charge should be imposed, account should be taken of how serious the infringement is. Particular consideration should be given to the nature, duration and scope of the infringement. An action for the imposition of a penalty fee for an infringement may not be considered, if the infringement is covered by a prohibition that has been combined with a fine under this Act and an action for the imposition of the conditional financial penalty has been brought. The penalty charge should be at least SEK

10 000 and at most 10 per cent of the trader's turnover in the immediately preceding financial year.

If the infringement took place during the trader's first year of business or if information about their annual turnover is otherwise not available or is deficient, the amount of the annual turnover may be estimated. In such a case, the charge may be set at an amount in Swedish kronor corresponding to at most EUR 2 million.

When the penalty charge is set, account should be taken of how serious the infringement is. Particular consideration should be given to the nature, duration and scope of the infringement. In addition, account should be taken of measures that the trader has taken to mitigate or remedy the damage suffered by a consumer, previous infringements committed by the trader and, to the extent that it appears, the profit the trader has made or the loss that has been avoided through the infringement. In cross-border cases consideration should also be given to penalties imposed on the trader in other EU Member States in cases when information about these penalties is available via the mechanism established through Regulation (EU) 2017/2394 of the European Parliament and of the Council. Consideration should also be given to other aggravating or extenuating circumstances.

It should be possible to waive the charge if there are exceptional reasons to do so.

Impacts

The proposed amendments mean clearer and more uniform regulation in the EU concerning marketing and information to consumers, especially when contracts are concluded digitally. The assessment made is that the amendments will facilitate and lead to cost savings especially for companies conducting e-commerce. In the long term this regulation ought to be able to lead to better competition and lower prices for consumers.

The proposals also mean a stronger system of penalties for infringements of the market law framework. This will have a deterrent effect on companies that do not follow the rules and will, over time, benefit serious companies.

For companies, there may initially be a certain need to arrange training and to adapt their marketing and contractual terms and conditions. This is only expected to result in limited costs in an introductory phase.

The proposals do not lead to any cost increases for public authorities and are not judged to have any impact on gender equality.

1 Författningsförslag

1.1 Förslag till lag om ändring i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

Härigenom föreskrivs¹ i fråga om lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

dels att 3 a § ska ha följande lydelse,

dels att det ska införas åtta nya paragrafer, 9 c–9 j §§, av följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

3 a §²

Vid tillämpning av 3 § ska ett avtalsvillkor anses oskäligt om det innebär att konsumenten är hänvisad till att använda ett telefonnummer med förhöjd taxa för att ta kontakt med näringsidkaren per telefon med anledning av ett mellan dem ingånget avtal.

Vid tillämpning av *denna lag* ska ett avtalsvillkor anses oskäligt om det innebär att konsumenten är hänvisad till att använda ett telefonnummer med förhöjd taxa för att ta kontakt med näringsidkaren per telefon med anledning av ett mellan dem ingånget avtal.

¹ Jfr Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/2161/EU av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler.

² Senaste lydelse 2014:13.

9 c §

Patent- och marknadsdomstolen får på talan av Konsumentombudsmannen besluta att en näringsidkare ska betala en sanktionsavgift, om näringsidkaren eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet har använt ett avtalsvillkor som med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt mot konsumenter.

Om Konsumentombudsmannen i ett visst fall beslutar att inte föra talan om sanktionsavgift, får en sammanslutning av näringsidkare väcka en sådan talan.

Avgiften tillfaller staten.

9 d §

Vid prövningen av om en sanktionsavgift ska påföras ska det beaktas hur allvarlig överträdelsen är. Särskild hänsyn ska tas till överträdelsens art, varaktighet och omfattning.

9 e §

Talan om påförande av sanktionsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud som har förenats med vite enligt denna lag och talan om utdömande av vitet har väckts.

9 f §

Sanktionsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio procent av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret.

Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas. Avgiften får i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.

9 g §

När sanktionsavgiften fastställs ska hänsyn tas till

1. överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning,

2. åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument har lidit,

3. tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till,

4. i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen,

5. i gränsöverskridande fall, sanktioner som har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater i Europeiska unionen, ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den meka-

nism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, och

6. andra försvårande eller för mildrande omständigheter.

Avgiften får efterges om det finns synnerliga skäl för det.

9 b §

Sanktionsavgiften ska betalas till Kammarkollegiet inom trettio dagar efter det att domen har fått laga kraft eller den längre tid som anges i domen.

Om avgiften inte betalas inom den tid som anges i första stycket ska Kammarkollegiet lämna den obetalda avgiften för indrivning. Bestämmelser om indrivning finns i lagen (1993:891) om indrivning av statliga fordringar m.m. Vid indrivning får verkställighet enligt utskökningsbalken ske.

9 i §

En sanktionsavgift får dömas ut bara om stämningsansökan har delgetts den som anspråket riktar sig mot inom fem år från det att överträdelsen upphörde.

En sanktionsavgift faller bort om domen inte har kunnat verkställas inom fem år från det att den fick laga kraft.

9 j §

För att säkerställa ett anspråk på sanktionsavgift får domstolen besluta om kvarstad. I ett sådant fall tillämpas bestämmelserna i 15 kap. rättegångsbalken om kvarstad för fordran.

-
1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
 2. Äldre bestämmelser gäller för avtalsvillkor som använts före ikraftträdandet.

1.2 Förslag till lag om ändring i prisinformationslagen (2004:347)

Härigenom föreskrivs³ i fråga om prisinformationslagen (2004:347)
dels att 12 § ska ha följande lydelse,
dels att det ska införas en ny paragraf, 7 a §, av följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

7 a §

Information om att priset på en produkt har sänkts ska även innehålla uppgift om det tidigare pris som gällde före sänkningen.

Med tidigare pris avses det lägsta pris som har gällt för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Om prissänkningen under denna tid har skett gradvis, avses i stället det pris som gällde före den första prissänkningen.

Första stycket gäller inte för varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.

12 §⁴

Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas, *med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om mark-*

Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas. Sådan prisinformation ska anses vara väsentlig enligt 10 §

³ Jfr Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/2161/EU av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler.

⁴ Senaste lydelse 2008:507.

nadsstörningsavgift. Sådan prisinformation ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen. tredje stycket marknadsföringslagen.

-
1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
 2. Äldre bestämmelser gäller för prisinformation som lämnats före ikraftträdandet.

1.3 Förslag till lag om ändring i lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

Härigenom föreskrivs⁵ i fråga om lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler⁶

dels att 1 kap. 2 §, 2 kap. 1–3, 6, 7, 11–13 och 15 §§ och 3 kap. 6 § ska ha följande lydelse,

dels att det ska införas sex nya paragrafer, 2 kap. 1 a, 2 b, 13 a, 14 a, 14 b och 14 c §§.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

1 kap.

2 §⁷

I lagen avses med

distansavtal: avtal som ingås inom ramen för ett av näringsidkaren organiserat system för att träffa avtal på distans, om kommunikationen uteslutande sker på distans,

affärslokal: fast eller rörligt affärsställe där näringsidkaren varaktigt eller vanligen driver verksamhet,

avtal utanför affärslokaler: avtal som ingås

– då näringsidkaren och konsumenten samtidigt är närvarande på någon annan plats än i näringsidkarens affärslokal eller efter det att konsumenten lämnat ett anbud på en sådan plats,

– i näringsidkarens affärslokal eller med hjälp av ett medel för distanskommunikation i omedelbar anslutning till att konsumenten kontaktats av näringsidkaren på någon annan plats där de samtidigt varit närvarande, eller

– under en utflykt som har organiserats av näringsidkaren i marknadsförings- eller försäljningssyfte,

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

⁵ Jfr Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/2161/EU av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler.

⁶ Senaste lydelse av lagens rubrik 2014:14.

⁷ Senaste lydelse 2020:169.

digitalt innehåll: data som produceras och tillhandahålls i digital form.

digitalt innehåll: data som framställs och tillhandahålls i digital form,

digital tjänst: en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller av andra användare av den tjänsten,

varor med digitala delar: lösa saker som integrerar eller är sammankopplade med digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant sätt att frånvaron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna inte fungerar,

kompatibilitet: kapacitet att utan konvertering fungera med sådan hårdvara eller programvara som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

driftskompatibilitet: kapacitet att fungera med annan hårdvara eller programvara än sådan som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

marknadsplats online: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som gör det möjligt för konsumenter att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter,

personuppgifter: sådan information som avses i artikel 4 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

2 kap.

1 §⁸

Detta kapitel gäller för avtal varigenom en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument. Med tjänst avses i detta kapitel också uthyrning av fast egendom. *För avtal om finansiella tjänster eller om överlåtelse eller emission av finansiella instrument gäller i stället 3 kap.*

Detta kapitel gäller för avtal varigenom en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument *och som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten.* Med tjänst avses i detta kapitel också uthyrning av fast egendom.

Kapitlet gäller också för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och om utförande av en digital tjänst, om avtalet inte innebär en betalningsförpliktelse men konsumenten ska tillhandahålla sina personuppgifter, utom när de behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet.

⁸ Senaste lydelse 2018:1338.

För avtal om finansiella tjänster eller om överlåtelse eller emission av finansiella instrument gäller i stället 3 kap.

Detta kapitel gäller inte för avtal som

1. avser uthyrning för varaktigt boende,

2. avser uppförande av byggnad eller annan fast anläggning på mark eller i vatten,

3. ingås med hjälp av en varuautomat eller annan liknande automat eller i en automatiserad affärslokal,

4. ingås med en operatör genom användning av en offentlig telefonautomat,

5. avser en tjänst som fullgörs genom användning av en telefon-, internet- eller faxuppkoppling, om tjänsten utförs vid ett enda tillfälle,

6. avser vadhållning, kasinospel eller andra lotteritjänster,

7. avser försäljning av livsmedel eller andra dagligvaror för hushållet som levereras till en konsuments bostad eller arbetsplats i ett distributionssystem med regelbunden utkörning, eller

8. omfattas av lagen (2011:914) om konsumentskydd vid avtal om tidsdelat boende eller långfristig semesterprodukt eller omfattas av bestämmelserna om paketresor i paketreselagen (2018:1217).

Kapitlet gäller inte för avtal utanför affärslokaler, om det pris som konsumenten sammanlagt ska betala understiger 400 kronor.

I fråga om avtal om transport av personer gäller endast 3 § tredje stycket och 9 §.

1 a §

Detta kapitel gäller inte för avtal som

1. avser uthyrning för varaktigt boende,

2. avser uppförande av byggnad eller annan fast anläggning på mark eller i vatten,

3. ingås med hjälp av en varuautomat eller annan liknande automat eller i en automatiserad affärslokal,

4. ingås med en operatör genom användning av en offentlig telefonautomat,

5. avser en tjänst som fullgörs genom användning av en telefon-, internet- eller faxuppkoppling, om tjänsten utförs vid ett enda tillfälle,

6. avser vadhållning, kasinospel eller andra lotteritjänster,

7. avser försäljning av livsmedel eller andra dagligvaror för hushållet som levereras till en konsuments bostad eller arbetsplats i ett distributionssystem med regelbunden utkörning, eller

8. omfattas av lagen (2011:914) om konsumentskydd vid avtal om tidsdelat boende eller långfristig

semesterprodukt eller omfattas av bestämmelserna om paketresor i paketreselagen (2018:1217),

Kapitlet gäller inte för avtal utanför affärslokaler, om det pris som konsumenten sammanlagt ska betala understiger 400 kronor.

I fråga om avtal om transport av personer gäller endast 3 § tredje stycket och 9 §.

2 §⁹

Innan ett avtal ingås ska näringsidkaren ge konsumenten information om

1. sitt namn, organisationsnummer, telefonnummer och telefaxnummer samt sin adress och e-postadress, och, om näringsidkaren agerar för någon annans räkning, dennes motsvarande uppgifter,

1. sitt namn, organisationsnummer, telefonnummer, adress, e-postadress och andra medel för kommunikation via internet som näringsidkaren tillhandahåller och som gör det möjligt för konsumenten att bevara uppgifter i en läsbar och varaktig form. Om näringsidkaren agerar för någon annans räkning ska motsvarande uppgifter lämnas för den näringsidkaren,

2. varans eller tjänstens huvudsakliga egenskaper i den omfattning som är lämplig med hänsyn till varan eller tjänsten och till hur informationen ges,

3. varans eller tjänstens pris, inbegripet skatter och avgifter, eller, om priset inte kan anges i förväg, hur priset beräknas; om avtalet löper på obegränsad tid eller avser en prenumeration, ska även kostnaderna per faktureringsperiod och per månad anges,

4. personanpassning av priset på grund av automatiserat beslutsfattande,

4. kostnader för leverans eller porto och andra tillkommande kostnader,

5. kostnader för leverans eller porto och andra tillkommande kostnader,

⁹ Senaste lydelse 2020:169.

5. kostnaden för att ett medel för distanskommunikation används, om inte kostnaden är beräknad efter normaltaxa,

6. villkoren för betalning samt för leverans eller fullgörande på något annat sätt och tidpunkt för leverans eller fullgörande; om avtalet ska ingås på näringsidkarens webbplats, ska det i början av beställningsprocessen anges vilka betalningssätt som godtas och om det finns några begränsningar för leveransen,

7. handpenning eller andra ekonomiska garantier som konsumenten ska lämna och de villkor som gäller för detta,

8. den rätt som konsumenten har att reklamera enligt lag, hur reklamation kan göras och gatuadressen till det verksamhetsställe dit konsumenten kan vända sig för att framställa klagomål,

9. huruvida och under vilka förutsättningar det finns en ångerrätt, tidsfristen och övriga villkor för ångerrätten, hur ångerrätten utövas samt att det finns ett standardformulär för utövande av ångerrätten,

10. den skyldighet konsumenten vid utövande av ångerrätten kan ha att på egen bekostnad återsända varan samt, vid distansavtal, kostnaden för att återsända varan om den är sådan att den inte kan återsändas med post,

6. kostnaden för att ett medel för distanskommunikation används, om inte kostnaden är beräknad efter normaltaxa,

7. villkoren för betalning samt för leverans eller fullgörande på något annat sätt och tidpunkt för leverans eller fullgörande; om avtalet ska ingås på näringsidkarens webbplats, ska det i början av beställningsprocessen anges vilka betalningssätt som godtas och om det finns några begränsningar för leveransen,

8. handpenning eller andra ekonomiska garantier som konsumenten ska lämna och de villkor som gäller för detta,

9. den rätt som konsumenten har att reklamera enligt lag, hur reklamation kan göras och gatuadressen till det verksamhetsställe dit konsumenten kan vända sig för att framställa klagomål,

10. huruvida och under vilka förutsättningar det finns en ångerrätt, tidsfristen och övriga villkor för ångerrätten, hur ångerrätten utövas samt att det finns ett standardformulär för utövande av ångerrätten,

11. den skyldighet konsumenten vid utövande av ångerrätten kan ha att på egen bekostnad återsända varan samt, vid distansavtal, kostnaden för att återsända varan om den är sådan att den inte kan återsändas med post,

11. huruvida konsumenten är skyldig att ersätta näringsidkaren enligt 15 § 3 eller 4,

12. åtaganden från näringsidkaren eller tillverkaren om att, utöver vad som följer av lag, betala tillbaka det som betalats för varan, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall varan inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt,

13. den assistans och service som gäller efter försäljningen,

14. uppförandekoder som gäller för näringsidkaren och hur konsumenten kan ta del av dem,

15. avtalets löptid,

16. kortaste giltighetstid för konsumentens skyldigheter enligt avtalet,

17. villkoren för att säga upp avtalet, om det gäller tills vidare eller förnyas automatiskt,

18. funktionen hos digitalt innehåll, inbegripet tekniska skyddsåtgärder, och, i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, vilken maskin- och programvara som krävs för att använda det digitala innehållet, och

12. huruvida konsumenten är skyldig att ersätta näringsidkaren enligt 15 § 3 eller 4,

13. åtaganden från näringsidkaren eller tillverkaren om att, utöver vad som följer av lag, betala tillbaka det som betalats för varan, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall varan inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt,

14. den assistans och service som gäller efter försäljningen,

15. uppförandekoder som gäller för näringsidkaren och hur konsumenten kan ta del av dem,

16. avtalets löptid,

17. kortaste giltighetstid för konsumentens skyldigheter enligt avtalet,

18. villkoren för att säga upp avtalet, om det gäller tills vidare eller förnyas automatiskt,

19. funktionen hos *en vara med digitala delar*, digitalt innehåll eller *en digital tjänst*, inbegripet tekniska skyddsåtgärder,

20. i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, kompatibilitet och driftskompatibilitet

19. vilka möjligheter som finns att få en tvist med näringsidkaren prövad utanför domstol.

Vid en auktion får informationen enligt första stycket 1 ersättas med motsvarande uppgifter om auktionsförrättaren, om det är möjligt att delta i auktionen även på ett annat sätt än genom att använda ett medel för distanskommunikation. Under samma förutsättning får information enligt första stycket 8 om gatuadressen till det verksamhetsställe dit konsumenten kan framställa klagomål avse auktionsförrättarens verksamhetsställe.

mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, och

21. vilka möjligheter som finns att få en tvist med näringsidkaren prövad utanför domstol.

Vid en auktion får informationen enligt första stycket 1 ersättas med motsvarande uppgifter om auktionsförrättaren, om det är möjligt att delta i auktionen även på ett annat sätt än genom att använda ett medel för distanskommunikation. Under samma förutsättning får information enligt första stycket 9 om gatuadressen till det verksamhetsställe dit konsumenten kan framställa klagomål avse auktionsförrättarens verksamhetsställe.

2 b §

Innan ett avtal ingås på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen ge konsumenten information om

1. de kriterier som främst bestämmer rankningen av erbjudanden som presenteras vid en sökning och deras betydelse jämfört med andra kriterier,

2. huruvida den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det,

3. ifall den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll inte är näringsidkare, att

bestämmelserna i denna lag och andra konsumentskyddande lagar inte gäller, och

4. i tillämpliga fall, hur förpliktelserna enligt avtalet är uppdelade mellan den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll och den som tillhandahåller marknadsplatsen.

3 §¹⁰

I fråga om distansavtal ska informationen enligt 2 och 2 a §§ ges klart och begripligt och på ett sätt som är anpassat till det medel för distanskommunikation som används. Särskild hänsyn ska tas till behoven hos underåriga och andra särskilt utsatta personer.

Om avtalet ska ingås genom ett sådant medel för distanskommunikation som gör att information endast kan ges i begränsad omfattning eller under begränsad tid, ska åtminstone information enligt 2 § första stycket 1, i fråga om näringsidkarens namn och organisationsnummer, 2–4, 15 och 17 ges med hjälp av det kommunikationsmedlet. Om det finns en ångerrätt, ska information enligt 2 § första stycket 9 också ges med hjälp av kommunikationsmedlet. Övrig information enligt 2 § första stycket och 2 a § ska ges på något annat lämpligt

I fråga om distansavtal ska informationen enligt 2, 2 a och 2 b §§ ges klart och begripligt och på ett sätt som är anpassat till det medel för distanskommunikation som används. I fråga om informationen enligt 2 och 2 a §§ ska särskild hänsyn tas till behoven hos underåriga och andra särskilt utsatta personer.

Om avtalet ska ingås genom ett sådant medel för distanskommunikation som gör att information endast kan ges i begränsad omfattning eller under begränsad tid, ska åtminstone information enligt 2 § första stycket 1, i fråga om näringsidkarens namn och organisationsnummer, 2–5, 16 och 18 ges med hjälp av det kommunikationsmedlet. Om det finns en ångerrätt, ska information enligt 2 § första stycket 10 också ges med hjälp av kommunikationsmedlet. Övrig information enligt 2 § första stycket och 2 a § ska ges på något annat lämpligt

¹⁰ Senaste lydelse 2020:169.

sätt i enlighet med kraven i första stycket i denna paragraf.

Om avtalet ska ingås på näringsidkarens webbplats, ska konsumenten särskilt uppmärksammas på innehållet i den information som ges enligt 2 § första stycket 2–4 och 15–17.

sätt i enlighet med kraven i första stycket i denna paragraf.

Om avtalet ska ingås på näringsidkarens webbplats, ska konsumenten särskilt uppmärksammas på innehållet i den information som ges enligt 2 § första stycket 2–5 och 16–18.

Informationen i 2 b § 1 ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras.

6 §¹¹

Om näringsidkaren inte ger information i enlighet med 2–5 §§, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas, *med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörmingsavgift*. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

Om näringsidkaren inte ger information i enlighet med 2–5 §§, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

7 §¹²

Om näringsidkaren inte före avtalets ingående och på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket har gett sådan information om tillkommande kostnader som anges i 2 § första stycket 4, är konsumenten inte skyldig att betala dessa kostnader.

Om näringsidkaren inte före avtalets ingående och på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket har gett sådan information om tillkommande kostnader som anges i 2 § första stycket 5, är konsumenten inte skyldig att betala dessa kostnader.

¹¹ Senaste lydelse 2014:14.

¹² Senaste lydelse 2014:14.

11 §¹³

Ångerrätten gäller inte för avtal som

1. avser en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts,

2. avser en vara eller tjänst vars pris beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka och som kan inträffa under ångerfristen,

3. avser en vara som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som annars har fått en tydlig personlig prägel,

4. avser en vara som snabbt kan försämrats eller bli för gammal,

5. avser en vara som med bruten försegling inte lämpligen kan återlämnas på grund av hälso- eller hygienskäl och förseglingen har brutits av konsumenten,

6. avser en vara som till sin natur är sådan att den efter leverans sammanblandas med en annan vara på så sätt att varorna inte kan skiljas från varandra,

7. avser alkoholhaltig dryck till ett bestämt pris, när leverans inte kan ske inom 30 dagar och värdet på drycken vid leveransen beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka,

8. avser en förseglad ljud- eller bildupptagning eller ett förseglat datorprogram och förseglingen har brutits av konsumenten,

9. avser lösnummer av en tidning eller en tidskrift,

10. ingås vid en auktion, om det är möjligt att delta i auktionen även på ett annat sätt än genom att använda ett medel för distanskommunikation,

11. avser digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att leverans påbörjas och

1. avser en tjänst som har fullgjorts och, *ifall avtalet innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten*, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts,

11. avser *tillhandahållande av* digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium om *tillhandahållandet har påbörjats och, ifall avtalet*

¹³ Senaste lydelse 2020:169.

gått med på att det därigenom inte finns någon ångerrätt, *innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten, konsumenten uttryckligen har samtyckt till detta och gått med på att det därigenom inte finns någon ångerrätt, samt näringsidkaren gett en bekräftelse på avtalet enligt 4 § eller en kopia av avtalet eller en bekräftelse på avtalet enligt 5 § andra stycket,*

12. avser kulturevenemang, idrottsevenemang eller någon annan liknande fritidsaktivitet, servering, catering eller någon annan liknande tjänst, inkvartering, varutransport eller biluthyrning, om näringsidkaren ska tillhandahålla tjänsten på en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod, eller

13. avser en brådskande reparations- eller underhållsåtgärd vid ett besök i konsumentens bostad, om besöket äger rum på konsumentens initiativ och uttryckliga begäran och reparations- eller underhållsåtgärden omfattas av konsumentens begäran eller har ett direkt samband med denna.

14. avser en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.

12 §¹⁴

Vid avtal om överlåtelse eller upplåtelse av en vara börjar ångerfristen löpa den dag då konsumenten får varan i sin besittning. Vid avtal om en tjänst börjar ångerfristen löpa den dag då avtalet ingås.

Om avtalet avser flera varor eller en vara som består av flera delar, börjar ångerfristen löpa den dag då konsumenten får den sista varan respektive den sista delen av varan i sin besittning. I fråga om regelbunden leverans av varor under en viss tid börjar ångerfristen dock löpa när konsumenten får varorna från den första leveransen i sin besittning.

¹⁴ Senaste lydelse 2014:14.

I fråga om avtal om leverans av vatten, gas eller el, när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, och i fråga om avtal om leverans av fjärrvärme, börjar ångerfristen löpa den dag då avtalet ingås. Detsamma gäller i fråga om avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium.

Ångerfristen enligt första-tredje styckena börjar aldrig löpa förrän konsumenten har fått information om ångerrätten enligt 2 § första stycket 9 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket. Rätten att ångra sig upphör dock senast ett år efter det att ångerfristen skulle ha löpt ut om information hade getts på föreskrivet sätt.

Ångerfristen enligt första-tredje styckena börjar aldrig löpa förrän konsumenten har fått information om ångerrätten enligt 2 § första stycket 10 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket. Rätten att ångra sig upphör dock senast ett år efter det att ångerfristen skulle ha löpt ut om information hade getts på föreskrivet sätt.

13 §¹⁵

Om konsumenten utövar sin ångerrätt, ska konsumenten utan onödigt dröjsmål och senast inom 14 dagar på egen bekostnad lämna eller sända tillbaka varan till näringsidkaren. Om näringsidkaren har gått med på att stå för kostnaden för återsändande av varan eller inte har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 10 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket, ska kostnaden bäras av näringsidkaren.

Om konsumenten utövar sin ångerrätt, ska konsumenten utan onödigt dröjsmål och senast inom 14 dagar på egen bekostnad lämna eller sända tillbaka varan till näringsidkaren. Om näringsidkaren har gått med på att stå för kostnaden för återsändande av varan eller inte har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 11 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket, ska kostnaden bäras av näringsidkaren.

Första stycket gäller inte, om näringsidkaren har erbjudit sig att hämta varan eller, vid avtal utanför affärslokaler, varan levererats till konsumentens bostad när avtalet ingicks och inte lämpligen kan återsändas med post. I sådana fall ska näringsidkaren på egen bekostnad hämta varan.

¹⁵ Senaste lydelse 2014:14.

13 a §

Om konsumenten utövar sin ångerrätt avseende ett avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll eller en digital tjänst, ska konsumenten avstå från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att göra detta tillgängligt för annan.

14 a §

I fråga om näringsidkarens skyldigheter avseende konsumentens personuppgifter gäller Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

14 b §

Om konsumenten utövar sin ångerrätt avseende ett avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll eller en digital tjänst, får näringsidkaren inte använda sådant annat innehåll än personuppgifter som har tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid dennes användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten.

Sådan användning får dock förekomma om innehållet

1. inte har något annat användningsområde än det som tillhandahålls av näringsidkaren,

2. endast rör konsumentens verksamhet vid dennes användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahålls av näringsidkaren,

3. har aggregerats med andra uppgifter av näringsidkaren och det inte är möjligt eller endast med oproportionella ansträngningar går att dela upp innehållet, eller

4. har genererats gemensamt med andra och innehållet kan användas av andra konsumenter.

På konsumentens begäran ska näringsidkaren tillgängliggöra sådant innehåll som avses i första stycket för konsumenten, utom i de fall som sägs i andra stycket 1–3. Innehållet ska tillgängliggöras utan kostnad inom skälig tid och i ett allmänt använt maskinläsbart format.

14 c §

Om konsumenten ångrar avtalet får näringsidkaren, utom i fall som avses i 14 b § tredje stycket, hindra konsumentens framtida användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten.

15 §¹⁶

Om konsumenten utövar sin ångerrätt, ska konsumenten ersätta näringsidkaren för

1. förhöjda leveranskostnader på grund av konsumentens val av leveransmetod,

2. en varas värdeminskning i den mån den beror på att konsumenten hanterat varan i större omfattning än som varit nödvändigt för att fastställa dess egenskaper eller funktion, under förutsättning att näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 9 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket,

3. en proportionell andel av det avtalade priset, i den mån priset är skäligt, för en tjänst som delvis utförts innan konsumenten utövade ångerrätten, under förutsättning att konsumenten uttryckligen, och i fråga om avtal utanför affärslokaler i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form, har begärt att tjänsten skulle börja utföras under ångerfristen, och näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 9 och 11 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket, och

4. en proportionell andel av det avtalade priset, i den mån priset är skäligt, för vatten, gas eller el, när försäljningen inte skett i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller fjärrvärme,

2. en varas värdeminskning i den mån den beror på att konsumenten hanterat varan i större omfattning än som varit nödvändigt för att fastställa dess egenskaper eller funktion, under förutsättning att näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 10 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket,

3. en proportionell andel av det avtalade priset, i den mån priset är skäligt, för en tjänst som delvis utförts innan konsumenten utövade ångerrätten, under förutsättning att konsumenten uttryckligen, och i fråga om avtal utanför affärslokaler i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form, har begärt att tjänsten skulle börja utföras under ångerfristen, och näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 10 och 12 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket, och

4. en proportionell andel av det avtalade priset, i den mån priset är skäligt, för vatten, gas eller el, när försäljningen inte skett i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller fjärrvärme,

¹⁶ Senaste lydelse 2020:169.

där leveransen påbörjats innan konsumenten utövade ångerrätten, allt under förutsättning att konsumenten uttryckligen, och i fråga om avtal utanför affärslokaler i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form, har begärt att leverans skulle påbörjas under ångerfristen, och näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 9 och 11 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket.

där leveransen påbörjats innan konsumenten utövade ångerrätten, allt under förutsättning att konsumenten uttryckligen, och i fråga om avtal utanför affärslokaler i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form, har begärt att leverans skulle påbörjas under ångerfristen, och näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 10 och 12 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket.

3 kap. 6 §¹⁷

Om näringsidkaren inte ger information i enlighet med 3–5 §§ ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas, *med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift*. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

Om näringsidkaren inte ger information i enlighet med 3–5 §§, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

-
1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
 2. Äldre bestämmelser gäller för avtal som har ingåtts före ikraftträdandet.

¹⁷ Senaste lydelse 2008:508.

1.4 Förslag till lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486)

Härigenom föreskrivs¹⁸ i fråga om marknadsföringslagen (2008:1846) dels att 3, 12, 22 a, 29 och 30–32 §§ ska ha följande lydelse, dels att det ska införas fyra nya paragrafer, 12 a, 12 b, 12 c och 14 a §§, och närmast före 12 b, 12 c och 14 a §§ nya rubriker av följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

3 §

I denna lag avses med

affärsbeslut: ett beslut som fattas av en konsument eller en näringsidkare om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt ska köpas, om hela eller delar av köpesumman ska betalas, om produkten ska behållas eller överlätas, eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten ska utnyttjas, oavsett om konsumenten eller näringsidkaren beslutar att handla eller att avstå från att handla,

elektronisk post: ett adresserat eller på något annat sätt individualiserat elektroniskt meddelande i form av text, röst, ljud eller bild som sänds via ett allmänt kommunikationsnät och som kan lagras i nätet eller i mottagarens terminalutrustning tills mottagaren hämtar det,

god marknadsföringssed: god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter,

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

marknadsföring: reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av produkter till konsumenter eller näringsidkare,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

¹⁸ Jfr Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/2161/EU av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler.

produkter: varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter.

produkter: alla typer av varor och tjänster, även digitala tjänster, digitalt innehåll, fast egendom och rättigheter och skyldigheter,

digitalt innehåll: data som framställs och tillhandahålls i digital form,

digital tjänst: en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller av andra användare av den tjänsten,

varor med digitala delar: lösa saker som integrerar eller är sammankopplade med digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant sätt att frånvaron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna inte fungerar,

kompatibilitet: kapacitet att utan konvertering fungera med sådan hårdvara eller programvara som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

driftskompatibilitet: kapacitet att fungera med annan hårdvara eller programvara än sådan som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster.

marknadsplats online: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som

administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som ger konsumenter möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter,

rankning: den relativa position som en näringsidkare tilldelar produkter så som de presenteras, organiseras eller vidarebefordras, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran.

12 §

Marknadsföringen är vilseledande om näringsidkaren i en framställning erbjuder konsumenter en bestämd produkt med en prisangivelse utan att följande väsentliga information framgår:

1. produktens utmärkande egenskaper i den omfattning som är lämplig för mediet och produkten,
2. pris och jämförpris angivet på det sätt som framgår av 7–10 §§ prisinformationslagen (2004:347),
3. näringsidkarens identitet och geografiska adress,
4. villkor för betalning, leverans, fullgörande och hantering av reklamationer om dessa avviker från vad som är normalt för branschen eller produkten i fråga,
5. information om ångerrätt eller rätt att häva ett köp som ska lämnas till konsumenten enligt lag.

Marknadsföringen är också vilseledande om näringsidkaren i en framställning erbjuder konsumenter flera bestämda produkter med en uppgift om ett gemensamt pris, utan att erbjudandet innehåller väsentlig information enligt punkterna 1–5 i första stycket.

12 a §

I en sådan framställning som sägs i 12 § på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen

informera om huruvida den som erbjuder produkten är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

Rankning av produkter

12 b §

En näringsidkare som ger konsumenter möjlighet att söka digitalt efter produkter ska informera om de kriterier som främst bestämmer rankningen av produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Informationen ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgängligt från den plats där sökresultaten presenteras.

Informationen enligt första stycket ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

Första stycket gäller inte leverantörer av sökmotorer enligt artikel 2.6 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster.

Konsumentrecensioner

12 c §

En näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huru-

vida näringsidkaren säkerställer att recensionerna härrör från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i så fall på vilket sätt det görs. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

Identiska varor

14 a §

En näringsidkare får vid marknadsföring av en vara inte framställa den som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater i Europeiska unionen, om varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl.

22 a §¹⁹

Vid andra avtal än distansavtal och avtal utanför affärslokaler enligt 1 kap. 2 § lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska näringsidkaren innan avtalet ingås ge konsumenten klar och begriplig information om

1. sitt namn och telefonnummer samt sin gatuadress och e-postadress,
2. produktens huvudsakliga egenskaper i den omfattning som är lämplig med hänsyn till produkten och till hur informationen ges,
3. produktens pris, inbegripet skatter och avgifter, eller, om priset inte kan anges i förväg, hur priset beräknas,
4. kostnader för leverans eller porto och andra tillkommande kostnader,
5. villkoren för betalning samt för leverans eller fullgörande på något annat sätt och tidpunkt för leverans eller fullgörande,
6. den rätt som konsumenten har att reklamera enligt lag och hur reklamation kan göras,

¹⁹ Senaste lydelse 2020:170.

7. åtaganden från näringsidkaren eller tillverkaren om att, utöver vad som följer av lag, betala tillbaka det som betalats för produkten, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall produkten inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt,

8. den assistans och service som gäller efter försäljningen,

9. avtalets löptid,

10. villkoren för att säga upp avtalet, om det gäller tills vidare eller förnyas automatiskt, och

11. funktionen hos digitalt innehåll, inbegripet tekniska skyddsåtgärder, och, i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, *vilken maskin- och programvara som krävs för att använda det digitala innehållet.*

11. funktionen hos *en vara med digitala delar*, digitalt innehåll *eller en digital tjänst*, inbegripet tekniska skyddsåtgärder,

12. i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.

Informationsskyldigheten enligt första stycket gäller inte, om informationen framgår av sammanhanget. Informationsskyldigheten gäller inte heller i fråga om

Informationsskyldigheten enligt första stycket gäller inte, om informationen framgår av sammanhanget. Informationsskyldigheten gäller inte heller i fråga om

1. avtal som inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten eller, i fråga om avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium eller digitala tjänster, tillhandahållande av personuppgifter på det sätt som sägs i 2 kap. 1 § andra stycket lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler,

1. vardagliga avtal som fullgörs omedelbart,

2. andra avtal om fast egendom än sådana som avser uthyrning av fast egendom, eller

3. avtal som anges i 2 kap. 1 § *andra stycket* 1, 2 och 6–8 samt *fjärde stycket* och i 3 kap. lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler.

2. vardagliga avtal som fullgörs omedelbart,

3. andra avtal om fast egendom än sådana som avser uthyrning av fast egendom, eller

4. avtal som anges i 2 kap. 1 a § *första stycket* 1, 2 och 6–8 samt *andra stycket* och i 3 kap. lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler.

29 §²⁰

En näringsidkare får åläggas att betala en särskild avgift (marknadsstörningsavgift) om näringsidkaren, eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar, uppsåtligen eller av oaktsamhet har brutit mot

– 7 §,

– 8 § och någon av bestämmelserna i 9, 10, 12–17 §§,

– 18 §,

– 20 §, eller

– någon av bestämmelserna i bilaga I till direktiv 2005/29/EG.

Detsamma gäller om en näringsidkare uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot någon av bestämmelserna i

– 64 kap. 46 § socialförsäkringsbalken,

– 7 kap. 3 § alkohollagen (2010:1622),

– 8 kap. 7 § första stycket, 8, 9 eller 14 § första eller andra stycket, 9 a kap. 10 och 11 §§ eller 15 kap. 4 § radio- och tv-lagen (2010:696),

En näringsidkare får åläggas att betala en särskild avgift (marknadsstörningsavgift) om näringsidkaren, eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar, uppsåtligen eller av oaktsamhet har brutit mot *någon bestämmelse i denna lag eller i bilaga I till direktiv 2005/29/EG.*

²⁰ Senaste lydelse 2020:1035.

– 11 § lagen (1995:1571) om insättningsgaranti när det gäller ett erbjudande som inte är riktat bara till andra än konsumenter,

– 4 kap. 1 § 2 eller 3, 3 §, 4 § första stycket 2 eller 5 § 2 eller 3 lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter.

Vad som sägs i första och andra styckena gäller också en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet väsentligt har bidragit till överträdelsen.

Avgiften tillfaller staten.

En marknadsstörningsavgift får inte åläggas någon för en överträdelse av ett förbud eller en underlåtelse att följa ett åläggande som har meddelats vid vite enligt denna lag.

30 §

Det som sägs i första stycket gäller också en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet väsentligt har bidragit till överträdelsen.

Talan om påförande av marknadsstörningsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud eller ett åläggande som har förenats med vite enligt denna lag och talan om utdömande av vitet har väckts.

31 §²¹

Marknadsstörningsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio miljoner kronor.

Avgiften får inte överstiga tio procent av näringsidkarens årsomsättning.

Marknadsstörningsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio procent av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret.

²¹ Senaste lydelse 2016:793.

Årsomsättningen ska avse omsättningen närmast föregående räkenskapsår. Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas.

Riktas talan mot flera näringsidkare ska avgiften fastställas särskilt för var och en av dem.

Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas. Avgiften får i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.

32 §²²

När marknadsstörrningsavgiften fastställs ska *särskild* hänsyn tas till *hur allvarlig överträdelsen är och hur länge den har pågått.*

När marknadsstörrningsavgiften fastställs ska hänsyn tas till

1. *överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning,*

2. *åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument eller en annan näringsidkare har lidit,*

3. *tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till,*

4. *i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen,*

5. *i gränsöverskridande fall, sanktioner som har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater i Europeiska unionen, ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU)*

²² Senaste lydelse 2016:793.

*2017/2394 av den 12 december
2017 om samarbete mellan de
nationella myndigheter som har till-
synsansvar för konsumentskydds-
lagstiftningen och om upphävande
av förordning (EG) nr 2006/2004,
och*

*6. andra försvårande eller för-
mildrande omständigheter.*

Avgiften får efterges om det finns synnerliga skäl för det.

-
1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
 2. Äldre bestämmelser gäller för marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet.

1.5 Förslag till lag om ändring i socialförsäkringsbalken (2010:110)

Härigenom föreskrivs i fråga om socialförsäkringsbalken (2010:110) att 64 kap. 46 § ska ha följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

64 kap.

46 §²³

Marknadsföring eller försäljning av tjänster och produkter på premiepensionsområdet får inte ske via telefon.

Ett avtal som har ingåtts i strid med förbudet i första stycket är ogiltigt. Pensionsspararen är då inte skyldig att betala för några tjänster eller produkter.

Ett handlande som strider mot förbudet i första stycket ska vid tillämpning av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses som otillbörligt mot konsumenter. *Ett sådant handlande kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen.*

Ett handlande som strider mot förbudet i första stycket ska vid tillämpning av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses som otillbörligt mot konsumenter.

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

²³ Senaste lydelse 2018:772.

1.6 Förslag till lag om ändring i radio- och tv-lagen (2010:696)

Härigenom föreskrivs i fråga om radio- och tv-lagen (2010:696) att 17 kap. 9 § ska ha följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

17 kap.

9 §²⁴

En handling som strider mot 8 kap. 7 § första stycket, 8 och 9 §§, 14 § första och andra styckena, 9 a kap. 10 och 11 §§ och 15 kap. 4 § ska vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses vara otillbörlig marknadsföring mot konsumenter.

En sådan handling kan medföra en marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen.

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

²⁴ Senaste lydelse 2020:875.

1.7 Förslag till lag om ändring i alkohollagen (2010:1622)

Härigenom föreskrivs i fråga om radio- och tv-lagen (2010:696) att 7 kap. 8 § ska ha följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

7 kap.

8 §

Ett handlande som strider mot 1–6 §§ och 7 § första stycket eller föreskrifter som utformats med stöd av 7 § andra stycket ska vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses vara otillbörlig mot konsumenter och, i fall som avses i 2 §, även mot näringsidkare. *Ett handlande som strider mot 3 § kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen.*

Ett handlande som strider mot 1–6 §§ och 7 § första stycket eller föreskrifter som utformats med stöd av 7 § andra stycket ska vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses vara otillbörlig mot konsumenter och, i fall som avses i 2 §, även mot näringsidkare.

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

1.8 Förslag till lag om ändring i lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter

Härigenom föreskrivs i fråga om lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter att 7 kap. 8 § ska ha följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Föreslagen lydelse

7 kap. 8 §²⁵

Konsumentverket utövar tillsyn över att denna lag och anslutande föreskrifter följs när det gäller marknadsföring, i andra fall än som avses i 3 §, enligt 4 kap. 1–8 §§.

Vid Konsumentverkets tillsyn tillämpas bestämmelserna i marknadsföringslagen (2008:486).

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 3 kap. 3 eller 4 § eller 4 kap. 1–8 §§ ska, vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen, anses vara otillbörlig mot konsumenterna. *En marknadsföringsåtgärd som strider mot 4 kap. 1 § 2 eller 3, 3 §, 4 § första stycket 2 eller 5 § 2 eller 3 kan medföra marknadsstörringsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen.*

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 3 kap. 3 eller 4 § eller 4 kap. 1–8 §§ ska, vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen, anses vara otillbörlig mot konsumenterna.

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

²⁵ Senaste lydelse 2020:344.

1.9 Förslag till förordning om ändring av förordning (2014:19) om formulär vid distansavtal och avtal utanför affärslokaler

Regeringen föreskriver att 1 § förordningen (2014:19) om formulär vid distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska ha följande lydelse.

Nuvarande lydelse

Det formulär för utövande av ångerrätten som avses i 2 kap. 2 a § lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska hållas tillgängligt av Konsumentverket. Detsamma gäller det formulär som näringsidkaren har möjlighet att använda för att ge information om ångerrätten enligt 2 kap. 2 § första stycket 9–11 samma lag.

Formulären ska ha den utformning som framgår av bilaga I A och B till Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, med beaktande av det svenska genomförandet av direktivet.

Denna förordning träder i kraft den 28 maj 2022.

Föreslagen lydelse

1 §²⁶

Det formulär för utövande av ångerrätten som avses i 2 kap. 2 a § lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska hållas tillgängligt av Konsumentverket. Detsamma gäller det formulär som näringsidkaren har möjlighet att använda för att ge information om ångerrätten enligt 2 kap. 2 § första stycket 10–12 samma lag.

²⁶ Senaste lydelse (2020:171).

2 Utredningens uppdrag och arbete

2.1 Utredningens uppdrag

I november 2019 beslutades direktiv (EU) 2019/2161 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler. Det nya direktivet reviderar de befintliga EU-direktiven om oskäliga avtalsvillkor, otillbörliga affärsmetoder, prisinformation och konsumenträttigheter, som bland annat ligger till grund för lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, marknadsföringslagen (2008:486), prisinformationslagen (2004:347) och lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler.

Utredningen har haft i uppdrag att ta ställning till hur direktivet ska genomföras i Sverige. I uppdraget har ingått att analysera hur svensk rätt förhåller sig till direktivet och föreslå nödvändiga författningsändringar och andra åtgärder. Enligt direktiven har det ankommit på utredningen att bedöma om det utrymme som lämnas till medlemsstaterna att utforma regelverket på ett sätt som innebär ett mer långtgående konsumentskydd eller att välja olika alternativa regleringar, bör utnyttjas och i sådant fall på vilket sätt. Vidare har det legat i utredningens uppdrag att redovisa för- och nackdelar med de olika alternativ som finns för att genomföra direktivet.

Förslagen ska så långt som det bedöms möjligt och lämpligt utformas i anslutning till den systematik och terminologi som används i svensk rätt. Bestämmelserna och begreppen i direktivet ska förklaras och tydliggöras samtidigt som den EU-gemensamma uppfattningen om direktivets innebörd beaktas.

Kommittédirektivet återges i sin helhet i *bilaga 1*.

2.2 Utredningens arbete

Utredningen påbörjade sitt arbete i februari 2020 och höll sitt första sammanträde med experter i april 2020. Sammanlagt har utredningen hittills haft åtta sammanträden, varav de flesta på grund av pågående pandemi skett i digital form. Utredningens arbete har också förts framåt med hjälp av underhandskontakter som utredaren och sekreteraren har haft med utredningens sakkunniga och experter.

Utredningen har följt genomförandet av EU-direktivet i de berörda nordiska länderna och i flera andra EU-länder, däribland Tyskland och Nederländerna. Sekreteraren har också deltagit vid två möten som kommissionen anordnat om genomförandet av direktivet samt vid en workshop som kommissionen anordnat där globala och europeiska online-plattformar bjudits in för att diskutera bl.a. konsumentrecensioner och rankning av sökresultat.

Utredningen har hållit sig informerad om det pågående genomförandet av direktivet (EU) 2019/770 om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster respektive varudirektivet (EU) 2019/771.

Vidare har utredningen inhämtat uppgifter från bl.a. Konsumentverket, Allmänna reklamationsnämnden, Patent- och marknadsdomstolen, Direct Selling Sweden (DSS) och Livsmedelsföretagen.

3 Ändringsdirektivet och dess genomförande

3.1 Ändringsdirektivets syfte och innehåll

Den 27 november 2019 antogs Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler (ändringsdirektivet). Direktivet ska vara genomfört i nationell rätt senast den 28 november 2021. Den svenska versionen finns i *bilaga 2* till betänkandet.

Bakgrunden till direktivet är en översyn av det konsumenträttsliga regelverket som kommissionen genomförde 2016–2017. I samband med översynen konstaterades att ändamålsenligheten i unionens konsumentskyddslagstiftning äventyrades av en bristande medvetenhet hos både näringsidkare och konsumenterna om konsumenters rättigheter och att möjligheter till kompensation skulle kunna utnyttjas oftare. Enligt kommissionen fanns det även brister i nationell rätt när det gäller verkligt effektiva och proportionella sanktioner för att avskräcka från och påföra sanktioner för överträdelser inom unionen. Därtill identifierades ett antal områden där de gällande konsumentskyddsreglerna inom unionen behövde moderniseras och anpassas till följd av den kontinuerliga digitaliseringen av konsumentmarknaden. Syftet med ändringsdirektivet är att åtgärda dessa brister och att modernisera och anpassa det konsumenträttsliga regelverket inom EU till den ökade digitaliseringen.

Ändringsdirektivet innehåller nio artiklar. Artiklarna 1–4 innehåller ändringar av de fyra direktiv som nämns i ändringsdirektivets titel. I artiklarna 5–9 finns vissa slutbestämmelser om kommissionens rapportering, införlivande och ikraftträdande. Artiklarna 1–4 innebär en viss harmonisering av de sanktioner som kan aktualiseras

vid överträdelser av de fyra direktivens konsumentskyddsregler. Medlemsstaterna ska bl.a. säkerställa att det finns en möjlighet att påföra sanktionsavgifter vid s.k. samordnade insatser inom EU vid överträdelser av regler som genomför direktiv 93/13/EEG, direktiv 2005/29/EG och direktiv 2011/83/EU. I samtliga fyra direktiv harmoniseras dessutom i viss utsträckning kriterier för hur allvaret i en överträdelse ska bedömas.

Ändringsdirektivet innehåller även andra ändringar av direktiv 98/6/EG, direktiv 2005/29/EG och direktiv 2011/83/EU. Bland annat ställs det krav på näringsidkare att informera om vilka kriterier som ligger till grund för ranking av sökresultat på webbplatser m.m. Näringsidkare som tillhandahåller s.k. marknadsplatser online ska även ge viss annan information till konsumenter. Det rör sig bland annat om information om huruvida den som erbjuder en produkt på marknadsplatsen är näringsidkare eller inte. Näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huruvida det säkerställs att recensionerna härrör från konsumenter som verkligen har använt eller köpt produkterna och i så fall på vilket sätt det görs. Vidare innebär ändringarna krav på reklammarkering av betalda sökresultat och förbud mot automatiserade köp av biljetter till evenemang inom ramen för en andrahandsförsäljning. Ändringsdirektivet innebär även vissa anpassningar till reglerna i direktiv (EU) 2019/771 (varudirektivet)¹ och direktiv (EU) 2019/770 (direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster)². I direktiv 2005/29/EG införs dessutom ett krav på att medlemsstaterna ska se till att civilrättsliga påföljder i vissa fall kan aktualiseras vid överträdelser av direktivets regler.

Ändringsdirektivet lämnar i viss utsträckning utrymme åt medlemsstaterna att utforma regelverket på ett sätt som innebär ett mer långtgående konsumentskydd eller att välja olika alternativa regleringar. Detta gäller bl.a. regler om prissänkningar, hemförsäljning och informationskrav på marknadsplatser online.

¹ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, om ändring av förordning (EU) 2017/2394 och direktiv 2009/22/EG samt om upphävande av direktiv 1999/44/EG.

² Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster.

3.2 De fyra direktiven som revideras

3.2.1 Direktiv 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal

Den 5 april 1993 antogs inom EU direktiv 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal (avtalsvillkorsdirektivet)³. Det syftar till att skydda konsumenter från oskäliga avtalsvillkor och att harmonisera medlemsstaternas lagstiftning i fråga om oskäliga villkor i avtal som sluts mellan en näringsidkare och en konsument. Den svenska versionen finns i *bilaga 3* till betänkandet.

Direktivet innehåller bestämmelser om i vilka fall ett avtalsvillkor ska anses vara oskäligt samt vilka omständigheter som ska beaktas vid bedömningen av om ett avtalsvillkor är oskäligt (artiklarna 3 och 4). I en bilaga till direktivet finns en vägledande, inte uttömmande lista på villkor som kan anses oskäliga.

Direktivet är ett s.k. minimiharmoniseringsdirektiv vilket innebär att medlemsstaterna, inom det område som omfattas av direktivet, får anta eller behålla bestämmelser som innebär ett starkare skydd för konsumenterna, förutsatt att dessa bestämmelser är förenliga med EU-rätten.

Direktivet har genomförts i svensk rätt genom lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, (AVLK). En översiktlig beskrivning av lagen finns i avsnitt 4.4.

Avtalsvillkorsdirektivet ändrades i vissa avseenden genom antagandet av direktivet (2011/83/EU) om konsumenträttigheter.

3.2.2 Direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna

Den 16 februari 1998 antogs inom EU direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna (prisinformationsdirektivet).⁴ Den svenska versionen av direktivet finns i *bilaga 4* till betänkandet.

³ Rådets direktiv 93/13/EEG av den 5 april 1993 om oskäliga villkor i konsumentavtal.

⁴ Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna.

Direktivet föreskriver att försäljningspris och jämförpris ska anges på alla varor som konsumenterna erbjuds av näringsidkare och syftar till att förbättra informationen till konsumenterna och underlätta prisjämförelser.

Direktivet är ett minimiharmoniseringsdirektiv vilket, som redogjorts för ovan, innebär att medlemsstaterna får anta eller behålla bestämmelser som är mer gynnsamma för konsumenterna.

Direktivet har genomförts genom bestämmelser i prisinformationslagen (2004:347), PIL. En översiktlig beskrivning av lagen finns i avsnitt 4.5.

3.2.3 Direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder

Den 11 maj 2005 antogs inom EU det s.k. direktivet om otillbörliga affärsmetoder⁵. Det syftar till att bidra till att den inre marknaden fungerar korrekt och att säkerställa en hög konsumentskyddsnivå genom att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar avseende otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumenternas ekonomiska intressen. Den svenska versionen av direktivet finns i *bilaga 5* till betänkandet.

Direktivet gäller otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna före, under och efter en affärstransaktion som gäller en produkt (artikel 3). Endast affärsmetoder som direkt påverkar konsumentkollektivets ekonomiska intressen omfattas (artiklarna 5.2 och 5.3). Direktivet är inte tillämpligt på affärsmetoder i förhållandet mellan näringsidkare eller som endast skadar konkurrenters ekonomiska intressen.

I direktivet finns en generalklausul som innehåller ett generellt förbud mot otillbörliga affärsmetoder (artikel 5). Enligt bestämmelsen ska en affärsmetod vara otillbörlig om den strider mot god yrkes sed och innebär eller sannolikt kommer att innebära en avsevärd snedvridning av det ekonomiska beteendet i förhållande till produkten hos den genomsnittskonsument som affärsmetoden riktar sig till eller som nås av metoden, eller den genomsnittliga gruppmedlemmen om affärsmetoden riktar sig till en viss konsumentgrupp. Direktivet

⁵ Europaparlamentets och rådets direktiv om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004.

innehåller även bestämmelser om vilseledande och aggressiva affärsmetoder (artiklarna 6, 7, 8 och 9) samt slutbestämmelser, däribland artikel 13 som reglerar sanktioner.

I bilaga 1 till direktivet finns den s.k. svarta listan, en lista med affärsmetoder som under alla omständigheter är otillbörliga. I dessa fall krävs inte någon bedömning av om genomsnittskonsumenten har påverkats av marknadsföringen utan affärsmetoderna är under alla förhållanden otillbörliga.

Direktivet är ett s.k. fullharmoniseringsdirektiv. Detta innebär en fullständig harmonisering av de frågor som omfattas av direktivet inom det s.k. samordnade området och att medlemsstaterna är förhindrade att införa eller behålla bestämmelser som avviker från vad som föreskrivs i direktivet. Direktivet ger dock medlemsstaterna viss frihet när det gäller utformningen av tillsyns- och sanktionssystem.

Direktivet har genomförts i svensk rätt genom marknadsföringslagen (2008:486), MFL. En översiktlig beskrivning av lagen finns i avsnitt 4.2.

3.2.4 Direktiv 2011/83/EU om konsumenträttigheter

Den 25 oktober 2011 antogs inom EU det s.k. konsumenträttighetsdirektivet.⁶ Det ersatte två äldre direktiv om konsumentskydd vid hemförsäljning respektive distansavtal. Syftet är att åstadkomma ett konsumentskydd på hög nivå och därigenom bidra till att den inre marknaden fungerar väl genom att tillnärma visa aspekter av medlemsstaternas författningar avseende avtal som ingåtts mellan konsumenter och näringsidkare. Den svenska versionen av direktivet finns i *bilaga 6* till betänkandet.

Direktivets tillämpningsområde är brett. Den övervägande delen av bestämmelserna är tillämpliga på distansavtal och avtal utanför affärslokaler. I direktivet finns bestämmelser om näringsidkarens informationsskyldighet och om konsumentens ångerrätt. Det finns även bestämmelser om information som näringsidkare ska ge konsumenter i samband med andra avtal än distansavtal eller avtal utanför

⁶ Europaparlamentets och rådets direktiv av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG.

affärslokaler och om andra konsumenträttigheter. Direktivet är ett fullharmoniseringsdirektiv.

Direktivet har genomförts genom bestämmelser i flera lagar, framför allt lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (DAL), men även konsumentköplagen, marknadsföringslagen, konsumentkreditlagen (2010:1846), lagen (1991:351) om handelsagentur och lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden.

En översiktlig beskrivning av DAL finns i avsnitt 4.3.

3.3 Genomförande av ändringsdirektivet

Ett EU-direktiv är bindande för medlemsstaterna när det gäller det resultat som ska uppnås, men överlåter åt medlemsstaterna att bestämma form och tillvägagångssätt för genomförandet (artikel 288 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt). Det innebär att en medlemsstat vid genomförandet av direktivet inte behöver använda sig av samma terminologi och systematik som direktivet. Genomförandet måste dock innebära att det avsedda resultatet uppnås. Såväl direktiv 2005/29/EG som direktiv 2011/83/EU syftar till en fullständig harmonisering av konsumenters skydd inom hela EU. Som utgångspunkt vid genomförande av bestämmelser i dessa direktiv gäller därför att medlemsstaterna endast får bestämma ett skydd för konsumenterna som är i nivå med vad som anges i direktiven, såvida direktiven inte föreskriver annat.

Det svenska genomförandet bör ske på sådant sätt att direktivens konsumentskydd säkert är uppfyllt. Samtidigt är det viktigt att avgöra i vad mån nya regler också ska gälla för marknadsföring och avtal som faller utanför direktivets tillämpningsområde, t.ex. på sådana ageranden som inte har någon gränsöverskridande dimension. I de fall medlemsstaterna har getts utrymme att utforma regelverket på ett sätt som innebär ett mer långtgående konsumentskydd eller att välja olika alternativa regleringar finns det anledning att överväga om denna möjlighet bör utnyttjas och i sådant fall på vilket sätt.

Genomförande av ändringsdirektivet kommer för svensk del att innebära ändringar i MFL, AVLK, PIL och DAL. I avsnitt 4 redogörs för den gällande regleringen på konsumentskyddsområdet i Sverige, både allmänt och särskilt beträffande dessa lagar. I avsnitt 5 behandlas de ändringar i reglerna om otillbörlig marknadsföring som

föreslås till följd av ändringsdirektivet. Avsnitt 6 behandlar information om prissänkningar och i avsnitt 7 redogör utredningen för de ändringar som föreslås i fråga om distansavtal och avtal utanför affärslokaler. Avsnitt 8 rör bestämmelser om information vid konsumentavtal som ingås i näringsidkarens affärslokal. Avsnitt 9 innehåller förslag om utökade möjligheter att besluta om marknadsstörningsavgift samt därtill sammanhängande frågor om avgiftens storlek m.m. Avsnitt 10 behandlar möjligheten att besluta om sanktionsavgift enligt AVLK.

4 Gällande rätt

4.1 Inledning

Det finns i svensk rätt inget sammanhållet regelverk på konsument-skyddsområdet. Inom civilrätten finns lagstiftning som tar sikte på att skydda den enskilda konsumenten vid köp av varor och tjänster. Marknadsrättsliga regler på konsumentområdet ska i stället skydda konsumentkollektivet som sådant. Flera lagar innehåller bestämmelser av såväl marknadsrättslig som civilrättslig karaktär.

I detta kapitel redogörs översiktligt för de konsumentskyddande lagar som är av intresse när det gäller utredningens uppdrag. Det handlar om marknadsföringslagen (avsnitt 4.2), lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (avsnitt 4.3), lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden (avsnitt 4.4) och prisinformationslagen (avsnitt 4.5). I avsnitt 4.6 beskrivs den s.k. konsumentskyddsförordningen, som även den berörs av utredningens uppdrag.

4.2 Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen (2008:486) – i fortsättningen förkortad MFL – innehåller den grundläggande regleringen om reklam och annan marknadsföring. Syftet är att motverka näringsidkares otillbörliga marknadsföring mot konsumenter och andra näringsidkare. Lagen genomför EU-direktivet om otillbörliga affärsmetoder (direktiv 2005/29/EG).¹

Lagen är tillämplig vid marknadsföring. Med detta begrepp avses reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans

¹ Prop. 2007/08:115.

av produkter till konsumenter eller näringsidkare (3 § MFL). MFL tar enbart sikte på kommersiell marknadsföring och reglerar därför inte politisk propaganda, samhällsinformation, religiös förkunnelse eller annan verksamhet där någon i tal eller skrift vill bidra till opinionsbildning eller nyhetsförmedling.

Enligt den s.k. generalklausulen ska marknadsföring stämma överens med god marknadsföringssed (5 §). Marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (6 §). Därutöver finns regler som förbjuder bl.a. aggressiv marknadsföring (7 §) och vilseledande marknadsföring (8–17 §§). Bestämmelserna om vilseledande är uppdelade i förbud mot vilseledande handlingar respektive underlåtenhet. I en bilaga till direktiv 2005/29/EG finns en lista på vilseledande och aggressiva affärsmetoder som alltid är otillbörliga (den s.k. svarta listan). Bilagan med den svarta listan gäller som svensk lag.

De flesta av MFL:s bestämmelser kan sorteras in under någon av de fyra kategorier av bestämmelser som direktiv 2005/29/EG är uppbyggt av, nämligen marknadsföring som inte stämmer överens med god marknadsföringssed, aggressiv marknadsföring, vilseledande marknadsföring och den svarta listan. Det finns dock även andra former av otillåten marknadsföring i MFL som inte kan sorteras in under dessa. Här kan t.ex. nämnas bestämmelsen om jämförande reklam (18 § MFL) som gäller mellan näringsidkare, och bestämmelserna om obeställd reklam (19–21 §§ MFL).

För att en marknadsföringsåtgärd som strider mot 5, 7 eller 9–17 §§ MFL ska anses vara otillbörlig krävs att den har en viss faktisk eller sannolik påverkan på mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut i enlighet med det s.k. transaktionstestet (6 §, 7 § tredje stycket och 8 § första stycket). De affärsmetoder som finns upptagna i den svarta listan ska under alla omständigheter anses som otillbörliga och de förutsätter alltså inte att något transaktionstest görs (7 § fjärde stycket och 8 § andra stycket).

Vid överträdelser av bestämmelserna kan påföljden för näringsidkaren bli förbud att fortsätta med viss marknadsföring (23 §) och åläggande att lämna information (24 §). Dessa påföljder ska normalt förenas med vite (26 §). Näringsidkaren kan också påföras marknadsstörningsavgift (29–36 §§) och förpliktas att utge skadestånd

(37 §). Sådana påföljder kan även drabba personer som handlar på näringsidkarens vägnar.

Bestämmelserna om sanktioner i MFL har i allt väsentligt varit oförändrade sedan 1995 års marknadsföringslag, som till viss del byggde på tidigare marknadsföringslagar från 1970-talet.² Patent- och marknadsdomstolen är den domstol som prövar mål om förbud, åläggande, marknadsstörningsavgift, skadestånd och utdömande av vite (46 a §). En talan om förbud eller åläggande får väckas av Konsumentombudsmannen (KO), en näringsidkare som berörs av marknadsföringen, eller en sammanslutning av konsumenter, näringsidkare eller löntagare (47 §). En talan om marknadsstörningsavgift väcks enligt 48 § av KO. Om KO i ett visst fall beslutar att inte föra talan om marknadsstörningsavgift, får en enskild näringsidkare som berörs av marknadsföringen eller en sammanslutning av näringsidkare väcka en sådan talan. En talan om utdömande av vite får väckas av den som har begärt vitesföreläggandet och av KO (49 §). KO har rätt att meddela föreläggande om förbud och åläggande i fall som inte är av större vikt (28 §).

4.3 Lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

Lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler – i fortsättningen förkortad DAL – är en konsumentskyddande lag med bestämmelser om avtal som ingås i vissa sammanhang där behovet av konsumentskydd har ansetts särskilt stort. Lagen har ändrats i flera omgångar. År 2014 gjordes relativt omfattande ändringar i syfte att genomföra direktiv 2011/83/EU.³ Sedan september 2018 gäller nya bestämmelser om ingående av avtal vid telefonförsäljning.⁴ Med anledning av vissa synpunkter från kommissionen när det gäller det svenska genomförandet av direktivet har därefter ytterligare ändringar gjorts i lagen. Ändringarna trädde i kraft den 1 maj 2020.⁵

I lagen finns bestämmelser om ingående av två typer av avtal; *distansavtal* och *avtal utanför affärslokaler*. Distansavtal är avtal som ingås med hjälp av ett s.k. medel för distanskommunikation – t.ex.

² SFS 1975:1418 och SFS 1970:412.

³ Prop. 2013/14:15.

⁴ Prop. 2017/18:129.

⁵ Prop. 2019/20:63.

telefon eller internet – inom ramen för ett organiserat system för att träffa avtal på distans.

Begreppet avtal utanför affärslokaler tar sikte på tre typfall där konsumenten har ansetts vara i särskilt behov av skydd. Det första fallet – som är grundregeln – gäller avtal som ingås eller anbud som lämnas av konsumenten när konsumenten och näringsidkaren samtidigt är närvarande på en annan plats än i näringsidkarens affärslokal, t.ex. i konsumentens bostad eller på en offentlig plats. Det andra fallet gäller avtal som ingås i näringsidkarens affärslokaler eller genom distanskommunikation, men där konsumenten omedelbart dessförinnan blivit kontaktad av näringsidkaren utanför affärslokalen. Det tredje fallet avser avtal som ingås under en utflykt organiserad av näringsidkaren.

Lagen är med några få undantag tvingande till förmån för konsumenten, vilket innebär att bestämmelserna inte kan avtalas bort om det skulle innebära en nackdel för konsumenten.

Lagen är indelad i tre kapitel. I kapitel 1 finns vissa definitioner och inledande bestämmelser. I kapitel 2 regleras avtal varigenom en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument. För avtal om finansiella tjänster och finansiella instrument finns särskilda bestämmelser i kapitel 3.

Konsumentskyddet i lagen har två centrala delar. För det första har näringsidkaren en särskilt omfattande skyldighet att ge information till konsumenten innan och efter ett avtal ingås. Informationskyldigheten är huvudsakligen marknadsrättsligt sanktionerad genom hänvisning till MFL:s bestämmelser. Hänvisningen innebär att MFL:s påföljder tillämpas, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

För det andra har konsumenten en särskild rätt att frånträda avtalet inom viss tid – en ångerrätt. Reglerna om konsumentens ångerrätt är av civilrättslig karaktär. I lagen finns bestämmelser om i vilka situationer konsumenten har en ångerrätt, hur den utövas, ångerristen och rättsföljderna vid utövande av ångerrätten (2 kap. 10–16 §§ och 3 kap. 7–13 §§).

Sedan den 1 september 2018 gäller ett skriftlighetskrav för avtal som ingås vid telefonförsäljning. De nya bestämmelserna tar sikte på situationer där en näringsidkare på eget initiativ kontaktar en konsument per telefon i syfte att ingå ett distansavtal. Om ett avtal ska

ingås till följd av en sådan kontakt ska näringsidkaren bekräfta sitt anbud i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten. Ett avtal ingås genom att konsumenten efter telefonsamtalet skriftligen accepterar näringsidkarens anbud. Ett avtal som inte har ingåtts på detta sätt är ogiltigt och konsumenten är då inte skyldig att betala för några varor eller tjänster. Konsumenten ska informeras om detta i näringsidkarens bekräftelse av anbudet (2 kap. 3 a § och 3 kap. 4 §).

4.4 Lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

Lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden (1994:1512) – i fortsättningen förkortad AVLK – trädde i kraft den 1 januari 1995.⁶ Den ersatte lagen (1971:112) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden. AVLK genomför direktiv 93/13/EEG. Syftet med lagen är framför allt att skydda konsumenterna mot oskäligen bestämmelser i standardavtal. Lagen innehåller både marknadsrättsliga och civilrättsliga bestämmelser.

Lagen är tillämplig på villkor som näringsidkare använder vid erbjudande av en vara, tjänst eller annan nytting till en konsument (1 §). Enligt de marknadsrättsliga reglerna får Patent- och marknadsdomstolen förbjuda en näringsidkare att använda ett visst avtalsvillkor i framtiden (3 §). Förbud kan meddelas även andra som handlat på näringsidkarens vägnar. Ett förbud förutsätter dels att avtalsvillkoret med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt mot konsument, dels att ett sådant förbud är påkallat från allmän synpunkt eller att det annars ligger i konsumenternas eller konkurrenternas intresse. Förbud ska normalt förenas med vite. Sanktionsbestämmelserna i lagen och de därtill hörande processuella reglerna är i stort sett oförändrade i förhållande till 1971 års lag. En ansökan om förbud får göras av KO. Om KO beslutar att inte göra någon ansökan, får ansökan göras av en sammanslutning av näringsidkare, konsumenter eller löntagare (4 §). I fall som inte är av större vikt får en fråga om förbud prövas av KO och denne får bestämma att ett beslut om förbud ska gälla omedelbart (7 §). Talan om utdömande av vite förs vid Patent- och marknadsdomstolen av KO.

⁶ Prop. 1994/95:17.

Om vite har förelagts på talan av någon annan får talan om utdömande föras även av honom eller henne (9 §).

I artikel 3.3 i direktiv 93/13/EEG hänvisas till en vägledande, inte uttömmande, lista på villkor (direktivets villkorslista) som kan anses oskäligen. Villkoren i listan, som inte tagits in i AVLK, är enligt förarbetsuttalanden typiskt sett att anse som oskäligen i den mån de inte varit föremål för individuell förhandling.⁷

4.5 Prisinformationslagen

Prisinformationslagen (2004:347) – i fortsättningen förkortad PIL – genomför direktiv 98/6/EG och syftar till att främja god prisinformation till konsumenterna. Lagen innehåller bestämmelser om den prisinformation som en näringsidkare ska lämna när denne tillhandahåller produkter till konsumenterna (1 §). Produkt definieras som vara, tjänst och annan nytthet, dock inte fast egendom och arbetstillfällen. Som exempel på konsumentnyttigheter som omfattas av lagen kan nämnas telekommunikationstjänster och andra former av elektroniska kommunikationstjänster, elektrisk kraft, fjärrvärme, finansiella tjänster och nyttheter av alla slag som inlåningstjänster, försäkringar och värdepappersfonder.⁸

Prisinformation ska lämnas när en näringsidkare marknadsför bestämda produkter (6 §). Prisinformation för varor ska lämnas genom uppgift om varans pris och jämförpris. För andra produkter än varor ska prisinformation lämnas genom uppgift om produktens pris. Om priset för en produkt inte kan anges, ska näringsidkaren i stället lämna prisinformation genom att ange grunderna för hur priset bestäms (7 §).

I 10 § anges de grundläggande kraven på god prisinformation. Enligt bestämmelsen ska informationen vara korrekt och tydlig. Om det kan tillkomma avgifter och andra kostnader, ska detta anges särskilt. Vidare ska informationen lämnas skriftligen, om konsumenten inte kan få informationen på något annat likvärdigt sätt. Information ska lämnas på sådant sätt att det framgår klart för konsumenten vilken produkt som informationen avser.

⁷ A. prop. s. 94.

⁸ Prop. 2003/04:38 s. 26 och 28.

Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris (11 §). Med stöd av 4 § i förordningen (2009:607) med instruktion för Konsumentverket har Konsumentverket meddelat föreskrifter om prisinformation (KOVFS 2012:01).

Beträffande påföljder föreskrivs i 12 § PIL att om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag ska MFL tillämpas, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift. Sådan prisinformation ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

4.6 EU:s konsumentskyddsförordning

Av betydelse i sammanhanget är även Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004 (konsumentskyddsförordningen). Den började tillämpas den 17 januari 2020.

Syftet med förordningen är att utöva tillsyn över konsumentskyddslagstiftningen, att säkerställa att den inre marknaden fungerar smidigt och att förbättra skyddet av konsumenternas ekonomiska intressen. Enligt förordningen ska medlemsstaterna utse behöriga myndigheter som ska ansvara för tillsynen av de aktuella konsumentskyddande reglerna. En av dessa myndigheter ska även vara central kontaktpunkt. I förordningen fastställs de villkor enligt vilka myndigheterna ska samarbeta med varandra och med kommissionen för att säkerställa att konsumentskyddsreglerna efterlevs.

Förordningen är tillämplig på vissa överträdelser som har skadat, skadar eller sannolikt kommer att skada de kollektiva intressena för konsumenterna i en medlemsstat, när näringsidkaren har viss koppling till en annan medlemsstat (artikel 2). Överträdelser delas in i tre kategorier: *överträdelser inom unionen*, *utbredda överträdelser* och *utbredda överträdelser med en unionsdimension*. Begreppen definieras i artikel 3 i förordningen. Indelningen utgår bl.a. från hur många medlemsstater som berörs.

I förordningen finns bestämmelser som rör samordnade utrednings- och tillsynsmekanismer avseende de två kategorierna utbredda överträdelser och överträdelser med en unionsdimension. Vid skälig misstanke om en utbredd överträdelse ska de behöriga myndigheter som berörs av överträdelserna inleda en *samordnad insats* enligt artikel 21 i förordningen. Vid en sådan insats ska berörda myndigheter i olika EU-medlemsstater och kommissionen samarbeta och myndigheterna ska samordna sina utrednings- och tillsynsåtgärder. De behöriga myndigheter som berörs av den samordnade insatsen ska inom sin jurisdiktion vidta alla nödvändiga tillsynsåtgärder mot den näringsidkare som är ansvarig för överträdelserna för att se till att den upphör eller förbjuds (artikel 21.1). När det är lämpligt ska behöriga myndigheter förelägga den ansvariga näringsidkaren sanktioner, t.ex. böter eller viten. Insatser vid de allvarligaste överträdelserna (s.k. utbredda överträdelser med en unionsdimension) ska alltid samordnas av kommissionen.

5 Moderniserade bestämmelser om otillbörlig marknadsföring

5.1 Inledning

I samband med att ändringsdirektivet antogs identifierades ett antal områden där konsumentskyddet behöver moderniseras inom unionen. Det övergripande syftet är att anpassa lagstiftningen med anledning av den kontinuerliga utvecklingen och digitaliseringen av konsumentmarknaden. Som har redogjorts för i avsnitt 3.2.3 är ett av direktiven som har ändrats direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder. Direktivet har kompletterats med nya bestämmelser huvudsakligen rörande vilseledande marknadsföring.

Direktivet har i Sverige genomförts genom marknadsföringslagen (2008:486), MFL. Utredningen behandlar i detta kapitel behovet av ändringar i MFL i syfte att genomföra ändringarna i direktivet. Det gäller bl.a. näringsidkares skyldighet att ge information om köperbjudanden på s.k. marknadsplatser online, rankning av produkter och konsumentrecensioner. Vidare berörs frågor om marknadsföring av varor som identiska med varor som marknadsförs i andra medlemsstater inom EU, nya bestämmelser i den s.k. svarta listan och möjligheten till kompensation för konsumenterna. Dessutom behandlas behovet av begränsningar när det gäller försäljning i en konsumentens bostad och under utflykter.

Även vissa ändringar i direktiv 2011/83/EU (konsumenträttighetsdirektivet) aktualiserar ändringar i MFL. Det gäller näringsidkarens skyldighet att informera om digitalt innehåll och digitala tjänster innan ett konsumentavtal ingås. Den frågan behandlas i avsnitt 8.

I direktiv 2005/29/EG har även införts nya bestämmelser om sanktioner och sanktionsavgifter. Dessa aktualiserar vissa ändringar i bestämmelserna om marknadsstörningsavgift i MFL. Utredningen återkommer till detta i avsnitt 9.

5.2 Definitionen av vissa begrepp i MFL

Utredningens förslag: Definitionen av produkter i 3 § MFL ändras så att den överensstämmer med motsvarande definition i direktiv 2005/29/EG. I paragrafen införs nya definitioner av begreppen marknadsplats online och rankning.

5.2.1 Begreppet produkt

En definition av begreppet produkt har funnits i direktiv 2005/29/EG i sin ursprungliga lydelse (artikel 2 c). Det har definierats som ”alla typer av varor och tjänster, även fast egendom, rättigheter och skyldigheter”.

Genom ändringsdirektivet har ett tillägg gjorts i definitionen så att digitala tjänster och digitalt innehåll nu uttryckligen nämns. Nu definieras produkt som ”alla typer av varor och tjänster, även fast egendom, digitala tjänster och digitalt innehåll samt rättigheter och skyldigheter”.

Bakgrunden är att digitala tjänster och digitalt innehåll har fått en allt större betydelse i konsumenträttsliga sammanhang. I syfte att stärka den inre marknaden och att möta utvecklingen har ett nytt EU-direktiv antagits om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster, (EU) 2019/770¹ (direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster). I artikel 2.1 och 2.2 i direktivet finns definitioner av begreppen digitala tjänster och digitalt innehåll (se närmare om detta i avsnitt 7.3).

Definitionen av begreppet produkt i MFL överensstämmer inte med definitionen i direktiv 2005/29/EG. Enligt 3 § MFL definieras produkt som ”varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter”. Denna definition fanns även i den tidigare marknadsföringslagen från 1995. Redan vid genomförandet av direktiv 2005/29/EG konstaterades att definitionen av produkt inte helt överensstämde med definitionen i direktivet. Den bedömdes dock ha samma heltäckande innebörd och fördes därför över oförändrad till MFL. Av tidigare förarbeten framgår att uttrycket nyttighet innefattar såväl varor som tjänster, fast egendom, arbetstillfällen,

¹ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster (EUT L 136, 22.5.2019, s. 1).

elektrisk kraft, aktier, värdepapper, krediter och rättigheter av olika slag (se prop. 1994/95:123 s. 164 och prop. 1975/76:34 s. 124 f.).

Utredningen konstaterar att den gällande definitionen av produkter i MFL är avsedd att vara heltäckande och att den i och för sig måste anses omfatta även digitala tjänster och digitalt innehåll. Även om digitalt innehåll som levereras på annat sätt än på ett fysiskt medium knappast kan betraktas som en vara (lösöre), bör det i vart fall var kunna sägas vara fråga om en ”annan nyttighet”. Den ändrade definitionen i direktivet torde alltså inte kräva en ändring av definitionen i MFL.

Trots detta bedömer utredningen att det finns anledning att justera definitionen i MFL så att den på ett tydligare sätt överensstämmer med direktivet. Digitala tjänster och digitalt innehåll är centrala begrepp som under senare tid har fått en allt större betydelse i lagstiftningssammanhang. En definition av digitalt innehåll finns redan i DAL och utredningens förslag innebär att begreppet även definieras i MFL (se avsnitt 8.2). Dessutom föreslår utredningen att begreppet digital tjänst definieras i DAL och MFL (se avsnitt 7.3 och 8.2). De båda begreppen är även centrala i den föreslagna nya lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal. Utredningen om nya konsumentköpregler har föreslagit att det i ett separat kapitel ska samlas bestämmelser om avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll eller digitala tjänster (SOU 2020:51).

Det ligger väl i linje med detta att begreppen digital tjänst och digitalt innehåll även nämns i definitionen av begreppet produkt i MFL. På så sätt blir det klart att MFL:s tillämpningsområde överensstämmer med direktivets. Utredningen föreslår därför att definitionen av produkter i 3 § MFL ändras så att den överensstämmer med direktivet. Det innebär att uttrycken ”arbetstillfällen” och ”andra nyttigheter” inte längre kommer att nämnas i definitionen. De innefattas dock i uttrycket ”andra rättigheter och skyldigheter”. Den föreslagna ändringen innebär alltså ingen förändring i sak.

5.2.2 Begreppen marknadsplats online och rankning

Genom ändringsdirektivet införs definitioner av två nya begrepp i direktiv 2005/29/EG, marknadsplats online och rankning.

En marknadsplats online definieras som en tjänst som använder programvara inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en

applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning, som ger konsumenter möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter.

Begreppet rankning definieras som den relativa position som tilldelas näringsidkarnas produkter såsom de presenteras, organiseras eller vidarebefordras av näringsidkaren, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran.

Begreppen har betydelse för förståelsen av de föreslagna bestämmelserna i 12 a och b §§ MFL (se avsnitt 5.4 och 5.5). Det är inte uppenbart vad som avses med begreppen. Enligt utredningens bedömning är det lämpligt att det införs definitioner av begreppen i MFL. Detta är ägnat att underlätta tillämpningen av de nya bestämmelserna och framstår som en bättre lösning än att förklara begreppen i anslutning till de materiella bestämmelserna eller att endast beskriva dem i författningskommentaren.

5.3 Marknadsföring av varor som identiska

Utredningens förslag: Det införs en ny paragraf, 14 a §, i MFL som innebär att en näringsidkare vid marknadsföring av en vara inte får framställa den som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater i Europeiska unionen, om varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl.

5.3.1 Direktivregleringen

Genom ändringsdirektivet har artikel 6.2 i direktiv 2005/29/EG fått ett nytt led, c). Enligt den nya bestämmelsen ska en affärsmetod anses vara vilseledande om den medför eller sannolikt kommer att medföra att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne normalt inte skulle ha fattat och metoden innebär marknadsföring av en vara i en medlemsstat såsom identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater, när varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt, såvida det inte är motiverat av legitima och objektiva faktorer.

Bakgrunden är att konsumenter från ett antal medlemsländer inom EU har framhållit att sammansättningen av vissa livsmedelsprodukter, bl.a. läsk och kaffe, har varit annorlunda i dessa länder jämfört med produkter som säljs under samma märke och med samma eller mycket liknande förpackningar i andra medlemsländer. Jämförande test har indikerat att det på EU-marknaden finns produkter som presenteras för konsumenterna på samma sätt men som har ett annat innehåll av t.ex. kött eller fisk, ett större fettinnehåll eller en annan typ av sötningsmedel i vissa medlemsstater än i andra.

I juni 2019 publicerade kommissionen en rapport som innehöll resultat från en studie som analyserade livsmedel som marknadsförts som identiska i 19 EU-medlemsländer.² Enligt resultaten matchade produkternas sammansättning i de flesta fall hur de presenterades. 23 procent av produkterna hade en identisk förpackning och en identisk sammansättning och 27 procent av produkterna signalerade deras olika sammansättning i olika EU-länder med olika förpackningar. Nio procent av produkterna som presenterades som samma i hela EU hade en annan sammansättning trots identiska förpackningar. Ytterligare 22 procent av produkterna som presenterades på liknande sätt hade en annan sammansättning. De hade alltså en liknande förpackning men ändå en annan sammansättning.

Det fanns inget konsekvent geografiskt mönster i användningen av samma eller liknande förpackning för produkter med olika sammansättning. Dessutom utgjorde skillnaden i sammansättning som fanns i de testade produkterna inte nödvändigtvis en skillnad i produktkvalitet.³

I skälen till ändringsdirektivet anges att marknadsföring i alla medlemsstater av varor såsom identiska, när deras sammansättning eller egenskaper i själva verket väsentligt skiljer sig åt, kan vilseleda konsumenter och medföra att de fattar ett affärsbeslut som de annars inte skulle ha fattat. En sådan metod kan därför anses strida mot direktivet. Erfarenheterna från tillsynen har dock visat att det kan vara oklart för konsumenter, näringsidkare och nationella behöriga myndigheter vilka affärsmetoder som inte är förenliga med direktivet. Syftet med den nya bestämmelsen är att klargöra detta. De behöriga myndigheterna bör vid tillämpningen ta hänsyn till huru-

² Results of an EU wide comparison of quality related characteristics of food products, the Joint Research Centre, June 2019.

³ European Commission - Press release, Dual Food Quality: Commission releases study assessing differences in the composition of EU food products [Updated on 25/06/2019 at 13:25 CEST].

vida det är lätt för konsumenter att identifiera skillnader mellan varorna. Vidare bör hänsyn tas till en näringsidkares rätt att anpassa varor av samma märke till olika geografiska marknader på grund av legitima och objektiva faktorer, som nationell rätt, tillgång till råvaror eller råvarors säsongsbundenhet eller frivilliga strategier som syftar till att förbättra tillgången till hälsosamma och näringsriktiga livsmedel samt näringsidkares rätt att erbjuda varor av samma märke i förpackningar med olika vikt eller volym på olika geografiska marknader. Myndigheterna bör bedöma huruvida konsumenterna lätt kan identifiera sådana skillnader genom att undersöka tillgången till information och huruvida den är tillräcklig. Unionens relevanta sektors-specifika regler och regler för varors fria rörlighet bör följas. (Se skäl 51–53 i ändringsdirektivet.)

5.3.2 En ny bestämmelse om marknadsföring av varor som identiska

Vid bedömningen av om en näringsidkares marknadsföring är vilseledande mot konsumenter gäller i Sverige MFL:s bestämmelser. Marknadsföring som är vilseledande enligt någon av bestämmelserna i 9, 10 eller 12–17 §§ MFL är att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (8 § MFL). Vad gäller marknadsföring av varor som identiska på det sätt som avses i ändringsdirektivet är det främst 10 § andra stycket 1 MFL som skulle kunna aktualiseras. Enligt den bestämmelsen får en näringsidkare inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet och som rör produktens förekomst, art, mängd, kvalitet och andra utmärkande egenskaper. Detta innebär t.ex. att det kan vara vilseledande att på en varus förpackning felaktigt ange eller ge sken av att varan har en viss kvalitet eller sammansättning, när så inte är fallet.

I avgörandet MD 2003:6 ansågs det vilseledande ifråga om produktens sammansättning och art att på förpackningens framsida ange att en dryck ”innehåller finaste fruktvin” när endast en mindre mängd, åtta procent, av förpackningsvolymen utgjordes av fruktvin. I ett annat avgörande, MD 2002:20, fann domstolen att marknadsföring av en yoghurt med förpackningspåståendet ”Champagnesmak” trots att de ingredienser som ingick inte kan ge sådan smak, vilselett konsumenten.

terna om yoghurtens verkliga innehåll och karaktär. Den finstiltla innehållsdeklarationen på förpackningen var inte tillräcklig för att neutralisera intrycket när det gällde förekomsten av champagne.

Utöver MFL finns det även speciallagstiftning som innehåller bestämmelser om krav på produktinformation, inte minst på EU-nivå. Ett exempel på detta är artikel 7 i förordning 1169/2011 om tillhandahållandet av livsmedelsinformation⁴ som innehåller krav på rättvisande livsmedelsinformation. Vid konflikt mellan sådan speciallagstiftning på EU-nivå och bestämmelserna i direktiv 2005/29/EG har de förstnämnda företräde (artikel 3.4 i direktiv 2005/29/EG).

Det har inom EU ansetts problematiskt att varor marknadsförs som identiska i olika medlemsstater trots att de skiljer sig åt i sammansättning eller andra egenskaper och att detta riskerar att vilseleda konsumenterna. Enligt utredningens bedömning skulle bestämmelsen om vilseledande marknadsföring i 10 § MFL i och för sig redan i dag kunna vara tillämplig på sådan marknadsföring. Det kan därför ifrågasättas om inte Sverige redan lever upp till direktivets krav i detta avseende. Direktivbestämmelsen har dock införts i syfte att särskilt lyfta fram den specifika typen av vilseledande som den tar sikte på. Det har inom EU bedömts att det är av vikt för rättssäkerheten att det införs en uttrycklig bestämmelse som reglerar det förhållandet att en vara marknadsförs i en medlemsstat som om den vore identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater, när varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt.

Mot denna bakgrund, och för att säkerställa att det inte råder någon tvekan om huruvida svensk rätt motsvarar direktivet fullt ut, föreslår utredningen att det införs en ny bestämmelse i MFL motsvarande bestämmelsen i direktivet. Den bör lämpligen placeras i en ny paragraf i anslutning till de redan gällande paragraferna om vilseledande förpackningsstorlekar.

Den aktuella direktivbestämmelsen tar specifikt sikte på marknadsföring av en vara i flera medlemsstater i EU. Detta torde inte utesluta att det är tillräckligt att varan endast marknadsförs i en annan medlemsstat. Kommissionen har vid ett möte om genomförande av

⁴ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1169/2011 av den 25 oktober 2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna, och om ändring av Europaparlamentets och rådets förordningar (EG) nr 1924/2006 och (EG) nr 1925/2006 samt om upphävande av kommissionens direktiv 87/250/EEG, rådets direktiv 90/496/EEG, kommissionens direktiv 1999/10/EG, Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG, kommissionens direktiv 2002/67/EG och 2008/5/EG samt kommissionens förordning (EG) nr 608/2004.

direktivet uttalat att direktivbestämmelsen är avsedd att tillämpas också i ett sådant fall. Det skulle i och för sig vara möjligt att låta den svenska regleringen även omfatta marknadsföring av produkter i länder utanför EU. Enligt utredningens bedömning är det dock svårt att överblicka vilka konsekvenser detta skulle få. Det finns en risk för att en så generell bestämmelse skulle bli alltför betungande för företag som är verksamma i Sverige. De medlemsstater som utredningen har haft kontakt med under arbetet har avsett att begränsa tillämpningen av de nationella bestämmelserna i enlighet med direktivet. Som redogjorts för finns det även möjligheter att med stöd av andra bestämmelser i MFL ingripa mot den aktuella typen av vilseledande marknadsföring. Sammantaget anser utredningen att det finns skäl att begränsa tillämpningsområdet för den föreslagna bestämmelsen i MFL på det sätt som framgår av direktivet. Den bör alltså endast gälla marknadsföring av varor inom EU. En särskild fråga är om bestämmelsen även ska gälla varor som marknadsförs inom EES (Europeiska ekonomiska samarbetsområdet). Utredningen har fått information om att EES-länderna har för avsikt att införliva direktiv (EU) 2019/2161. Eftersom något beslut om införlivande av direktivet ännu inte synes ha fattats av EES-kommittén bedömer utredningen dock att den föreslagna bestämmelsen ska ta sikte på varor som marknadsförs inom EU.

I direktivtexten används uttrycket ”legitima och objektiva skäl”. Utredningen bedömer att lagtexten i MFL bör utformas i nära anslutning till direktivet och att detta uttryck även bör komma till uttryck i den svenska lagtexten.

5.4 Information vid köperbudanden

Utredningens förslag: Informationskravet när det gäller hantering av reklamationer i 12 § MFL tas bort.

Det införs en ny paragraf, 12 a §, som innebär att vid ett köperbudande på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen informera om huruvida den som erbjuder en produkt är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

5.4.1 Information om hantering av reklamationer

Enligt artikel 7.4 d i direktiv 2005/29/EG ska närmare villkor för betalning, leverans, fullgörande och hantering av reklamationer, om de avviker från de krav som god yrkessed innebär, anses som väsentlig information vid ett köperbudande. Genom ändringsdirektivet ändras detta på så sätt att kravet på tillhandahållande av information om hantering av reklamationer utgår ur bestämmelsen. Skälet är att resultaten från kontrollen av ändamålsenligheten i konsument- och marknadsföringslagstiftningen visar att denna information är mest relevant i skedet innan ett avtal ingås, vilket regleras i direktiv 2011/83/EU.⁵

Bestämmelserna om köperbudanden i artikel 7.4 har genomförts i 12 § MFL. Av paragrafen framgår vilken väsentlig information som en näringsidkare är skyldig att lämna konsumenter, om denne väljer att utforma en framställning som ett köperbudande. Det finns en uttömmande uppräkningslista av den väsentliga information som ska framgå för att köperbudandet inte ska anses vara vilseledande. Att låta bli att lämna väsentlig information vid köperbudande utgör en form av vilseledande utelämnande. Enligt 12 § första stycket 4 utgår villkor för betalning, leverans, fullgörande och hantering av reklamationer – om dessa avviker från vad som är normalt för branschen eller produkten i fråga – sådan väsentlig information som näringsidkaren är skyldig att lämna. Eftersom det är fråga om ett fullharmoniseringsdirektiv får medlemsländerna inte behålla eller införa bestämmelser som avviker från direktivet om inget annat anges i direktivet. Detta innebär att bestämmelsen behöver ändras så att den motsvarar den nya lydelsen av artikel 7.4 d i direktivet. Kravet på att näringsidkaren ska tillhandahålla information om hantering av reklamationer bör alltså tas bort.

5.4.2 Köperbudanden på en marknadsplats online

Genom ändringsdirektivet införs även ett nytt led (f) i artikel 7.4 i direktiv 2005/29/EG. Det gäller informationskrav vid köperbudanden på s.k. marknadsplatser online. Vid ett köperbudande på en marknadsplats online ska information ges om huruvida den tredje part som erbjuder produkterna är näringsidkare eller inte, på grund av den tredje partens förklaring till leverantören av marknadsplatsen online.

⁵ Skäl 40 i ändringsdirektivet.

Informationsskyldigheten riktar sig till den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen (se skäl 27 i ändringsdirektivet).

En marknadsplats online definieras i direktivet som en tjänst som använder programvara inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning, som ger konsumenter möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter (se artikel 3.1 b).⁶ Utredningen har i avsnitt 5.2 föreslagit att en definition av begreppet marknadsplats online införs i 3 § MFL.

Bakgrunden till informationskravet är att när konsumenter erbjuder produkter på marknadsplatser online är både den som tillhandahåller marknadsplatsen online och den tredje part som erbjuder en produkt på marknadsplatsen delaktiga. Det kan vara svårt för konsumenter som använder marknadsplatsen att förstå vem som är deras avtalspart och hur deras rättigheter och skyldigheter påverkas. Därför finns det behov av särskilda informationskrav i dessa situationer (se skäl 24–28 i ändringsdirektivet). En närmare beskrivning av marknadsplatser online och hur de fungerar finns i avsnitt 7.5.1.

Bestämmelsen om köperbudanden i artikel 7.4 bör komma till uttryck i MFL, lämpligen i en ny paragraf, 12 a §. Informationskravet bör uttryckas så att det riktar sig till den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen (se definitionen av begreppet leverantör av marknadsplats online i direktiv 2011/83/EU och utredningens överväganden i avsnitt 7.5). Av bestämmelsen bör det framgå att den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen ska informera om huruvida den som erbjuder en produkt på marknadsplatsen är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det. Det bör också framgå att informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL. Det innebär att utebliven information medför att marknadsföringen är vilseledande. För att ett sådant vilseledande ska vara otillbörligt krävs också att det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (8 § MFL).

⁶ Definitionen av marknadsplats online har formulerats mer teknikneutralt jämfört med hur samma begrepp definieras i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 524/2013 av den 21 maj 2013 om tvistlösning online vid konsumenttvister och om ändring av förordning (EG) nr 2006/2004 och direktiv 2009/22/EG (förordningen om tvistlösning online vid konsumenttvister) (EUT L 165, 18.6.2013, s. 1) och Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/1148 av den 6 juli 2016 om åtgärder för en hög gemensam nivå på säkerhet i nätverks- och informationssystem i hela unionen (EUT L 194, 19.7.2016, s. 1).

5.5 Rankning av produkter

Utredningens förslag: En ny paragraf, 12 b §, införs i MFL om rankning av produkter. En näringsidkare som ger konsumenter möjlighet att söka digitalt efter produkter som erbjuds ska informera om de kriterier som främst bestämmer rankningen av de produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Informationen ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras.

Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

Informationskravet ska inte gälla för leverantörer av sökmotorer enligt artikel 2.6 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster.

Genom ändringsdirektivet införs en ny punkt, 4 a, i artikel 7 i direktiv 2005/29/EG som gäller informationskrav vid rankning av produkter som erbjuds digitalt. Bestämmelsen tar sikte på situationer där en näringsidkare ger konsumenter möjlighet att söka efter produkter som erbjuds av olika näringsidkare eller av konsumenter på grund av en sökning i form av ett nyckelord, en fras eller annan data som matas in i en dator för bearbetning av ett program. Oavsett var transaktionen slutligen ingås ska allmän information ges om de huvudparametrar som bestämmer rankningen av de produkter som presenteras för konsumenten till följd av sökningen och dessa parametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar. Informationen ska tillhandahålls i ett särskilt avsnitt av onlinegränssnittet och vara direkt och enkelt tillgänglig från den sida där sökresultaten presenteras. Informationen ska anses vara väsentlig.

Ett i sammanhanget centralt begrepp är *rankning*. I direktivet definieras detta som den relativa position som tilldelas näringsidkarnas produkter såsom de presenteras, organiseras eller vidarebefordras av näringsidkaren, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran. Utredningen föreslår i avsnitt 5.2 att en definition av begreppet rankning införs i 3 § MFL.

Bakgrunden till det nya informationskravet om rankning av produkter är vissa transparenskrav vid rankning i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150⁷ (EU:s plattformsförordning). Transparenskraven i förordningen omfattar ett stort antal onlinebaserade förmedlingstjänster inbegripet marknadsplatser online – men kraven är endast tillämpliga för den s.k. leverantören av den onlinebaserade förmedlingstjänsten i förhållande till andra näringsidkare som erbjuder varor och tjänster via förmedlingstjänsten. Inom EU har det bedömts att vissa kompletterande informationskrav bör införas i direktiv 2005/29/EG för att säkerställa transparens även i förhållande till konsumenterna.

I skälen till ändringsdirektivet framhålls att näringsidkare som ger konsumenterna möjlighet att söka efter varor och tjänster, som resor, inkvartering och fritidsaktiviteter som erbjuds av olika näringsidkare eller av konsumenterna, bör informera konsumenterna om de standardiserade huvudparametrar som bestämmer rankningen av de erbjudandena som presenteras för konsumenterna till följd av sökningen samt deras relativa betydelse jämfört med andra parametrar. Informationen bör vara konkret och göras tillgänglig på ett enkelt, väl synligt och direkt sätt. Parametrar som bestämmer rankningen avser alla allmänna kriterier, processer, specifika signaler som införlivats med algoritmer eller andra anpassnings- eller nedprioriteringsmekanismer som används i samband med rankningen.

För att genomföra direktivet krävs att en bestämmelse med ett motsvarande informationskrav vid rankning av produkter införs i MFL. Enligt utredningens bedömning bör bestämmelsen begränsas till att gälla i situationer där näringsidkare ger konsumenterna möjlighet att söka digitalt efter produkter. Den bör däremot inte också omfatta webbplatser m.m. där endast andra näringsidkare har möjlighet att göra sökningar. En informationsskyldighet i sådana situationer skulle gå utöver regleringen i direktivet och leda till en alltför stor informationsbörda.

Utredningen föreslår att informationskravet tas in i en ny paragraf, 12 b § MFL. Ordet huvudparametrar framstår i sammanhanget som något svårtillgängligt. Lagtexten bör i stället lämpligen utformas så att näringsidkaren ska informera om de kriterier som främst

⁷ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster.

bestämmer rankningen av de produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier.

Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL. Vid brister i informationen kan det alltså bli fråga om ett vilseledande utelämnande. För att ett sådant vilseledande ska vara otillbörligt krävs också att det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (8 § MFL).

Det bör av lagtexten framgå att informationen ska lämnas i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras. Begreppet onlinegränssnitt förekommer i andra EU-rättsliga sammanhang. I förordning (EU) 2018/302, den s.k. geoblockeringsförordningen, definieras onlinegränssnitt som mjukvara, däribland en webbplats eller en del därav och applikationer, däribland mobila applikationer, som drivs av en näringsidkare eller för dennes räkning och vars syfte är att ge kunder åtkomst till näringsidkarens varor eller tjänster i syfte att ingå en transaktion gällande dessa varor eller tjänster.⁸ I konsumentskyddsförordningen finns en snarlik definition av begreppet som programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning och som tjänar till att ge konsumenterna tillgång till näringsidkarens varor eller tjänster.⁹ I 41 a § MFL om varningsmeddelanden som delvis ansluter till artikel 9.4 g i konsumentskyddsförordningen används däremot i stället för onlinegränssnitt begreppet webbplats.¹⁰ Begreppet onlinegränssnitt har en bredare innebörd än begreppet webbplats och stämmer bättre överens med den bakomliggande direktivregleringen. Enligt utredningens bedömning är det lämpligast att använda detta begrepp i den föreslagna bestämmelsen i MFL.

Det nya informationskravet i direktivet är inte tillämpligt på leverantörer av sökmotorer enligt definitionen i artikel 2.6 i EU:s plattformsförordning. En sökmotor definieras i förordningen som en digital tjänst som gör det möjligt för användare att mata in sökfraser för

⁸ Se artikel 2 punkten 16 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/302 av den 28 februari 2018 om åtgärder mot omotiverad geoblockering och andra former av diskriminering på grund av kunders nationalitet, bosättningsort eller etableringsort på den inre marknaden och om ändring av förordningarna (EG) nr 2006/2004 och (EU) 2017/2394 samt direktiv 2009/22/EG.

⁹ Se artikel 3 punkten 15 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004.

¹⁰ Se prop. 2019/20:120 s. 100.

att göra sökningar på i princip alla webbplatser eller alla webbplatser på ett visst språk på grundval av en fråga om vilket ämne som helst i form av ett nyckelord, en röstbegäran, en fras eller någon annan inmatning och som returnerar resultat i vilket format som helst som innehåller information om det begärda innehållet. En leverantör av en sökmotor är en fysisk eller juridisk person som tillhandahåller eller erbjuder sig att tillhandahålla, sökmotorer till konsumenterna. Dessa är redan enligt förordningen skyldiga att ange huvudparametrarna, vilka enskilt eller tillsammans är mest betydelsefulla vid bestämmandet av rankningen samt dessa huvudparametrars relativa betydelse, genom att tillhandahålla en lättillgänglig och allmänt tillgänglig beskrivning, som är enkelt och begripligt formulerad, på sina sökmotorer.

För att det inte ska råda några oklarheter om när det nya informationskravet är tillämpligt bedömer utredningen att det i den nya bestämmelsen bör införas ett undantag för sådana leverantörer av sökmotorer som avses i EU:s plattformsförordning.

5.6 Konsumentrecensioner

Utredningens förslag: En ny paragraf, 12 c §, införs i MFL om konsumentrecensioner. En näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huruvida näringsidkaren säkerställer att recensionerna härrör från konsumenterna som har använt eller köpt produkterna och i sådant fall på vilket sätt det görs. Sådant information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

Genom ändringsdirektivet införs en ny punkt, 6, i artikel 7 i direktiv 2005/29/EG. Bestämmelsen rör situationer där en näringsidkare ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter. Den innebär att näringsidkaren ska informera om huruvida denne säkerställer att de publicerade recensionerna härrör från konsumenterna som faktiskt har använt eller köpt produkterna och om så är fallet på vilket sätt detta har säkerställts. Denna information ska anses som väsentlig.

I skäl 47–48 i ändringsdirektivet framhålls att konsumenterna i allt högre grad förlitar sig på konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer när de fattar köpbeslut. När näringsidkaren tillhandahåller konsumentrecensioner av produkter bör de därför in-

formera konsumenterna om huruvida de har processer eller rutiner för att säkerställa att de publicerade recensionerna härrör från konsumenter som faktiskt har använt eller köpt produkterna. Om sådana processer eller rutiner finns bör näringsidkarna tillhandahålla information om hur kontrollerna utförs och ge tydlig information till konsumenter om hur recensioner behandlas, t.ex. om alla recensioner, oavsett om de är positiva eller negativa, läggs ut eller om recensioner har sponsrats eller påverkats av en avtalsförbindelse med en näringsidkare. Att påstå att recensioner av en produkt har lagts ut av konsumenter som faktiskt använt eller köpt den produkten när inga rimliga och proportionella åtgärder har vidtagits för att säkerställa att recensionerna verkligen härrör från sådana konsumenter bör betraktas som en otillbörlig affärsmetod som är vilseledande. Sådana åtgärder skulle kunna inkludera tekniska medel för att kontrollera tillförlitligheten hos den person som lägger ut en recension, t.ex. genom att begära information för att kontrollera att konsumenten faktiskt har använt eller köpt produkten. Bestämmelserna om konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer påverkar inte sedvanlig och legitim praxis att i reklam göra överdrivna påståenden eller påståenden som inte är avsedda att uppfattas i bokstavlig mening.

För att genomföra ändringsdirektivet krävs att en motsvarande bestämmelse med informationskrav införs i MFL. Utredningen föreslår att det införs en ny paragraf, 12 c § i MFL. Av bestämmelsen bör det framgå att en näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huruvida denne säkerställer att recensionerna härrör från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i så fall på vilket sätt det görs. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

Bestämmelsen innebär inte något krav på näringsidkaren att införa ett system för att kontrollera recensioner. Om näringsidkaren inte inför ett sådant system måste näringsidkaren dock informera om att recensionernas äkthet inte har kontrollerats. Vid brister i informationen kan det bli fråga om ett vilseledande utelämnande. För att ett vilseledande ska vara otillbörligt krävs också att det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (8 § MFL).

Genom ändringsdirektivet införs även vissa nya bestämmelser i den s.k. svarta listan om näringsidkares användning av konsumentrecensioner. Dessa föranleder dock inte några lagändringar (se avsnitt 5.8).

5.7 Försäljning i en konsuments bostad och under utflykter

Utredningens bedömning: Det bör inte införas några särskilda begränsningar i lag när det gäller försäljning i en konsuments bostad eller under utflykter som organiseras av näringsidkaren i marknadsförings- eller försäljningssyfte.

5.7.1 Direktivregleringen

Genom ändringsdirektivet har artikel 3.5 i direktiv 2005/29/EG fått en ny lydelse. Enligt den nya lydelsen hindrar direktivet inte medlemsstaterna från att anta bestämmelser för att skydda konsumenters berättigade intressen vad gäller aggressiva eller vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet.

Bakgrunden till bestämmelsen är att vissa medlemsstater redan har infört begränsningar av dessa typer av försäljningsmetoder. I skälen till ändringsdirektivet framhålls att vissa särskilt aggressiva eller vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder i samband med besök i konsumentens hem eller under utflykter kan utsätta konsumenterna för påtryckningar att köpa varor eller tjänster som de annars inte skulle köpa eller inköp till mycket höga priser, ofta med omedelbar betalning. Sådana metoder riktar sig ofta mot äldre personer eller andra utsatta konsumenter (se skäl 54 i ändringsdirektivet).

Genom ändringarna i direktiv 2005/29/EG har det förtydligats att direktivet inte påverkar medlemsstaternas frihet att anta nationella bestämmelser för att skydda konsumenternas intressen i de nämnda situationerna. Nationella bestämmelser skulle t.ex. kunna föreskriva att besök i konsumenters hem inte är tillåtet vissa tider på dagen eller att besök inte är tillåtet om konsumenten har förklarat att han eller hon inte godtar sådana besök. Det skulle också kunna handla om föreskrifter gällande betalningsrutiner (se skäl 55 i ändringsdirektivet).

5.7.2 Förekomsten av försäljningsmetoderna i Sverige

Utredningen har varit i kontakt med Direct Selling Sweden, DSS¹¹, som är en branschorganisation för företag som arbetar med direktförsäljning/direkthandel och har tagit del av skriftlig information och rapporter som organisationen publicerat.¹² Såvitt utredningen har erfarit förekommer det i princip ingen försäljning till konsumenter under utflykter i Sverige.

Enligt uppgifter från organisationen finns det över 155 000 direkt-säljare i Sverige, varav cirka 90 000 kommer från föreningens medlemsföretag. Branschen omsätter mellan 2–3 miljarder kronor årligen. Försäljningen spänner över ett brett produktsortiment med bl.a. kosmetik, kläder, hushållsprodukter, hälsopreparat, böcker, rengöringsprodukter, kosttillskott, telefonabonnemang och säkerhetstjänster.

5.7.3 Överväganden

De aktuella försäljningssätten – försäljning i konsuments bostad och under utflykter – gäller situationer där behovet av konsumentskydd generellt är stort. Konsumenten är i dessa fall typiskt sett mindre väl förberedd på att ingå avtal jämfört med situationer där avtal ingås i en affärslokal. Försäljningsmetoderna kan uppfattas som påträngande och leda till impulsköp som konsumenten efter närmare övervägande inte vill stå fast vid.

Mot bakgrund av detta finns en särskilt konsumentskyddande reglering för bl.a. dessa försäljningssätt i DAL. De utgör s.k. avtal utanför affärslokaler. Som har beskrivits i avsnitt 4.3 har näringsidkaren enligt DAL en särskilt omfattande skyldighet att informera konsumenten innan ett avtal ingås. Syftet är att konsumenten ska kunna fatta ett välgrundat beslut och jämföra olika produkter med varandra. När ett avtal har ingåtts ska näringsidkaren ge konsumenten en kopia av det undertecknade avtalet eller en bekräftelse på avtalet. Kopian eller bekräftelsen ska ges i en handling eller, om konsumenten samtycker till det, i en annan läsbar och varaktig form som

¹¹ Föreningens huvuduppgifter är att bevaka medlemmarnas intressen och skydda konsumenten, att verka för god affärssed och att utveckla branschen. DSS är medlem i Seldia the European Direct Selling Association. Seldia representerar 27 europeiska nationella direkthandelsföreningar.

¹² Med direktförsäljning/direkthandel avses försäljning och rådgivning som bygger på personliga möten utanför traditionella försäljningsställen. Försäljningen är ”butikslös” och sker bl.a. i form av demoförsäljning i hemmiljö, temaaktiviteter, pop-up stores, dörrknackning, sociala aktiviteter m.m.

är tillgänglig för konsumenten. Enligt DAL har konsumenten också en särskild rätt att frånträda avtalet (ångerrätt) inom 14 dagar. Syftet är att konsumenten alltid ska få en viss tid på sig för att överväga om han eller hon vill stå fast vid avtalet.

Även bestämmelserna i MFL innebär ett skydd för konsumenter i de aktuella situationerna. Bestämmelserna om otillbörlig marknadsföring i MFL är tillämpliga på affärsmetoder i samband med försäljning i konsumentens bostad och under utflykter. Marknadsföringen får inte strida mot den s.k. generalklausulen om god marknadsföringssed. Näringsidkaren får inte heller använda sig av aggressiva eller vilseledande affärsmetoder. En situation där en näringsidkare, utan att konsumenten begärt det, besöker en konsument i dennes bostad t.ex. sent på kvällen eller tidigt på morgonen skulle sannolikt anses strida mot god marknadsföringssed och skulle också, beroende på omständigheterna i det enskilda fallet, kunna utgöra aggressiv marknadsföring i strid mot 7 § MFL. Det finns även en bestämmelse i den s.k. svarta listan som innebär att det under alla förhållanden är otillåtet att göra personliga besök i konsumentens hem och ignorera dennes anmodan om att lämna hans hem eller inte komma tillbaka, utom under de omständigheter och i den utsträckning som enligt nationell lagstiftning är motiverat för att få en avtalsmässig skyldighet fullgjord (punkt 25).

DSS har träffat en överenskommelse med Konsumentverket om etiska regler för direkthandel. Av de etiska reglerna framgår bl.a. hur säljaren ska bete sig mot konsumenten. Personlig kontakt ska ske på ett ansvarsfullt sätt vid rimliga tidpunkter för att undvika att vara påträngande. Direktsäljaren ska respektera en på eller invid dörren uppsatt skylt som undanber sig säljbesök. En direktsäljare ska avsluta en demonstration eller säljpresentation då konsumenten begär det och omedelbart avlägsna sig. Direktsäljare får inte missbruka den enskilda konsumentens förtroende utan ska ta hänsyn till konsumentens brist på kommersiell erfarenhet och får inte heller utnyttja konsumentens ålder, sjukdom, funktionshinder, oförmåga att förstå eller språkliga brister och får aldrig bygga sin argumentation på rädsla eller fruktan hos konsumenten (se punkterna 2.11 och 2.12).

Försäljning i konsumenters bostäder är en viktig försäljningskanal för många företag i Sverige. Branschen bidrar till sysselsättning för inte minst unga personer. Direkthandel kan innebära fördelar för vissa konsumenter som t.ex. har svårt att ta sig till butiker och känner osäkerhet

inför att handla på distans. Erfarenheter från Konsumentverket och Allmänna reklamationsnämnden som utredningen har tagit del av talar för att det visserligen förekommer problem för konsumenter i samband med hemförsäljning, bl.a. på det sättet att försäljningsmetoden kan upplevas som påträngande. Såvitt framkommit är problemen dock inte av sådan omfattning att det krävs ytterligare lagstiftning. Enligt utredningens bedömning ger framför allt den gällande regleringen i DAL om rätt till information och ångerrätt men också reglerna i MFL ett tillräckligt skydd för konsumenter mot påträngande och vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder i samband med besök i konsumentens bostad eller under utflykter. Det finns inte behov av ytterligare reglering i syfte att inskränka användningen av dessa metoder.

5.8 Nya punkter i svarta listan

Utredningens bedömning: De nya punkterna i svarta listan gäller automatiskt som svensk lag enligt 4 § MFL. Det behövs inga ytterligare lagstiftningsåtgärder.

Genom artikel 3.7 i ändringsdirektivet ändras bilaga I till direktiv 2005/29/EG, den s.k. svarta listan. Det införs fyra nya punkter med affärsmetoder som under alla förhållanden ska anses otillbörliga. Detta innebär att det inte krävs att metoderna ifråga påverkar eller sannolikt påverkar konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, utan de är otillbörliga oavsett vilket resultat de lett till. Av artikel 5.5 i direktivet framgår att förteckningen i bilagan till direktivet ska gälla i alla medlemsländer och att den får ändras endast genom en översyn av direktivet.

5.8.1 Sökresultat

Genom ändringsdirektivet införs en ny punkt i bilaga I till direktiv 2005/29/EG som behandlar sökresultat. Enligt punkt 11 a är det otillbörligt att tillhandahålla sökresultat som svar på en konsuments sökning på internet utan att, i fall då det rör sig om betald reklam eller då betalning skett specifikt för att uppnå en högre ranking av produkter, i sökresultaten tydligt informera om detta.

I direktivet framhålls att det har en stor inverkan på konsumenter att leverantörer av onlinesökfunktioner rankar kommersiella erbjudanden högre eller använder andra sätt för att ge dem en mer framskjuten placering i resultat vid sökningar på internet.¹³ Om en näringsidkare direkt eller indirekt har betalat en leverantör av onlinesökfunktioner för en högre rankning av en produkt i sökresultaten bör leverantören av onlinesökfunktionen informera kunderna om denna omständighet i en kortfattad, lättillgänglig och begriplig form. Indirekt betalning kan ha formen av en näringsidkares godtagande av alla former av ytterligare skyldigheter mot leverantören av onlinesökfunktionen vilket specifikt resulterar i en högre rankning. En indirekt betalning kan bestå av ökad provision per transaktion samt olika ersättningsystem som specifikt leder till en högre rankning.¹⁴

5.8.2 Vidareförsäljning av biljetter

Genom ändringsdirektivet införs en ny punkt 23 a, i bilagan till direktiv 2005/29/EG. Enligt den nya punkten är det otillbörligt att till konsumenter vidare sälja biljetter till kultur- och idrottsevenemang om näringsidkaren har förvärvat dem genom användning av automatiserade medel för att kringgå eventuella begränsningar av antalet biljetter som en person kan köpa eller andra regler som är tillämpliga på biljettköp.

Av skäl 50 i ändringsdirektivet framgår att det bör vara förbjudet för näringsidkare att till konsumenter vidare sälja biljetter till kultur- och idrottsevenemang som de har förvärvat genom användning av programvara som ger näringsidkare möjlighet att köpa biljetter utöver de tekniska begränsningar som tillämpas av den primära biljettförsäljaren eller att kringgå andra tekniska medel som den primära försäljaren har infört för att säkerställa att biljetter finns tillgängliga för alla. Förbudet påverkar inte eventuella andra nationella åtgärder som medlemsstaterna kan vidta för att skydda konsumenters intressen samt säkra sin kulturpolitik och bred tillgång till kultur- och idrottsevenemang, exempelvis att reglera vidareförsäljningspriser på biljetter.

¹³ Skäl 18 i ändringsdirektivet.

¹⁴ Skäl 20 i ändringsdirektivet.

5.8.3 Konsumentrecensioner

Genom ändringsdirektivet införs två nya punkter i bilagan till direktiv 2005/29/EG som behandlar konsumentrecensioner (23 b och 23 c).

Enligt punkt 23 b är det otillbörligt att uppge att recensioner av en produkt har lagts ut av konsumenter som faktiskt har använt eller köpt produkten utan att vidta rimliga och proportionella åtgärder för att säkerställa att recensionerna härrör från sådana konsumenter. Enligt punkt 23 c är det otillbörligt att lägga ut eller ge en annan juridisk eller fysisk person i uppdrag att lägga ut falska konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer, eller ge en vilseledande bild av konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer på sociala medier för att göra reklam för produkter.

Bakgrunden är att konsumenter förlitar sig i allt högre grad på konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer när de fattar köpbeslut. Det bör betraktas som en otillbörlig affärsmetod att vilseleda konsumenter genom att påstå att recensioner av en produkt har lagts ut av konsumenter som faktiskt använt eller köpt den produkten när inga rimliga och proportionella åtgärder har vidtagits för att säkerställa att recensionerna verkligen härrör från sådana konsumenter. Sådana åtgärder skulle kunna inkludera tekniska medel för att kontrollera tillförlitligheten hos den person som lägger ut en recension, till exempel genom att begära information för att kontrollera att konsumenten faktiskt har använt eller köpt produkten.¹⁵

Det bör vidare vara förbjudet för näringsidkare att lägga ut falska konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer, som s.k. gillanden på sociala medier, eller att ge andra i uppdrag att göra detta för att göra reklam för sina produkter, samt att manipulera konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer, exempelvis genom att endast publicera positiva recensioner och radera negativa recensioner.¹⁶

Som framgår av avsnitt 5.6 föreslår utredningen att det i MFL införs en ny paragraf (12 c §) när det gäller näringsidkares skyldighet att informera om konsumentrecensioner.

¹⁵ Skäl 47 i ändringsdirektivet.

¹⁶ Skäl 49 i ändringsdirektivet.

5.8.4 Överväganden

Av 4 § första stycket MFL framgår att bilagan med den s.k. svarta listan i direktivet gäller som svensk lag. Bilagan kompletterar på detta sätt de allmänna bestämmelserna i MFL. Listan är uppdelad i två avsnitt med förbud mot vilseledande respektive aggressiv marknadsföring. Bestämmelserna i bilagan tillämpas i svensk rätt även när marknadsföringsmetoderna används mot näringsidkare.¹⁷

I samband med införandet av MFL beslutades att svarta listan skulle utgöra svensk lag genom en hänvisning i MFL. Detta innebär att de nya punkterna automatiskt gäller som svensk lag från och med det datum som ändringsdirektivet börjar gälla, vilket enligt artikel 7.1 är den 28 maj 2022. Det behövs alltså ingen ändring i MFL för att genomföra artikel 3.7 i svensk rätt. Det krävs dock att regeringen tillkännager den nya lydelsen av bilagan i SFS.

Enligt MFL ska bestämmelserna i punkterna 1–31 i bilagan tillämpas även om marknadsföringen riktar sig mot näringsidkare (4 § tredje stycket). Utredningen bedömer att detta bör gälla även för de nya punkterna. Eftersom det redan följer av lagtexten i 4 § tredje stycket MFL behövs det inte någon ändring i den bestämmelsen.

5.9 Möjligheter till kompensation

Utredningens bedömning: Det finns inte behov av lagändringar med anledning av den nya bestämmelsen i direktiv 2005/29/EG om möjligheter till kompensation för konsumenter.

5.9.1 Direktivregleringen

Artikel 3.5 i ändringsdirektivet innebär att en ny bestämmelse om möjligheter till kompensation, artikel 11 a, införs i direktiv 2005/29/EG. Enligt bestämmelsens första punkt ska konsumenter som skadats av otillbörliga affärsmetoder ha tillgång till proportionella och effektiva avhjälpande åtgärder, inbegripet skadestånd för den skada som konsumenten har lidit och, i relevanta fall, prisavdrag eller rätt att avsluta avtalet. Medlemsstaterna får fastställa villkoren för tillämpningen av

¹⁷ Prop. 2007/08:115 s. 106.

dessa avhjälpande åtgärder och deras effekt. De får i lämpliga fall ta hänsyn till den otillbörliga affärsmetodens allvar och art, den skada konsumenten har lidit samt andra relevanta omständigheter. Enligt bestämmelsens andra punkt ska dessa avhjälpande åtgärder inte påverka tillämpningen av andra avhjälpande åtgärder som finns tillgängliga för konsumenter enligt unionsrätten eller nationell rätt.

Som framgår av skäl 16 i ändringsdirektivet är syftet med bestämmelsen att säkerställa att konsumenter som skadats av otillbörliga affärsmetoder ska ha tillgång till avhjälpande åtgärder som kan undanröja följderna av dessa metoder. En tydlig ram för individuella avhjälpande åtgärder underlättar privata insatser för att upprätthålla lagstiftningen. Konsumenter bör på ett proportionellt och ändamålsenligt sätt ha rätt till skadestånd, och, i tillämpliga fall, till prisavdrag eller rätt att avsluta avtalet. Medlemsstaterna är inte förhindrade att behålla eller införa rätten till andra avhjälpande åtgärder som reparation eller omleverans för konsumenter som skadats av otillbörliga affärsmetoder i syfte att säkerställa att följderna av sådana metoder undanröjs fullständigt.

Innan utredningen överväger behovet av lagändringar med anledning av den nya direktivbestämmelsen redogörs nedan för gällande rätt i fråga om rätten till skadestånd vid överträdelse av MFL och andra avhjälpande åtgärder.

5.9.2 Gällande rätt

Rätten till skadestånd enligt 37 § MFL

Enligt 37 § MFL ska den som uppsåtligen eller av oaktsamhet bryter mot ett förbud eller åläggande som har meddelats med stöd av 23, 24 eller 25 §§, eller mot 7 §, eller mot 8 § och någon av bestämmelserna i 9, 10, 12–17 §§, eller mot någon av bestämmelserna i 18–22 a §§, eller mot någon av punkterna i bilaga I till direktiv 2005/29/EG ersätta den skada som därigenom uppkommer för en konsument eller någon annan näringsidkare.

Syftet med skadeståndet är att reglerna ska verka förebyggande och ge goda förutsättningar för att ekonomiskt kompensera dem som lidit skada till följd av otillbörliga marknadsföringsåtgärder. Av förarbetena framgår att bestämmelsen i första hand tar sikte på det utomobligatoriska området, dvs. situationer där det inte finns ett av-

talsförhållande mellan parterna som kan grunda rätt till skadestånd. Vidare framgår att skadeståndet endast avser ren förmögenhets-skada. Allmänna skadeståndsrättsliga principer gäller i frågor om bl.a. uppsåt, oaktsamhet, adekvat kausalitet och bevisbörda.¹⁸

Rätten till skadestånd enligt 37 § MFL gäller både för konsumenter och näringsidkare. Att konsumenter kan få skadestånd grundas främst på principiella skäl. I de flesta fall lider konsumenter inte någon ersättningsgill skada i samband med otillbörlig marknadsföring. Som exempel på en situation där skadestånd kan bli aktuellt nämns i förarbetena att en konsument genom vilseledande reklam lockats att åka förgäves till ett försäljningsställe. Reskostnaderna kan i ett sådant fall utgöra en ersättningsgill skada och även eventuell förlorad arbetsinkomst för den tid som lagts ned. Ett annat exempel är onödiga kostnader i form av utgifter för en fastighetsvärdering på grund av vilseledande marknadsföring.¹⁹

Skadeståndet till näringsidkare kan bl.a. avse att kompensera negativ inverkan på omsättningen. Ersättning kan också utgå för utgifter som en näringsidkare har haft för att motverka följderna av en otillbörlig marknadsföring. Av 37 § andra stycket MFL framgår att när ersättningen till näringsidkare bestäms får hänsyn tas även till omständigheter av annan än ekonomisk art. Regeln kan användas för att ytterligare balansera ersättningen för den förlust som den skadade näringsidkaren gjort, inklusive ersättning för förlorad goodwill.²⁰

Konsumentköplagen

Konsumentköplagen (1990:932) reglerar köp av lösa saker som en näringsidkare säljer till en konsument. Lagen gäller även i fall då säljaren inte är en näringsidkare, om köpet förmedlas för säljaren av en näringsidkare. Lagen innehåller bl.a. bestämmelser om vad som avses med fel på varan och vilka påföljder som kan komma ifråga vid fel (16–22 a §§).

Enligt 19 § första stycket föreligger fel om varan inte överensstämmer med sådana uppgifter om varans egenskaper eller användning som säljaren har lämnat vid marknadsföringen av varan eller annars före köpet. Varan ska vidare enligt andra stycket anses fel-

¹⁸ Se prop. 1994/95:123 s. 109 f. och 179.

¹⁹ Prop. 1994/95:123 s. 112 och 179.

²⁰ A. prop. s. 112.

aktig, om den inte överensstämmer med sådana uppgifter om dess egenskaper eller användning som någon annan än säljaren, i tidigare säljled eller för säljarens räkning, har lämnat vid marknadsföringen av varan eller annars före köpet. Första och andra styckena gäller inte, om säljaren visar att uppgifterna har rättats i tid på ett tydligt sätt eller att uppgifterna inte har inverkat på köpet. Andra stycket gäller inte heller, om säljaren visar att han varken kände till eller borde ha känt till uppgifterna.

Varan är vidare felaktig om säljaren har underlåtit att efter föreläggande enligt produktsäkerhetslagen (2004:451) lämna säkerhetsinformation om varan eller underlåtit att lämna sådan information om varans egenskaper eller användning som säljaren enligt MFL har ålagts att lämna. Detsamma gäller om föreläggandet eller åläggandet har meddelats varans tillverkare eller någon annan som i tidigare säljled tagit befattning med varan och säljaren har känt till eller borde ha känt till underlåtenheten att fullgöra föreläggandet eller åläggandet. En förutsättning för att varan ska anses felaktig enligt detta stycke är dock att underlåtenheten kan antas ha inverkat på köpet.

Även bestämmelserna i 16 § konsumentköplagen kan aktualiseras. Enligt den ska varan i fråga om art, mängd, kvalitet, andra egenskaper och förpackning stämma överens med vad som följer av avtalet. Den ska också vara ägnad för de ändamål för vilka varor av samma slag i allmänhet används och stämma överens med den beskrivning som säljaren har lämnat och ha de egenskaper som säljaren har hänvisat till genom att lägga fram prov eller modell. Varan ska bl.a. anses felaktig om den avviker från detta eller om den i något annat avseende avviker från vad köparen med fog kunnat förutsätta. Om varan inte överensstämmer med lämnade uppgifter kan det i många fall anses att den avviker från vad konsumenten med fog har kunnat förutsätta. Vid tillämpningen av 16 § krävs, till skillnad från 19 §, inte att det föreligger ett orsakssamband mellan uppgifterna och köpsbeslutet och det saknar även betydelse om näringsidkaren känt till eller borde ha känt till uppgifterna.

De påföljder som kan komma ifråga om en vara är felaktig är avhjälpande, omleverans, prisavdrag eller ersättning för att avhjälpa felet eller hävning av köpet. Dessutom får konsumenten kräva skadestånd och hålla inne betalningen (22 §). I 32–34 och 42 §§ finns regler om beräkningen och bestämningen av skadeståndets omfattning. Huvudprincipen är att konsumenten vid näringsidkarens avtalsbrott

ska ha rätt till ersättning som medför att konsumenten försätts i samma ekonomiska situation som om avtalet fullgjorts på riktigt sätt, dvs. ersättning enligt det s.k. positiva kontraktstresset (32 §). I bestämmelsen ges vissa exempel på ersättningsgilla skadeståndsposter. Bland dessa nämns ersättning för utgifter, inkomstförlust och prisskillnad.

Konsumenttjänstlagen

Konsumenttjänstlagen (1985:716) är tillämplig på avtal om tjänster som näringsidkare utför åt konsumenter i fall då tjänsten avser arbete på lösa saker, dock ej behandling av levande djur. Den gäller även arbete på fast egendom, på byggnader eller andra anläggningar på mark eller i vatten eller på andra fasta saker och förvaring av lösa saker, dock ej förvaring av levande djur.

I lagen finns bestämmelser om att tjänsten ska utföras fackmässigt och att näringsidkaren med tillbörlig omsorg ska ta till vara konsumentens intressen och samråda med denne i den utsträckning som det behövs och är möjligt (4 §). I 9–15 §§ regleras i vilka fall en tjänst kan anses vara felaktig. En tjänst ska bl.a. anses felaktig om resultatet avviker från sådana uppgifter av betydelse för bedömningen av tjänstens beskaffenhet eller ändamålsenlighet som kan antas ha inverkat på avtalet och som i samband med avtalets ingående eller annars vid marknadsföring har lämnats av näringsidkaren, av någon annan näringsidkare eller av en branschförening eller liknande organisation för näringsidkarens räkning, eller av en leverantör av material till tjänsten eller av någon annan i tidigare led (10 § första stycket). Detta gäller dock inte i fråga om uppgifter som i tid har rättats på ett tydligt sätt och inte heller om näringsidkaren varken kände till eller borde ha känt till uppgifterna (10 § andra stycket).

De påföljder som kan komma ifråga om en tjänst är felaktig är avhjälpande, prisavdrag eller hävning av köpet samt skadestånd och innehållande av betalning (19–21, 31 och 33 §§).

Många typer av konsumenttjänster faller utanför konsumenttjänstlagens tillämpningsområde. Det gäller bl.a. behandling av personer eller levande djur, uthyrning, motionstjänster, upplevelsetjänster, kurs- och utbildningsverksamhet, möbeltransporter och vissa immateriella tjänster såsom rådgivning, provning, besiktning och sysslo-

mannaskap. Bestämmelserna har dock i viss utsträckning ansetts kunna tillämpas analogt.²¹

Bestämmelser i andra lagar

Vissa typer av konsumenttjänster är helt eller delvis specialreglerade. Som exempel på sådan lagstiftning kan nämnas paketreselagen (2018:1217), fastighetsmäklarlagen (2011:666), lagen (2003:862) om finansiell rådgivning till konsumenter och lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation. Utöver dessa finns bestämmelser om kontraktsbrott även i köplagen (1990:931).

I produktansvarslagen (1992:18) finns bestämmelser som innebär att en konsument kan få skadestånd för en personskada och i vissa fall även sakskada som orsakats på grund av en säkerhetsbrist hos en produkt (1 §). En produkt anses ha en säkerhetsbrist, om produkten inte är så säker som skäligen kan förväntas (3 §). Säkerheten ska bedömas bl.a. med hänsyn till hur produkten har marknadsförts.

Skadestånd kan även utgå vid förfaranden som utgör brottslig gärning, t.ex. bedrägeri. Skadeståndslagen (1972:207) är en ramlag som tillämpas i de fall där det inte finns någon kontraktsrättslig eller skadeståndsrättslig speciallagstiftning eller allmänna avtalsrättsliga grundsatser som är tillämpliga. Den innebär bl.a. i vissa fall en rätt för den skadelidande att få ersättning för såväl person- som sakskada (2 kap. 1 §). Ersättning för s.k. ren förmögenhetsskada kan också utgå om skadan orsakats genom brott (2 kap. 2 §).

Bestämmelserna i köplagen har även ansetts ge uttryck för allmänna principer, som kan användas även utanför köplagens egentliga tillämpningsområde på andra avtalstyper än köp av lös egendom.²²

5.9.3 Överväganden

I syfte att uppfylla det nya kravet i artikel 11 a i direktiv 2005/29/EG krävs att konsumenter som skadats av otillbörliga affärsmetoder ges tillgång till proportionella och effektiva avhjälpande åtgärder, inbegripet skadestånd för den skada som konsumenten har lidit och, i relevanta fall, prisavdrag eller rätt att avsluta avtalet. Frågan är om de

²¹ Se NJA 2002 s. 644 och NJA 2011 s. 600.

²² Tex. vid köp av aktier och fast egendom.

påföljder som finns i svensk rätt är tillräckliga eller om det krävs författningsändringar för att leva upp till direktivets krav.

När det till en början gäller rätten till skadestånd kan konstateras att direktivbestämmelsen är brett formulerad och att den inte innehåller någon begränsning på så sätt att den endast skulle gälla kontraktsrättsliga situationer.

Som har beskrivits finns det i 37 § MFL en bestämmelse om rätt till skadestånd för konsumenter. Syftet med bestämmelsen är att ekonomiskt kompensera dem som lidit skada till följd av otillbörliga marknadsföringsåtgärder. Den omfattar såväl inom- som utomobligatoriska situationer, men har i praktiken betydelse endast i utomobligatoriska situationer. Den täcker alla typer av överträdelse av nationella bestämmelser som antagits med stöd av direktiv 2005/29/EG. När det gäller överträdelse av den s.k. generalklausulen om god marknadsföringssed i 5 § MFL finns det dock en begränsning. Sådana överträdelse kan endast ge rätt till skadestånd om näringsidkaren har brutit mot ett förbud eller åläggande. I andra fall är möjligheten till skadestånd enligt bestämmelsen utesluten. Regleringen innebär en viss begränsning av konsumenters möjligheter att få ersättning för skador som de drabbats av till följd av att näringsidkare begår överträdelse av artiklarna 5.1 och 5.2 i direktivet. Som nämnts ovan ges medlemsstaterna dock rätt att bestämma villkoren för tillämpningen av de avhjälpande åtgärderna och deras effekt. Medlemsstaterna får i lämpliga fall ta hänsyn till den otillbörliga affärsmetodens allvar och art, den skada konsumenten har lidit samt andra relevanta omständigheter.

Enligt utredningens bedömning bör kravet på att näringsidkaren har brutit mot ett förbud eller åläggande vid överträdelse av generalklausulen kunna anses utgöra ett sådant villkor för tillämpningen som sägs i direktivet och som medlemsstaterna har möjlighet att ta ställning till. Begränsningen när det gäller rätten till skadestånd har ansetts motiverad mot bakgrund av att allmän förmögenhetsskada som allmän princip i svensk rätt inte ersätts i utomobligatoriska förhållanden. Vidare har framhållits att generalklausulen har ett mycket vidsträckt tillämpningsområde.²³ Generalklausulen inbegriper bl.a. speciallagstiftning, Konsumentverkets föreskrifter och allmänna råd, normer som domstolar skapar genom sin praxis och andra internationellt vedertagna normer inom ramen för lagens syfte.

²³ Prop. 1994/95:123 s. 109.

Med hänsyn till detta framstår begränsningen av rätten till skadestånd vid överträdelse av generalklausulen som väl avvägd. Enligt utredningens bedömning måste begränsningen anses ligga inom det utrymme som medlemsstaterna har enligt direktivet att bestämma villkoren för tillämpningen av skadeståndet och därmed också vara förenlig med direktivet.

En förutsättning för att en konsument ska kunna få skadestånd enligt 37 § MFL är att näringsidkaren handlat med uppsåt eller oaktsamhet. Även denna begränsning bedöms utredningen vara förenlig med den EU-rättsliga regleringen.

Som har beskrivits finns det även i andra lagar regler om rätt till skadestånd för konsument i kontraktsrättsliga situationer, vilka kan aktualiseras när en konsument lidit skada på grund av en otillbörlig affärsmetod. Enligt 30 § konsumentköplagen kan en konsument t.ex. få ersättning för skada som denne drabbats av till följd av att en vara inte överensstämmer med sådana uppgifter om varans egenskaper som säljaren har lämnat vid marknadsföringen. En liknande bestämmelse om skadestånd finns i 31 § konsumenttjänstlagen. Konsumenttjänstlagen har i praxis ansetts analogt tillämplig när det gäller andra typer av tjänster än de som direkt omfattas av lagen. Även bl.a. produktansvarslagen innehåller bestämmelser om rätt till skadestånd för konsument i situationer kopplade till näringsidkarens marknadsföring.

Utredningen bedömer mot denna bakgrund att de skadeståndsbestämmelser som finns i MFL och andra konsumenträttsliga lagar uppfyller direktivets krav på att konsument ska ges rätt till skadestånd vid näringsidkarens användning av otillbörliga affärsmetoder.

Enligt direktivet ska konsument, i relevanta fall, även ges tillgång till andra avhjälpande åtgärder i form av prisavdrag eller rätt att avsluta avtalet (hävning). Det framgår inte av direktivet vad som avses med uttrycket relevanta fall. Med tanke på att medlemsstaterna får fastställa villkoren för tillämpningen av de avhjälpande åtgärderna och deras effekt torde det dock finnas ett visst utrymme att bestämma i vilka situationer som påföljderna ska gälla, så länge det inte strider mot direktivets krav på proportionalitet och effektivitet. Därtill kommer att en medlemsstat även får ha andra påföljder än de som nämns i direktivet.

Påföljder i form av prisavdrag och hävning aktualiseras endast i kontraktsrättsliga förhållanden. Detta tydliggörs i direktivtexten genom att åtgärderna ska vara tillgängliga ”i relevanta fall”. Det är

alltså inte fråga om att en konsument ska ha rätt att häva köpet på grund av en i och för sig otillbörlig marknadsföring om det inte föreligger något fel i varan eller tjänsten. Som beskrivits ovan innehåller både konsumentköplagen och konsumenttjänstlagen bestämmelser som ger konsumenter rätt till såväl prisavdrag som hävning av köpet i olika situationer. Dessa bestämmelser har ett brett tillämpningsområde och knyter an till de paragrafer som handlar om marknadsansvaret. Det finns även bestämmelser som reglerar konsumenters rätt till prisavdrag och hävning i andra lagar som rör särskilda avtalstyper. Slutligen finns det även allmänna köprättsliga principer som kan tillämpas på avtal som inte omfattas av tillämpningsområdet för de köprättsliga lagarna. Enligt utredningens bedömning måste dessa bestämmelser och allmänna principer anses innebära att konsumenter ges tillgång till avhjälpande åtgärder i relevanta fall på det sätt som sägs i direktivet och att svensk rätt därmed redan lever upp till direktivets krav.

Sammantaget bedömer utredningen att de regler som finns om rätt till skadestånd, prisavdrag och hävning i situationer då en konsument drabbats av skada till följd av otillbörliga affärsmetoder är väl förenliga med EU-rättens krav på proportionalitet och effektivitet. Därtill kommer att det även finns andra avhjälpande åtgärder i svensk rätt, t.ex. rätt att kräva avhjälpande och omleverans samt att hålla inne betalning. Det finns inte behov av författningsändringar med anledning av den nya bestämmelsen i direktiv 2005/29/EG om möjligheter till kompensation för konsumenter.

6 Information om prissänkningar

6.1 En ny bestämmelse om prissänkningar i direktiv 98/6/EG

6.1.1 Allmänt om bestämmelsen

Enligt ändringsdirektivet införs en ny artikel, 6 a, i direktiv 98/6/EG som reglerar vilka uppgifter ett tillkännagivande av en prissänkning ska innehålla. Enligt artikeln ska varje tillkännagivande av en prissänkning innehålla uppgift om det tidigare pris som näringsidkaren har tillämpat under en fastställd tidsperiod före tillämpningen av prissänkningen. Med tidigare pris avses det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat under en tidsperiod inte understigande 30 dagar före tillämpningen av prissänkningen. Artikeln innehåller vissa möjliga undantag från huvudregeln. Medlemsstaterna får föreskriva andra regler för varor som sannolikt kan försämrats eller har kort sista förbrukningsdatum. De får, om produkten funnits på marknaden i mindre än 30 dagar, även föreskriva en kortare tidsperiod. För det fall att prissänkningen ökas gradvis, får det föreskrivas att det tidigare priset är priset utan prissänkningen före den första tillämpningen av prissänkningen.

Syftet med den nya bestämmelsen om prissänkningar är att skydda konsumenter från vilseledande prissänkningar där näringsidkaren felaktigt anger ett för högt jämförpris. Den tillkom i ett sent skede av EU-förhandlingarna och förklaras inte i något särskilt skäl i ändringsdirektivet. Kommissionen har dock vid ett möte om genomförande av direktivet lämnat viss information och vägledning om hur den ska tillämpas.

6.1.2 Bestämmelsens tillämpningsområde

Bestämmelsen är endast tillämplig när en näringsidkare tillkännager en prissänkning av en vara som näringsidkaren salufört tidigare. Bestämmelsen påverkar inte näringsidkares frihet att variera sin prissättning. Den påverkar inte heller längden på prissänkningsskampanjer och är inte tillämplig på s.k. prisjämförelser, dvs. jämförelser med pris för samma vara som säljs av annan näringsidkare. Enligt vad kommissionen har uppgivit är den inte heller tillämplig på erbjudanden där ett köp av en vara ger konsumenten rätt till en ytterligare vara kostnadsfritt, t.ex. erbjudanden av typen ”köp en vara få en vara på köpet”. Sådana erbjudanden omfattas av reglerna i direktiv 2005/29/EG. Generella rabattkort eller kuponger som ger konsumenten rätt till en prissänkning vid köp hos en näringsidkare eller medlemskap i s.k. lojalitetsprogram där konsumenten vid köp av varor får särskilda förmåner vid framtida köp omfattas inte av den nya bestämmelsen. Det gör inte heller framställningar i marknadsföring som innehåller generella påståenden om en näringsidkares varor såsom ”lägsta priser”, ”realisation” eller ”lanseringspris” och som inte innehåller en specifik och mätbar information om en prissänkning.

Kommissionen har framhållit att en överträdelse av den nya bestämmelsen om prissänkningar i artikel 6 a samtidigt också kan utgöra en överträdelse av bestämmelserna om otillbörlig marknadsföring enligt direktiv 2005/29/EG.

6.1.3 Huvudregeln

Enligt punkterna 1 och 2 i artikel 6 a i direktiv 98/6/EG ska varje tillkännagivande om en prissänkning innehålla uppgift om det tidigare pris som näringsidkaren har tillämpat under en tidsperiod inte understigande 30 dagar före tillämpningen av prissänkningen. Med prissänkning avses näringsidkarens upplysning om att denne har sänkt det pris som tidigare gällt för produkten. Detta görs normalt genom att näringsidkaren anger det nya priset tillsammans med en hänvisning till det tidigare priset överkryssat och/eller en sänkning med ett visst procenttal alternativt visst belopp.

Med pris avses det försäljningspris som anges i artikel 2 a i direktiv 98/6/EG. Försäljningspris är det slutliga priset på en enhet eller en bestämd mängd av en vara, inklusive mervärdesskatt och alla övriga skatter.

Före prissänkningen ska näringsidkaren fastställa det lägsta pris som varan haft under de senaste 30 dagarna. Detta är det tidigare pris som näringsidkaren ska informera om i samband med prissänkningen. Näringsidkaren är inte skyldig att informera om hur länge näringsidkaren använt det tidigare priset utan behöver endast säkerställa att det tidigare priset är det lägsta pris som tillämpats under den senaste 30-dagarsperioden.

6.1.4 De särskilda undantagen

Enligt punkten 3 i artikeln får medlemsstaterna föreskriva andra regler för varor som sannolikt kan försämrats eller har kort sista förbrukningsdatum. Syftet är att möjliggöra regler för sådana varor som kan behöva prissänkas oftare än andra på grund av att varans sista förbrukningsdatum närmar sig.

Medlemsstaterna får, om produkten funnits på marknaden i mindre än 30 dagar, även föreskriva en kortare tidsperiod än den period som anges i andra punkten (punkten 4). Medlemsstaterna kan reglera en kortare fast period, t.ex. 10 dagar, som näringsidkaren måste ha sålt varan till fullt pris innan denne får informera om en prissänkning. Medlemsstaterna kan också tillåta näringsidkaren att själv välja en annan kortare tidsperiod för att fastställa det tidigare priset, utan att längden på denna period regleras i lag. I det senare fallet får tillbörligheten i agerandet bedömas för varje enskilt fall utifrån bestämmelserna i direktiv 2005/29/EG.

Medlemsstaterna får, för fall då prissänkningen ökas gradvis, föreskriva att det tidigare priset är priset utan prissänkningen före den första tillämpningen av prissänkningen (punkten 5). Syftet med denna valmöjlighet är att tillåta näringsidkare att som tidigare pris vid upprepade prissänkningar som ökas gradvis fortsätta att ange det ursprungliga priset före den första prissänkningen.

6.2 Gällande bestämmelser i prisinformationslagen

Prisinformationslagen (2004:347) (PIL) genomför direktiv 98/6/EG och innehåller bestämmelser om den prisinformation som en näringsidkare ska lämna när denne tillhandahåller bestämda produkter. Endast om produkten som marknadsföringen avser låter sig specificeras

så till vida att produkten kan identifieras och särskiljas uppkommer skyldighet att lämna prisinformation enligt lagen.

Enligt 11 § PIL får regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris. Bemyndigandet avseende skyldigheten att lämna prisinformation omfattar inte bara föreskrifter om uppgiftsskyldigheten som sådan, utan även bestämmelser om hur och på vilket sätt prisinformation skall lämnas. Enligt 4 § i förordningen (2009:607) med instruktion för Konsumentverket får myndigheten meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris enligt PIL.

Med stöd av den bestämmelsen har Konsumentverket meddelat föreskrifter om prisinformation (KOVFS 2012:01).¹ Föreskrifterna innehåller bestämmelser om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningsgrunderna för pris och jämförpris. Där framgår bl.a. att när en bestämd produkt bjuds ut i en försäljningslokal, i ett skyltfönster eller i omedelbar anslutning till säljstället ska priset och, i tillämpliga fall, jämförpriset anges (2 §). Prisinformationen ska som huvudregel vara skriftlig. Sådan prisinformation lämnas 1. på varan eller dess förpackning, eller 2. på en hyllkantsetikett, skylt eller på annat likvärdigt sätt i produktens omedelbara närhet (3 §).

Det finns inte någon bestämmelse som reglerar prissänkningar i PIL. Det finns dock vissa bestämmelser i MFL som kan vara tillämpliga när en näringsidkare annonserar en prissänkning. Enligt 10 § MFL är det förbjudet för en näringsidkare att använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om en produkts pris, grunderna för prisberäkningen, särskilda prisfördelar och betalningsvillkor. En näringsidkare får vid marknadsföring av produkter använda uttrycket ”realisation” eller något annat uttryck med motsvarande innebörd bara om försäljningen avser produkter som ingår i näringsidkarens ordinarie sortiment, försäljningen sker under en begränsad tid, och priserna är väsentligt lägre än näringsidkarens normala priser för motsvarande produkter (17 § MFL).²

¹ Se även KOVFS 2018:1 som rör prisinformation för elavtal.

² Patent- och marknadsdomstolen har nyligen meddelat ett avgörande där en näringsidkare, med stöd av 10 och 8 §§ MFL, förbjudits att jämföra försäljningspriset med ett ordinarie pris eller ett överstruket pris, om inte detta är det pris som bolaget vanligen tillämpar och har tillämpat under en period om minst fyra veckor omedelbart före den senaste prissänkningen (PMT 13403-19).

6.3 En ny bestämmelse om prissänkningar i PIL

Utredningens förslag: En ny bestämmelse, 7 a §, om prissänkningar införs i PIL.

Information om att priset på en produkt har sänkts ska även innehålla uppgift om det tidigare pris som gällde före sänkningen.

Med tidigare pris avses det lägsta pris som har gällt för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Om prissänkningen under denna tid har skett gradvis, avses i stället det pris som gällde före den första prissänkningen.

Skyldigheten att informera om prissänkningar ska inte gälla varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.

6.3.1 Tillkännagivande av prissänkningar ska innehålla uppgift om tidigare pris

I syfte att genomföra den nya bestämmelsen i direktivet behöver det införas en ny paragraf, 7 a §, i PIL. Av paragrafen bör det framgå att information om att priset på en produkt har sänkts även ska innehålla uppgift om det tidigare pris som gällde före sänkningen. Uttrycket tidigare pris bör, med viss språklig justering, definieras på samma sätt som i direktivet, dvs. som det lägsta pris som har gällt för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen.

Direktivet är endast tillämpligt på varor medan bestämmelserna i PIL gäller produkter, dvs. varor, tjänster eller andra nyttigheter, dock inte fast egendom och arbetstillfällen (2 § PIL). Som exempel på konsumentnyttigheter som omfattas av lagen kan nämnas telekommunikationstjänster och andra former av elektroniska kommunikationstjänster, elektrisk kraft, fjärrvärme, finansiella tjänster och nyttigheter av alla slag såsom inlåningstjänster, försäkringar och värdepappersfonder. Enligt utredningens bedömning bör den nya bestämmelsen om prissänkningar gälla samtliga produkter som omfattas av PIL. Syftet att skydda konsumenter från vilseledande prissänkningar gör sig gällande inte bara i fråga om varor utan även när det gäller tjänster och andra nyttigheter. Det finns inte anledning att göra någon skillnad i detta avseende. Eftersom direktiv 98/6/EG inte harmoniserar regelverket beträffande annat än varor så utgör EU-rätten inte något hinder mot en sådan ordning.

Utredningen bedömer att det saknas behov av en uttrycklig reglering i lagtexten beträffande nya produkter som har funnits på marknaden mindre än 30 dagar. Det får anses följa redan av första stycket i 7 a § att informationen i ett sådant fall ska innehålla det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat på produkten sedan den började säljas. Utredningen vill i detta sammanhang också peka på att särskilda introduktionspris i samband med att en ny produkt lanseras på marknaden inte träffas av bestämmelsen i 7 a §, utan det är först när det genomförs en prissänkning av produkten i förhållande till det tidigare priset som bestämmelsen blir tillämplig.

6.3.2 Prissänkningar som sker gradvis

Utredningen anser att det finns goda skäl att utnyttja möjligheten som finns i direktivet till särreglering beträffande prissänkningar som sker gradvis av bl.a. hållbarhetsskäl. Det är vanligt förekommande under vissa perioder, t.ex. vid säsongutförsäljningar av kläder och utrustning, att en näringsidkare först sänker priset på en produkt med t.ex. tjugo procent för att sedan sänka priset femtio procent och slutligen sjuttio procent. I ett sådant fall kommer näringsidkaren, med den föreslagna regleringen, att kunna ange det pris som denne tillämpade på produkten innan sänkningen med tjugo procent som det tidigare priset vid samtliga efterföljande prissänkningar.

Beträffande prissänkningar som sker gradvis föreslår utredningen alltså att den nya paragrafen i 7 a § PIL ska innehålla en bestämmelse om att informationen ska avse det pris som gällde före den första prissänkningen.

6.3.3 Varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla

Som har beskrivits ovan ger direktivet möjlighet att göra undantag från kravet på information om prissänkningar när det gäller varor som sannolikt kan försämrats eller har kort sista förbrukningsdatum. Exempel på sådana varor är vissa typer av livsmedel som kan behöva prissänkas oftare än andra för att de ska kunna säljas innan de blir förstörda. Ett annat exempel kan vara växter. Ett liknande undantag för varor som snabbt kan försämrats finns i artikel 16 d i direktiv 2011/83/EU.

I syfte att underlätta för näringsidkare att snabbt kunna genomföra prissänkningar beträffande dessa varor och därigenom undvika onödig värdeförstöring och matsvinn bedömer utredningen att Sverige bör utnyttja möjligheten till särreglering på så sätt att varorna helt undantas från informationskravet i 7 a §. Utredningen föreslår därför att det i den föreslagna paragrafen om prissänkningar tas in en särskild undantagsbestämmelse om detta. Bestämmelsen bör formuleras på liknande sätt som 2 kap. 11 § 4 i DAL.

7 Moderniserade bestämmelser om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

7.1 Inledning

I samband med att ändringsdirektivet antogs identifierades ett antal områden där konsumentskyddet behöver moderniseras inom unionen. Det övergripande syftet är att anpassa lagstiftningen med anledning av utvecklingen och digitaliseringen av konsumentmarknaden. Som har redogjorts för i avsnitt 3.2.4 är ett av direktiven som har ändrats direktiv 2011/83/EU (konsumenträttighetsdirektivet). Direktivet har i Sverige i huvudsak genomförts genom lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (DAL). Utredningen behandlar i detta kapitel behovet av ändringar i lagen i syfte att genomföra ändringarna i direktivet. De rör till stor del frågor med anknytning till avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster. Det handlar bl.a. om näringsidkarens skyldighet att ge information till konsumenten innan ett avtal ingås, konsumentens rätt att frånträda (ångra) ett avtal och verkningarna av att konsumenten frånträder avtalet. Vidare aktualiseras bl.a. frågor om konsumenters rätt till information vid avtal som ingås på en s.k. marknadsplats online.

I konsumenträttighetsdirektivet har även införts nya bestämmelser om sanktioner och sanktionsavgifter. Utredningen återkommer till dessa frågor i avsnitt 9.

7.2 Lagens tillämpningsområde

Utredningens förslag: Bestämmelserna i 2 kap. DAL ska gälla för avtal varigenom en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument och som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten.

Kapitlet ska också gälla för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och om utförande av en digital tjänst, om avtalet inte innebär en betalningsförpliktelse men konsumenten ska tillhandahålla sina personuppgifter, utom när de behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet.

Bestämmelserna om i vilka fall kapitlet inte gäller flyttas till en ny paragraf, 1 a §.

Utredningens bedömning: Det finns inte behov av lagändringar med anledning av ändringarna i direktivet om undantag för passagerartransporttjänster och varor som säljs exekutivt eller på annat sätt tvångsvis med stöd av lag.

7.2.1 Direktivregleringen

Av artikel 3 i konsumenträttighetsdirektivet jämfört med definitionerna av bl.a. distansavtal, köpeavtal och tjänsteavtal i artikel 2 framgår att direktivet gäller avtal mellan en näringsidkare och en konsument om köp av varor och tjänster som innebär att konsumenten betalar eller åtar sig att betala ett pris. Även avtal om digitalt innehåll omfattas av direktivet. Om det digitala innehållet levereras på ett fysiskt medium (t.ex. cd eller dvd) anses det i direktivets mening som en vara.

Avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium (strömning eller nedladdning) omfattas också av direktivet men klassificeras i detta sammanhang varken som köpeavtal eller tjänsteavtal (se skäl 19). Direktivet gäller även avtal om fjärrvärme och avtal om leverans av vatten, gas eller el (se skäl 25). För de nämnda avtalstyperna finns det i direktivet vissa särskilda bestämmelser om informationskrav, beräkning av ångerfristen, undantag från ångerrätten och verkningarna av att ett avtal ångras.

I samband med en uppföljning av genomförandet av direktivet uppmärksammades inom kommissionen vissa frågor som gäller digitala tjänster i förhållande till avtal om digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium.¹ Det visade sig att det i praktiken kan vara svårt att dra en klar gräns mellan dessa båda typer av avtal. En komplikation i sammanhanget var att avtal om utförande av digitala tjänster – till skillnad mot avtal om leverans av digitalt innehåll – omfattades av direktivet endast om avtalet innebär att konsumenten ska betala ett pris.

Ändringsdirektivet innebär att tillämpningsområdet för konsumenträttighetsdirektivet har justerats i syfte att åstadkomma samstämmighet med direktiv (EU) 2019/770² (direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster). Utgångspunkten är fortfarande att direktivet är tillämpligt på avtal som innebär att konsumenten betalar eller åtar sig att betala ett pris. När det gäller avtal om digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium och digitala tjänster är direktivet dock – liksom direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster – även tillämpligt om avtalet inte innebär en betalningsskyldighet men konsumenten tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla sina personuppgifter till näringsidkaren. Undantag görs för avtal där de personuppgifter som tillhandahålls behandlas av näringsidkaren endast för att tillhandahålla det digitala innehållet eller den digitala tjänsten eller för att göra det möjligt för näringsidkaren att uppfylla rättsliga krav, och näringsidkaren inte behandlar uppgifterna för något annat ändamål. Detta framgår av den nya artikel 3.1 a i direktivet.

7.2.2 Lagens tillämpningsområde bör justeras så att det stämmer överens med direktivet

Bestämmelser om avtal om lös egendom och icke finansiella tjänster finns i 2 kap. DAL. Kapitlet gäller för avtal varigenom en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt

¹ Se COM (2017)259 final, Rapport från kommissionen till Europaparlamentet och rådet om tillämpningen av Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG.

² Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster.

en konsument (2 kap. 1 § första stycket). Kapitlet gäller alla typer av överlåtelser och upplåtelser såsom köp, byten, gåvor, hyra och lån. Även egendom som överläts eller upplåts gratis omfattas alltså. Regleringen kom att få detta vida tillämpningsområde vid införandet av lagen (2000:274) om konsumentskydd vid distansavtal och hemförsäljningsavtal. Några närmare överväganden när det gäller benefika avtal gjordes dock inte i det sammanhanget (se prop. 1999/2000:89 s. 23). Inte heller i samband med att konsumenträttighetsdirektivet genomfördes tycks frågan om tillämpningsområdet ha övervägts. Detta trots att det framgick att direktivet var begränsat till att gälla avtal om varor och tjänster där konsumenten ska betala ett pris (se definitionerna av köpeavtal, tjänsteavtal och distansavtal i artikel 2). I förarbetena konstaterades endast att det står klart att direktivet, liksom regleringen i distans- och hemförsäljningslagen, omfattar avtal om överlåtelse och upplåtelse av lös egendom samt tjänsteavtal. Lagen bör därför även fortsättningsvis omfatta sådana avtal (prop. 2013/14:15 s. 36).

Det kan alltså konstateras att lagen har kommit att få ett vidare tillämpningsområde än konsumenträttighetsdirektivet framför allt på det sättet att lagen även gäller benefika avtal. Det finns i och för sig inget som hindrar att en medlemsstat på detta sätt tillämpar direktivregleringen på områden som faller utanför tillämpningsområdet. Frågan är dock om det i vart fall numera finns tillräckliga skäl för detta.

För en bred tillämpning av lagen talar att det i och för sig generellt kan sägas vara positivt för konsumenter att få information om en vara som överläts eller en tjänst som utförs. Konsumenten får klart för sig vilka huvudsakliga egenskaper varan eller tjänsten har och kontaktuppgifter till näringsidkaren m.m. Det kan i praktiken finnas situationer där det inte framstår som givet om en konsument får en vara eller en tjänst som en gåva eller om varan eller tjänsten i stället ingår i ett köp av andra varor eller tjänster. Det kan på så sätt finnas vissa gränsdragningsvårigheter.

Men det finns också skäl som talar mot en tillämpning av DAL på benefika avtal. Från konsumentskyddssynpunkt fyller ångerrätten knappast någon funktion i dessa fall. En konsument som ångrar mottagandet av en gåva har inte fullgjort någon motprestation som ska återgå. Avtalet innebär alltså ingen restitutionsförpliktelse för näringsidkaren. Syftet med näringsidkarens informationsskyldighet enligt DAL är framför allt att det ska stå klart vilka rättigheter och skyldigheter konsumenten har enligt avtalet och att en konsument

som vill ångra avtalet ska kunna utöva sin ångerrätt på det sätt som avses i lagen. Dessa intressen gör sig inte heller gällande vid benefika avtal. Dessutom måste beaktas att lagens omfattande informations-skyldighet såväl innan som efter det att ett avtal ingås kan innebära administration och kostnader i en näringsidkares verksamhet. Detta torde inte minst vara fallet för företag som är verksamma över gränserna inom EU. De kan behöva anpassa sin verksamhet för att uppfylla de särskilda informationskrav som gäller i Sverige jämfört med andra medlemsstater i unionen. I sammanhanget bör beaktas att avtal om gratis tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster – t.ex. i form av gratis molntjänster eller gratisappar – numera förekommer i stor utsträckning. Till följd av den ökade digitaliseringen och utvecklingen av e-handeln har frågan om lagens tillämpningsområde kommit att få allt större praktisk betydelse. Vidare kan konstateras att den konsumentskyddande lagstiftningen i övrigt inte gäller benefika avtal. Sådana avtal omfattas inte heller av den föreslagna nya lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal. Tanken inom EU är att det ska säkerställas samstämmighet mellan tillämpningsområdet för konsumenträttighetsdirektivet och direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster.

Vid en avvägning av de intressen som gör sig gällande bedömer utredningen att det inte är motiverat att låta benefika avtal omfattas av regleringen i DAL utan att lagens tillämpningsområde nu bör ändras så att den överensstämmer med direktivet.

Av artikel 3 i konsumenträttighetsdirektivet framgår att det ska tillämpas på avtal där konsumenten ”betalar eller åtar sig att betala priset” (se artikel 4.2 a i ändringsdirektivet). Detta bör i 2 kap. 1 § DAL lämpligen uttryckas så att lagen anges gälla avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Det uttrycket förekommer redan i 2 kap. 9 § DAL.

Det föreslagna tillägget i 1 § innebär att kapitlet – förutom benefika avtal – inte heller kommer att omfatta bytesavtal. Utredningen konstaterar dock att ångerrätten inte heller i dessa fall fyller någon egentlig praktisk funktion. En rätt att ångra ett bytesavtal innebär inte att konsumenten har rätt att få tillbaka pengar, utan endast den vara som konsumenten använt för att byta med. Som exempel kan nämnas att en konsument köper en tröja i storlek medium. Efter att ha provat tröjan upptäcker konsumenten att den är för liten. I stället för att ångra köpet byter konsumenten den till en tröja i storlek large.

En ångerrätt avseende det senare ingångna avtalet om byte innebär att konsumenten får tillbaka tröjan i storlek medium. Konsumenten har däremot inte rätt att få tillbaka några pengar. Varken bestämmelserna i direktivet eller DAL om verkan av att konsumenten utövar sin ångerrätt är heller utformade med tanke på bytesavtal. Utredningen bedömer alltså att det inte kommer att innebära någon försämring från konsumentskyddssynpunkt att byten inte omfattas av regleringen i DAL.

På motsvarande sätt som i direktivet bör det i 2 kap. 1 § införas en särskild bestämmelse som gäller avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och utförande av digitala tjänster. För dessa typer av avtal bör kapitlet gälla även om avtalet inte innebär någon betalningsförpliktelse för konsumenten, men han eller hon ska tillhandahålla sina personuppgifter. Kapitlet bör dock inte gälla när de personuppgifter som tillhandahålls behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet.³

I sammanhanget bör framhållas att det inte är fråga om att införa någon ny rättslig grund för behandling av personuppgifter. De skyldigheter som följer av GDPR⁴ gäller även vid behandlingen av sådana personuppgifter som en konsument tillhandahåller näringsidkaren enligt den föreslagna bestämmelsen. Näringsidkaren måste t.ex. innan ett avtal ingås informera om ändamålen med behandlingen och den rättsliga grunden för behandlingen (se artiklarna 13–14 GDPR).

En annan fråga som utredningen har övervägt rör det förhållandet att direktivet gäller köp av *varor* medan DAL gäller köp av *lös egendom* och om det finns behov av någon författningsändring med anledning av detta. Enligt definitionen av varor i artikel 2.3 i direktivet (som hänvisar till artikel 2.5 i direktiv [EU] 2019/771⁵, varudirektivet) avses med varor alla lösa saker samt vatten, gas och elektricitet om de saluförs i begränsad volym eller bestämd kvantitet. Vidare avses varor med digitala delar. Det står dock klart att begreppet lös egendom i svensk rätt är vidare än begreppet varor i direktivets mening.

³ En motsvarande bestämmelse finns i 1 kap. 4 § förslaget om en ny lag om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal (SOU 2020:51).

⁴ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

⁵ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, om ändring av förordning (EU) 2017/2394 och direktiv 2009/22/EG samt om upphävande av direktiv 1999/44/EG.

Lös egendom täcker bland annat in det som avses med varor i direktivet. Dessutom omfattas t.ex. rättigheter av olika slag.⁶ Regleringen i DAL innebär alltså att svensk rätt redan uppfyller de krav som ställs i direktivet. Det finns enligt utredningens bedömning därför inte behov av några lagändringar i detta avseende. Det kan också konstateras att DAL redan är tillämplig på bl.a. avtal om hyra av lös egendom, vilka i direktivet snarast tycks benämnas som en typ av tjänster. Även på detta sätt uppfyller svensk rätt alltså de krav som ställs i direktivet.

För att regleringen ska bli överskådlig föreslår utredningen att bestämmelserna i 2 kap. 1 § andra stycket om i vilka fall kapitlet inte gäller flyttas till en egen paragraf, 2 kap. 1 a §.

7.2.3 Ändringen i undantaget om passagerartransporttjänster

I artikel 3.3 k i konsumenträttighetsdirektivet finns en bestämmelse som innebär att direktivet inte gäller för avtal om passagerartransporttjänster, med undantag för vissa särskilt utpekade bestämmelser. Bestämmelsen har nu ändrats så att artikel 21 har lagts till bland de artiklar som ska gälla även för dessa avtal (se ändringsdirektivet artikel 4.2 c). Av den artikeln framgår att om näringsidkaren har en telefontjänst för kundkontakter i anslutning till avtal som ingåtts, ska medlemsstaterna se till att konsumenter som ringer upp näringsidkaren inte debiteras mer än grundläggande samtalstariff. Detta ska dock inte påverka rätten hos dem som tillhandahåller telekommunikationstjänster att ta ut avgifter för sådana samtal.

Artikel 3.3 k har genomförts i 2 kap. 1 § fjärde stycket DAL. Bestämmelsen innebär att vid avtal om transport av personer gäller endast 3 § tredje stycket och 9 §. Om avtalet ingås på en webbplats ska näringsidkaren alltså även i dessa fall särskilt uppmärksamma konsumenten på viss information och konsumenten är bunden av en beställning som medför en betalningsförpliktelse endast om den har tydliggjorts före beställningen och konsumenten uttryckligen har påtagit sig förpliktelsen.

Artikel 21 i direktivet har genomförts i 3 a § AVLK. Enligt den bestämmelsen ska ett avtalsvillkor anses oskäligt om det innebär att

⁶ Begreppet lös egendom förekommer t.ex. i 1 § köplagen (1990:931). Se om den närmare innebörden i Ramberg och Herre, Köplagen En kommentar, JUNO version 3, kommentaren till 1 §.

konsumenten är hänvisad till att använda ett telefonnummer med förhöjd taxa för att ta kontakt med näringsidkaren per telefon med anledning av ett mellan dem ingånget avtal. Syftet är att komma till rätta med avtalsvillkor som innebär att konsumenten är hänvisad till betalnummer vid kontakter med näringsidkaren, och att skydda konsumenten mot att då drabbas av oväntade samtalsavgifter.⁷ Tillämpningsområdet för AVLK är vidsträckt genom att lagen tillämpas på avtalsvillkor över hela konsumentområdet.⁸ Bestämmelsen i 3 a § AVLK är således redan tillämplig på avtal om passagerartransporttjänster och utredningen bedömer därför att det inte behövs någon ändring i DAL för att genomföra ändringen i direktivet.

7.2.4 Varor som säljs exekutivt eller på annat sätt tvångsvis med stöd av lag

I artikel 3.3 i konsumenträttighetsdirektivet har införts ett nytt led, n), som innebär att direktivet inte ska tillämpas på avtal om varor som säljs exekutivt eller på annat sätt tvångsvis med stöd av lag (se ändringsdirektivet artikel 4.2 c). Tidigare framgick detta av definitionen av varor i artikel 2.3 där det angavs att med varor avses alla lösa saker, utom saker som säljs exekutivt eller annars tvångsvis med stöd av lag. Det är alltså inte fråga om något nytt undantag. Utredningen har dock övervägt om det ändå finns anledning att göra några lagändringar i detta avseende.

Bestämmelser om exekutiv försäljning finns i 8–14 kap. utsökningensbalken. Utmätt egendom säljs genom Kronofogdemyndighetens försorg. Bestämmelser om försäljning av egendom tvångsvis med stöd av lag finns även i bl.a. konkurslagen (1987:672). Ett annat exempel är lagen (1904:48 s. 1) om samäganderätt. Eftersom direktivbestämmelsen innebär att sådana varor inte omfattas av direktivet och därmed det harmoniserade området står det Sverige fritt att välja om DAL ska vara tillämplig även på sådana avtal.

Vid genomförandet av direktivet tycks frågan inte har övervägts närmare. Ett motsvarande undantag finns i konsumentköpsdirektivet.⁹ Vid genomförandet av det direktivet gjordes bedömningen att

⁷ Prop. 2013/14:15 s. 62 f. och 71.

⁸ Prop. 1994/95:17 s. 86.

⁹ Direktiv (1999/44/EG) om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier.

det i svensk rätt är oklart om det konsumentköprättsliga regerverket alls är tillämpligt på exekutiv försäljning, och det överlämnades åt rättstillämpningen att avgöra om köprättsliga regler bör komma till användning vid sådan försäljning. Det ansågs lämpligt att frågan även fortsättningsvis lämnades öppen (se prop. 2001/02:134 s. 23 f). Utredningen om nya konsumentköpregler har bedömt att det nu saknas anledning att göra en annan bedömning (SOU 2020:51 s. 84).

När det gäller annan typ av försäljning som sker tvångsvis med stöd av lag, bl.a. konkursbos försäljning av gäldenärens egendom, har det ansetts att vanliga köprättsliga felregler är tillämpliga och att konsumentköplagen kan tillämpas. Vid genomförandet av konsumentköpsdirektivet valde regeringen att avstå från att införa undantag för sådana försäljningar med motiveringen att det skulle urholka konsumentskyddet (prop. 2001/02:134 s. 23 f).

I samband med att det genomfördes en möjlighet för Kronofogdemyndigheten att sälja utmätt lös egendom genom budgivning på internet (e-auktion) bedömdes att bestämmelserna om informationsskyldighet och ångerrätt i DAL inte borde vara tillämpliga på exekutiv försäljning av utmätt lös egendom, där såväl informationen inför som genomförande av auktionen och andra frågor om försäljningens bestånd är särskilt reglerade. Detta ansågs vara i linje med att konsumenträttsdirektivet inte omfattar varor som säljs exekutivt eller annars tvångsvis med stöd av lag. Någon särskild bestämmelse om detta bedömdes inte nödvändig (se prop. 2013/14:43 s. 14 f.).

Som redogjorts för har det i tidigare sammanhang gjorts bedömningen att frågan om tillämpningen av köprättsliga regler bör lämnas öppen när det gäller varor som säljs exekutivt. Utredningen finner inte skäl att göra någon annan bedömning i detta sammanhang. I avsaknad av något särskilt undantag för andra former av tvångsvisa försäljningar drar utredningen slutsatsen att DAL i dag är tillämplig i situationer där en näringsidkare försätts i konkurs och konkursboet under hand överlåter konkursgäldenärens egendom via en webbplats. Det kan i praktiken vara svårt för en konsument att ta ställning till om den som överlåter egendom är ett konkursbo. Att undanta dessa avtal från lagens tillämpning skulle leda till ett försämrat konsumentskydd. Konsumenten skulle då inte ha någon ångerrätt och inte heller rätt till viss information om varan. Enligt utredningens bedömning finns det inte skäl att införa något undantag för dessa eller andra tvångsvisa försäljningar.

7.3 Definitioner

Utredningens förslag: I DAL införs definitioner av begreppen digital tjänst, varor med digitala delar, kompatibilitet, driftskompatibilitet, marknadsplats online och personuppgifter. Definitionen av digitalt innehåll justeras så att den språkligt stämmer överens med definitionen i direktiv (EU) 2019/770 om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster.

Utredningens bedömning: Det finns inte behov av några särskilda definitioner av begreppen funktionalitet och leverantör av marknadsplats online i lagen.

Genom ändringsdirektivet införs vissa nya definitioner i konsumenträttighetsdirektivet. Ett sådant begrepp är *digital tjänst*. Direktivet hänvisar här till en definition i artikel 2.2 i direktiv (EU) 2019/770 (direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster). Med digital tjänst avses där en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller en tjänst som gör det möjligt att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller andra användare av den tjänsten.

En definition av *digitalt innehåll* har redan tidigare funnits i konsumenträttighetsdirektivet. Den ändring som görs innebär att det nu i stället hänvisas till en definition av samma begrepp i direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll. Med digitalt innehåll avses där data som framställs och tillhandahålls i digital form.

Ändringsdirektivet innebär också att det införs en ny utvidgad definition av begreppet *varor*, motsvarande den som finns i varudirektivet. Enligt definitionen avses med varor: a) alla lösa saker (vatten, gas och elektricitet anses också vara varor i direktivets mening när de saluförs i begränsad volym eller bestämd kvantitet), b) alla lösa saker som integrerar eller är sammankopplade med digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant sätt att frånvaron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna inte fungerar (varor med digitala delar).

Utredningen om nya konsumentköpregler har föreslagit att varudirektivet och direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster ska genomföras i en ny lag om konsumentskydd

vid köp och vissa andra avtal. I betänkandet föreslås att bl.a. begreppen digitalt innehåll, digital tjänst och varor med digitala delar definieras i den nya lagen. Någon definition av begreppet varor föreslås däremot inte (se SOU 2020:51).

Det står till en början klart att definitionen av begreppet digital tjänst bör införas i 1 kap. 2 § DAL. Vidare bör definitionen av digitalt innehåll justeras så att den språkligt överensstämmer med definitionen i direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster (och den föreslagna nya lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal). Gränsdragningen mellan dessa två typer av avtal har praktisk betydelse när det gäller tillämpningen av bestämmelserna om ångerrätt.

I samband med genomförandet av konsumenträttsdirektivet gjordes bedömningen att begreppet varor var tillräckligt tydligt i sig självt och att det inte var nödvändigt att införa en definition i den svenska lagen (prop. 2013/14:15 s. 35 f.). Det saknas anledning att nu göra någon annan bedömning. Som har framhållits i avsnitt 7.2 är varor en typ av lös egendom så som detta begrepp används i 2 kap. 1 § DAL och även i svensk rätt generellt. Begreppet vara är synonymt med lös sak. Detta är vedertaget och i sig så klart att det inte behöver anges i en definition. Det står även klart att vatten, gas och elektricitet utgör varor när de saluförs i begränsad volym eller bestämd kvantitet. Detta framgår även motsatsvis av de särskilda bestämmelserna i DAL om leverans av vatten, gas och el när försäljningen *inte* sker i en begränsad volym eller fastställd kvantitet (se 2 kap. 12 § tredje stycket och 15 § 4). Inte heller i den föreslagna lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal föreslås någon definition av begreppet varor. Däremot bör begreppet *varor med digitala delar* definieras. Det är av betydelse framför allt när det gäller gränsdragningen i förhållande till avtal om digitalt innehåll. I lagen finns också särskilda informationskrav för varor med digitala delar.

I konsumenträttsdirektivet har vidare införts en definition av begreppet *funktionalitet*. Det definieras som kapaciteten hos det digitala innehållet eller den digitala tjänsten att fungera på avsett vis. Begreppet funktionalitet tar sikte på informationskravet i 2 kap. 2 § första stycket 18. Enligt bestämmelsen ska näringsidkaren informera om funktionen hos digitalt innehåll, inbegripet tekniska skyddsåtgärder. Bestämmelsen syftar till att konsumenten ska få allmän information om det digitala innehållets funktion för att kunna bilda

sig en uppfattning om användningsområdet. Konsumenten ska få information om vilka tekniska skyddsåtgärder som har använts, vilket t.ex. innebär att information ska ges om huruvida det följer några särskilda begränsningar i möjligheten att använda innehållet till följd av att detta är skyddat mot exempelvis kopiering (se prop. 2013/14:15 s. 82). Enligt utredningens bedömning tillför den nya definitionen av funktionalitet knappast något i sak när det gäller förståelsen av bestämmelsen. Att näringsidkaren ska informera om kapaciteten att fungera på avsett vis måste anses framgå redan av den gällande ordalydelsen. Utredningen bedömer alltså att det inte finns behov av att införa en definition av begreppet funktionalitet i DAL. Någon sådan definition finns inte heller i den föreslagna lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal.

I direktivet har vidare införts definitioner av begreppen *kompatibilitet* och *driftskompatibilitet*. De är centrala vid tillämpningen av det nya föreslagna utvidgade informationskravet för varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster i 2 kap. 2 § DAL (den föreslagna nya punkten 20) och i sig inte självklara till sin innebörd. Utredningen föreslår därför att definitioner av begreppen införs i DAL.

I direktivet finns också en definition av begreppet *marknadsplats online*. Det avser en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning, som gör det möjligt för konsumenter att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter. Även detta är ett centralt begrepp som bör definieras i DAL. Begreppet *leverantör av marknadsplats online* behöver däremot inte definieras i lagen. Det förklaras i stället lämpligen i anslutning till den bestämmelsen där den aktualiseras, dvs. 2 kap. 2 b § (se avsnitt 7.5).

I direktivet har vidare införts en definition av begreppet *personuppgifter*. Det hänvisas till definitionen i artikel 4.1 i förordning (EU) 2016/679 (GDPR). Begreppet har betydelse dels när det gäller tillämpningsområdet för 2 kap. DAL, dels i fråga om verkningarna av att konsumenten utövar sin ångerrätt. Utredningen föreslår att även denna definition tas in i 1 kap. 2 § DAL. En motsvarande definition föreslås i den nya lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal.

Genom ändringsdirektivet justeras de tidigare definitionerna av begreppen *köpeavtal* och *tjänsteavtal* i vissa avseenden (artiklarna 2.5–2.6 i konsumenträttighetsdirektivet). Definitionerna ändras endast i mindre mån. Regeringen har tidigare gjort bedömningen att det saknas behov av att föra in dessa definitioner i DAL (prop. 2013/14:15 s. 35 f.). Utredningen delar den bedömningen.

7.4 Information innan ett avtal ingås

Utredningens förslag: Bestämmelserna i 2 kap. 2 § första stycket DAL om näringsidkarens informationsskyldighet innan ett avtal ingås ändras på följande sätt.

Näringsidkaren ska, utöver information om sin e-postadress, även informera konsumenten om andra medel för kommunikation via internet som näringsidkaren tillhandahåller och som gör det möjligt för konsumenten att bevara uppgifter i en läsbar och varaktig form. Om näringsidkaren agerar för någon annans räkning ska motsvarande uppgifter lämnas för den näringsidkaren (punkten 1).

Näringsidkaren ska informera om ifall priset har personanpassats på grund av automatiserat beslutsfattande (punkten 4).

Näringsidkaren ska informera om funktionen hos en vara med digitala delar, digitalt innehåll eller en digital tjänst, inbegripet tekniska skyddsåtgärder (punkten 19).

Näringsidkaren ska, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster (punkten 20).

Utredningens bedömning: Det finns inte behov av lagändringar med anledning av att det i konsumenträttighetsdirektivet införs en bestämmelse om att näringsidkaren ska informera om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet, inte bara för varor, utan även för digitalt innehåll och digitala tjänster.

7.4.1 Näringsidkarens kontaktuppgifter

I artikel 6 i konsumenträttighetsdirektivet finns bestämmelser om vilken information som näringsidkaren ska ge konsumenten innan ett avtal ingås. Artikel 6.1 c har ändrats på det sättet att ordet faxnummer har utgått. Vidare har ett tillägg gjorts om att näringsidkare som utöver e-post tillhandahåller andra medel för kommunikation via internet och som garanterar att konsumenten kan lagra korrespondens med denne på ett varaktigt medium, ska informera om dessa. Bestämmelsen syftar till att konsumenten enkelt ska kunna identifiera och kontakta näringsidkaren.

Direktivbestämmelsen har genomförts i 2 kap. 2 § första stycket punkten 1 i DAL. Enligt punkten 1 ska näringsidkaren, innan ett avtal ingås ge konsumenten information om sitt namn, organisationsnummer, telefonnummer och telefaxnummer samt sin adress och e-postadress, och, om näringsidkaren agerar för någon annans räkning, dennes motsvarande uppgifter.

Utredningen konstaterar att kravet på att näringsidkaren ska informera om telefaxnummer nu behöver tas bort från den nämnda bestämmelsen i DAL och att ett tillägg behöver göras avseende andra medel för kommunikation via internet än e-post. I direktivet används begreppet *varaktigt medium*. I tidigare lagstiftningssammanhang har det bedömts lämpligare att i lagtexten använda uttrycket *i en läsbar och varaktig form* (se t.ex. formuleringarna i 2 kap. 3 a § andra stycket och 2 kap. 4 § andra stycket).¹⁰ Uttrycket varaktigt medium förekommer därför inte i lagen. De båda begreppen har dock samma innebörd. I enlighet med detta föreslår utredningen att uttrycket i en läsbar och varaktig form används även i den nu aktuella bestämmelsen.

7.4.2 Personanpassning av priset

I artikel 6 i direktivet har införts en ny bestämmelse (artikel 6.1 ea) som innebär att näringsidkaren, om tillämpligt, ska informera om att priset har personanpassats på grundval av automatiskt beslutsfattande.

Bakgrunden till bestämmelsen är att näringsidkare kan personanpassa priset på sina erbjudanden till specifika konsumenter eller specifika grupper av konsumenter baserat på automatiserat beslutsfattande och profilering av konsumentbeteende, som ger närings-

¹⁰ Se prop. 2004/05:13 s. 44 f. och prop. 2013/14:15 s. 36.

idkarna möjlighet att bedöma konsumenternas köpkraft. Konsumenterna bör därför tydligt informeras när det pris som anges har personanpassats på grundval av automatiserat beslutsfattande, så att de kan ta hänsyn till eventuella risker när de fattar sitt köpbeslut.

En bestämmelse med motsvarande informationskrav bör införas i DAL. Utredningen föreslår att bestämmelsen införs i en ny punkt 4 i 2 kap. 2 § första stycket.

7.4.3 Information om att det finns en rättslig garanti

Enligt artikel 6.1 l i direktivet ska näringsidkaren påminna konsumenten om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varorna. Bestämmelsen har nu ändrats på det sättet att näringsidkaren även ska påminna om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för digitalt innehåll och digitala tjänster.

I 2 kap. 2 § DAL finns inte någon särskild bestämmelse som uttryckligen nämner begreppet rättsliga garantier. I samband med genomförandet av direktivet infördes dock ett informationskrav som tog sikte på den rätt som konsumenten har att reklamera enligt lag (punkten 8). Vidare infördes ett informationskrav rörande garantier eller liknande utfästelser (punkten 12). Med anledning av vissa synpunkter från kommissionen om genomförandet av direktivet och att det saknades en definition av begreppet garanti har informationskravet i punkten 12 förtydligats så att det nu framgår att information ska ges om åtaganden från näringsidkaren eller tillverkaren om att, utöver vad som följer av lag, betala tillbaka det som betalats för varan, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall varan inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt. I samband med lagändringen konstaterades att begreppet rättsliga garantier inte definieras i direktivet och att det inte används i svensk förmögenhetsrättslig lagstiftning men att det – till skillnad från kommersiella garantier – förefaller ta sikte på rättigheter och skyldigheter som följer av lag (se prop. 2019/20:63 s. 30).

Enligt utredningens bedömning bör slutsatsen kunna dras att uttrycket rättslig garanti avser den rätt som en konsument har enligt lag att åberopa ett fel i en vara, digitalt innehåll eller en digital tjänst,

dvs. rätten att reklamera. Det är alltså fråga om informationskravet i punkten 8. Bestämmelsen är redan i dag utformad på ett sådant sätt att den gäller alla avtal som omfattas av lagens tillämpningsområde dvs. såväl köp av varor som digitalt innehåll och digitala tjänster. Utredningen bedömer därför att det inte finns behov av några lagändringar med anledning av den nya lydelsen i direktivet.

7.4.4 Information om funktionalitet, kompatibilitet och driftskompatibilitet

Enligt artikel 6.1 r i direktivet ska näringsidkaren ge information om funktionen, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för digitalt innehåll. Enligt artikel 6.1 s ska information ges om det digitala innehållets relevanta driftskompatibilitet med maskin- och programvara enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till.

Informationskraven i de båda bestämmelserna har nu utvidgats till att även gälla varor med digitala delar och digitala tjänster. Enligt artikel 6.1 s ska näringsidkaren nu också informera om relevant kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till.

I direktivet har införts definitioner av begreppen funktionalitet, kompatibilitet och driftskompatibilitet. Det hänvisas till definitioner av samma begrepp i direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster. I 2 kap. 2 § första stycket 18 DAL finns en bestämmelse om näringsidkarens skyldighet att informera om funktionen hos digitalt innehåll. Bestämmelsen innebär att näringsidkaren innan avtal ingås ska informera om funktionen hos digitalt innehåll, inbegripet tekniska skyddsåtgärder, och, i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, vilken maskin- och programvara som krävs för att använda det digitala innehållet.

Med anledning av de nya direktivbestämmelserna behöver informationskravet om funktionaliteten hos digitalt innehåll utvidgas så att det även gäller varor med digitalt innehåll och digitala tjänster. Som redogjorts för i avsnitt 7.3 har det i direktivet införts en definition av funktionalitet. Enligt utredningens bedömning tillför den knappast något i sak när det gäller förståelsen av bestämmelsen. Ut-

redningen bedömer alltså att det inte finns behov av att införa en definition av begreppet funktionalitet i lagen.

I syfte att göra regleringen överskådlig bör det utvidgade informationskravet i fråga om kompatibiliteten och driftskompatibiliteten införas i en ny egen punkt. Det bör utformas i nära anslutning till direktivtexten. Som framgår av avsnitt 7.3 föreslår utredningen att begreppen kompatibilitet och driftskompatibilitet definieras i lagen.

7.5 Avtal som ingås på en marknadsplats online

Utredningens förslag: Innan ett avtal ingås på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen ge konsumenten information om

1. de kriterier som främst bestämmer rankningen av de erbjudanden som presenteras vid en sökning och deras betydelse jämfört med andra kriterier,
2. huruvida den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det,
3. ifall den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll inte är näringsidkare, att bestämmelserna i denna lag och andra konsumentskyddande lagar inte gäller, och
4. i tillämpliga fall, hur förpliktelserna enligt avtalet är uppdelade mellan den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll och den som tillhandahåller marknadsplatsen.

Informationen ska ges klart och begripligt och på ett sätt som är anpassat till det medel för distanskommunikation som används. Informationen om de kriterier som främst bestämmer rankningen av erbjudanden ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras.

7.5.1 Något om marknadsplatser online

En marknadsplats online är en så kallad onlinebaserad förmedlingstjänst. Ibland används i stället uttrycket digital marknadsplats eller e-marknadsplats. På en marknadsplats online ingår det företag som tillhandahåller marknadsplatsen avtal med företag och andra som vill sälja varor eller tjänster på marknadsplatsen. Konsumenterna kan köpa varor och tjänster av dessa. Marknadsplatsens uppgift är att koppla samman köpare och säljare och att möjliggöra transaktioner mellan självständiga parter. Den hjälper konsumenterna att sortera och presentera produkter som erbjuds.

Marknadsplatser online har under senare år blivit en växande form av e-handel. Utvecklingen har skapat nya möjligheter för företag att nå konsumenterna. Leverantören av marknadsplatsen kan ibland fungera som en ren mellanhand mellan säljaren och köparen. Det kan dock också vara så att leverantören av marknadsplatsen är aktiv under försäljningsprocessen och även säljer produkter i eget namn. Företaget kan t.ex. tillhandahålla marknadsföring, lagring och leverans av produkter, betalningslösningar, leveranstjänster och tar hand om returer, kundvård och klagomål.¹¹

Som exempel på marknadsplatser online som är globala kan nämnas Amazon, AliExpress, E-bay och Wish. Blocket och Tradera är exempel på svenska marknadsplatser.

Genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster (EU:s plattformsförordning), har informationskrav införts för leverantörer av onlinebaserade förmedlingstjänster, dvs. bland annat leverantörer av marknadsplatser online. Informationskraven i förordningen gäller i förhållande till de företag som erbjuder varor och tjänster på marknadsplatserna. Syftet med förordningen är att företag som erbjuder varor och tjänster på marknadsplatsen ska erbjudas ändamålsenlig transparens, rättvisa villkor och effektiva möjligheter till prövning.

¹¹ För en närmare beskrivning av marknadsplatser online, se Handelsrådet (2019): *Digitala marknadsplatser och e-handelsplattformar*, Rapport.

7.5.2 Direktivregleringen

I konsumenträttighetsdirektivet har införts en ny artikel, 6 a, med särskilda informationskrav för avtal som ingås på marknadsplatser online. Bakgrunden är att när konsumenter erbjuds produkter på marknadsplatser online är både den som tillhandahåller marknadsplatsen och den som säljer produkten delaktiga i tillhandahållandet av den förhandsinformation som ska ges innan avtal ingås. Det kan vara svårt för konsumenter att förstå vem som är deras avtalspart och hur deras rättigheter och skyldigheter påverkas. EU:s plattformsförordning innehåller inte några särskilda informationskrav till förmån för konsumenter som köper produkter på marknadsplatserna. Det finns därför behov av kompletterande informationskrav (skäl 24 i ändringsdirektivet).

En marknadsplats online definieras i direktivet som en tjänst som använder programvara inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning, som ger konsumenter möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter.¹² En leverantör av en marknadsplats online definieras som en näringsidkare som tillhandahåller en marknadsplats online till konsumenter. (Se artikel 2.17 och 18).

Enligt den nya artikel 6 a ska leverantören av marknadsplatsen online, innan en konsument blir bunden av ett distansavtal eller ett motsvarande erbjudande på en marknadsplats online, utan att det påverkar tillämpningen av direktiv 2005/29/EG, klart och tydligt, och på ett sätt som är lämpligt för medlet för distanskommunikation, ge konsumenten information om följande:

- a) Allmän information, som tillhandahålls i ett särskilt avsnitt av onlinegränssnittet och är direkt och enkelt tillgänglig från den sida där sökresultaten presenteras, om de huvudparametrar som bestämmer rankningen, enligt definitionen i artikel 2.1 m i direktiv 2005/29/EG, av erbjudanden som presenteras för konsumenten till följd av sökningen och dessa parametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar.

¹² Definitionen av marknadsplats online har formulerats mer teknikneutralt än i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 524/2013 av den 21 maj 2013 om tvistlösning online vid konsumenttvister och om ändring av förordning (EG) nr 2006/2004 och direktiv 2009/22/EG (förordningen om tvistlösning online vid konsumenttvister) (EUT L 165, 18.6.2013, s. 1) och Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/1148 av den 6 juli 2016 om åtgärder för en hög gemensam nivå på säkerhet i nätverks- och informationssystem i hela unionen (EUT L 194, 19.7.2016, s. 1).

b) Huruvida den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet är näringsidkare eller inte, på grundval av den tredje partens förklaring till leverantören av marknadsplatsen online.

c) När den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet inte är en näringsidkare, att konsumenträttigheterna enligt unionens konsumentskyddslagstiftning inte är tillämpliga på avtalet.

d) I tillämpliga fall, hur skyldigheterna enligt avtalet är uppdelade mellan den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet och leverantören av marknadsplatsen online; denna information påverkar inte det ansvar som leverantören av marknadsplatsen online eller tredjepartsnäringsidkaren har när det gäller avtalet enligt annan unionsrätt eller nationell rätt.

Av artikeln framgår att medlemsstaterna, utan att det påverkar tillämpningen av direktiv 2000/31/EG¹³, får införa ytterligare informationskrav för leverantörer av marknadsplatser online. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet.

7.5.3 Nya informationskrav för avtal som ingår på en marknadsplats online

De nya informationskraven för leverantörer av marknadsplatser online bör lämpligen genomföras i en egen ny paragraf, 2 b §, i andra kapitlet DAL. I syfte att säkerställa en enhetlig tillämpning inom unionen bör informationskraven utformas i nära anslutning till direktivtexten. Bestämmelserna bör formuleras så att de riktar sig till den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen. Detta ligger i linje med direktivets definition av begreppet leverantör av en marknadsplats online och innebär att det inte behöver införas någon särskild definition av detta begrepp i lagen (se avsnitt 7.3).

I avsnitt 5.4 och 5.5 föreslår utredningen att det även i MFL införs informationskrav om rankning och huruvida den som erbjuder en produkt på en marknadsplats online är näringsidkare. Det är i dessa avseenden fråga om en viss överlappning i regleringen. Även de bakomliggande direktiven är dock utformade så. I artikel 6 a i konsumenträttighetsdirektivet framhålls att informationskraven där gäller utan att det påverkar tillämpningen av direktiv 2005/29/EG. Med hänsyn till hur direktiven är utformade och i syfte att undvika

¹³ Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden.

oklarhet anser utredningen att informationskraven i konsumenträttighetsdirektivet i sin helhet bör komma till uttryck i DAL.

Utredningen bedömer att det inte finns skäl att utnyttja möjligheten i direktivet att införa ytterligare informationskrav utöver de som regleras i direktivet. Informationskraven i direktivet bedöms vara tillräckliga för att tillgodose konsumenternas behov av information vid avtal som ingås på en marknadsplats online.

Bestämmelserna i direktivet om hur informationen ska ges bör lämpligen genomföras genom ändringar i 3 § DAL. Av paragrafens första stycke framgår att information enligt 2 och 2 a §§ ska ges klart och begripligt och på ett sätt som är anpassat till det medel för distanskommunikation som används. Den bestämmelsen bör även göras tillämplig i fråga om det nya informationskravet som riktar sig till den näringsidkare som tillhandahåller en marknadsplats online. I paragrafen bör vidare läggas till en bestämmelse om att informationen om de kriterier som främst bestämmer rankningen av erbjudanden ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras (jfr utredningens överväganden i avsnitt 5.5 om informationskravet gällande rankning i MFL).

7.6 Tjänster som börjar utföras under ångerfristen

Utredningens bedömning: Det finns inte behov av några lagändringar med anledning av tilläggen i konsumenträttighetsdirektivet om tjänster som börjar utföras under ångerfristen.

I artikel 7 och 8 i konsumenträttighetsdirektivet finns vissa bestämmelser om ingående av distansavtal och avtal utanför affärslokaler. Artikel 7.3 och 8.8 tar sikte på tillhandahållandet av tjänster eller leverans av vatten, gas eller el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet. Om konsumenten vill att utförandet av tjänsten eller leveransen ska inledas redan under ångerfristen ska näringsidkaren kräva att konsumenten kommer in med en uttrycklig begäran om det. Vid avtal utanför affärslokaler ska begäran ges på ett varaktigt medium.

Bestämmelserna bör läsas tillsammans med artikel 14.3 som reglerar konsumentens skyldigheter vid frånträde av avtal. Om konsu-

menten utövar sin ångerrätt efter att ha lämnat in en begäran i enlighet med artiklarna 7.3 eller 8.8 ska konsumenten betala näringsidkaren ett belopp som står i proportion till omfattningen av de tjänster som tillhandahållits fram till dess att konsumenten underrettar näringsidkaren om att han utövar sin ångerrätt. Det finns även ett samband med artikel 16.1 som innebär att ångerrätten inte gäller för avtal om tillhandahållande av en tjänst sedan tjänsten fullständigt utförts, såvida tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga samtycke och konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad efter det att näringsidkaren fullgjort avtalet.

Genom ändringsdirektivet har det förtydligats att artiklarna 7.3 och 8.8 gäller avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Vidare har tillagts att näringsidkaren ska begära att konsumenten medger att konsumentens ångerrätt går förlorad efter det att näringsidkaren fullständigt utfört avtalet. Ändringarna innebär att bestämmelserna nu stämmer bättre överens med det nämnda undantaget från ångerrätten i artikel 16.1 och konsumentens skyldigheter vid frånträde av avtalet i artikel 14.3.

Vid genomförandet av konsumenträttighetsdirektivet infördes i DAL inte någon särskild bestämmelse om vad näringsidkaren ska kräva när en tjänst m.m. inleds under ångerfristen. Av 2 kap. 11 § 1 DAL framgår dock att ångerrätten inte gäller för avtal som avser en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts. I 2 kap. 15 § 3 och 4 regleras vad konsumenten ska ersätta näringsidkaren för vid utövande av ångerrätten. Enligt punkten 3 ska konsumenten ersätta näringsidkaren med en proportionell andel av det avtalade priset, i den mån priset är skäligt, för en tjänst som delvis utförts innan konsumenten utövade ångerrätten, under förutsättning att konsumenten uttryckligen, och i fråga om avtal utanför affärslokaler i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form,¹⁴ har begärt att tjänsten skulle börja utföras under ångerfristen, och näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 9 och 11 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket.

¹⁴ Kravet på att begäran skulle lämnas i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form tillades efter det att kommissionen ifrågasatt genomförandet av direktivet i denna del, se prop. 2019/20:63 s. 36 f.

I punkten 4 finns en motsvarande bestämmelse för avtal om vatten, gas eller el, när försäljningen inte skett i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller fjärrvärme, där leveransen påbörjats innan konsumenten utövade ångerrätten.

Som har beskrivits framgår det av regleringen i DAL att näringsidkaren måste kräva att konsumenten uttryckligen begär att tjänsten ska börja utföras, för att ha rätt till en andel av priset för en tjänst som delvis utförts om konsumenten ångrar avtalet innan ångerfristen löpt ut. Vidare förutsätter en tillämpning av undantaget från ångerrätten för tjänster som har fullgjorts att konsumenten har medgett att det inte finns någon ångerrätt. Som framgår av avsnitt 7.9 föreslår utredningen att det i bestämmelsen görs ett tillägg om att detta endast ska gälla för tjänster som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Enligt utredningens bedömning innebär detta att svensk rätt lever upp till direktivets krav, även i förhållande till de ändringar som nu införs genom ändringsdirektivet. Det behövs inga ytterligare lagändringar med anledning av ändringarna i direktivet om tjänster som börjar utföras under ångerfristen.

7.7 Näringsidkarens skyldighet att ge konsumenten ett standardformulär för utövande av ångerrätten

Utredningens bedömning: Det finns inte behov av några lagändringar med anledning av ändringarna i konsumenträttighetsdirektivet om näringsidkarens skyldighet att ge konsumenten ett standardformulär för utövande av ångerrätten.

Artikel 8.4 i konsumenträttighetsdirektivet innehåller en särskild bestämmelse för situationer där avtal ingås med hjälp av ett medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen. Så kan exempelvis vara fallet om avtalet ingås muntligen per telefon eller genom sms. I ett sådant fall måste endast viss närmare angiven information ges till konsumenten med det kommunikationsmedlet. Övrig information får lämnas på något annat lämpligt sätt i enlighet med kraven i artikel 8.1. Ett lämpligt sätt kan vara att näringsidkaren hänvisar konsumenten till någon annan informationskälla, t.ex. genom en länk till

näringsidkarens webbplats där den relevanta informationen är direkt och lätt tillgänglig (skäl 36 i direktivet).

I artikel 8.4 har det nu förtydligats att standardformuläret för utövande av ångerrätt i bilaga I B till direktivet inte behöver lämnas med det kommunikationsmedel som används för ingående av avtalet enligt bestämmelsen. Standardformuläret får lämnas på något annat lämpligt sätt i enlighet med kraven i artikel 8.1.

Bestämmelsen i artikel 8.4 har sin motsvarighet i 2 kap. 3 § andra stycket DAL. Bestämmelsen i andra stycket tar sikte på situationer då avtalet ska ingås genom ett sådant medel för distanskommunikation som gör att information endast kan ges i begränsad omfattning eller under begränsad tid.

Mot bakgrund av en dom från EU-domstolen (EU-domstolens dom av den 23 januari 2019, Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47) har bestämmelsen ändrats samtidigt som en ny bestämmelse har införts i 2 kap. 2 a §. Sedan den 1 maj 2020 gäller att näringsidkaren innan ett avtal ingås, om det finns en ångerrätt, ska ge konsumenten ett standardformulär för utövande av ångerrätten. I de situationer som omfattas av 3 § andra stycket får standardformuläret ges på något annat lämpligt sätt i enlighet med kraven i första stycket i paragrafen. Det är alltså möjligt att t.ex. ingå avtal per telefon eller sms utan att samtidigt behöva ge konsumenten standardformuläret för utövande av ångerrätten genom det kommunikationssättet. Formuläret kan exempelvis skickas med e-post eller finnas tillgängligt på en webbplats dit konsumenten hänvisas (prop. 2019/20:63 s. 57).

Utredningen konstaterar att den svenska regleringen, efter lagändringen väl överensstämmer med direktivets nya lydelse. Det behövs inga ytterligare lagändringar för att genomföra ändringarna i direktivbestämmelsen.

7.8 Ångerfristen vid försäljning i konsumentens bostad och under utflykter

Utredningens bedömning: Ångerfristen bör inte förlängas vid avtal som ingås i samband med en näringsidkares inte begärda besök i konsumentens bostad eller utflykter som organiseras av en näringsidkare.

Genom ändringsdirektivet har artiklarna 9 och 10 i konsumenträttighetsdirektivet ändrats. De innehåller bestämmelser om konsumentens ångerrätt. I artikel 9 har det införts en ny punkt, 1 a, som innebär att medlemsstaterna får anta bestämmelser om att ångerfristen förlängs till 30 dagar för avtal som ingås i samband med en näringsidkares inte begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter. En förutsättning är att bestämmelserna ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet. Som en följd av den nya bestämmelsen har artikel 9.2 och artikel 10.2 ändrats så att ångerfristen i dessa bestämmelser får vara 30 dagar om medlemsstaterna har valt att utnyttja möjligheten i punkten 1 a och förlängt ångerfristen till 30 dagar.

Syftet med ändringarna i direktivet är att skydda konsumenter mot aggressiva eller vilseledande marknadsföringsmetoder. Medlemsstaterna ska ha frihet att anta nationella bestämmelser för att införa ett särskilt skydd för konsumenter i de nämnda situationerna. Som beskrivs i avsnitt 5.7 har det även i direktiv 2005/29/EG införts möjligheter för medlemsstaterna att anta nationella bestämmelser för att begränsa hemförsäljning och försäljning vid utflykter.

Bestämmelser om konsumentens ångerrätt finns i 2 kap. 10–16 §§ DAL. Konsumenten har, med vissa undantag, rätt att ångra ett avtal inom 14 dagar. För avtal om överlåtelse eller upplåtelse av en vara börjar fristen löpa den dag då konsumenten får varan i sin besittning. Vid avtal om en tjänst börjar fristen i stället löpa den dag då avtalet ingås. Frågan är om Sverige bör utnyttja möjligheten i direktivet att förlänga ångerfristen till 30 dagar vid avtal som ingås vid försäljning i konsumentens bostad eller vid utflykter.

Utredningen konstaterar att det visserligen rör sig om avtal där det finns en särskild risk för överraskningseffekter och ett potentiellt psykologiskt tryck på konsumenten. Som närmare har redogjorts för i avsnitt 5.7 finns det dock flera bestämmelser i MFL som är tillämpliga på de aktuella affärsmetoderna och som syftar till att skydda konsumenter mot aggressiva och vilseledande affärsmetoder. Därtill kommer att bestämmelserna om informationsplikt och ångerrätten i DAL innebär ett skydd för konsumenter mot oönskade impulsköp. Syftet med ångerrätten är att konsumenten alltid ska få en viss tid på sig för att överväga om han eller hon vill stå fast vid avtalet. En för-

längd ångerfrist skulle visserligen ge konsumenten mer tid att överväga köpet. Enligt utredningens bedömning är den frist på 14 dagar som i dag gäller för alla avtalstyper dock väl avvägd. Den är också inarbetad och känd av såväl konsumenter som näringsidkare. Att införa en särskild frist för vissa avtalstyper riskerar att leda till ökad osäkerhet om vad som gäller. Med hänsyn till detta bedömer utredningen att Sverige inte bör använda sig av möjligheten att förlänga ångerfristen för avtal som ingås vid försäljning i konsumentens bostad eller vid utflykter. Vid denna bedömning saknas skäl att göra några ändringar med anledning av ändringarna i artiklarna 9.2, 10.2 och 14.4 b led i.

7.9 Undantag från ångerrätten

I artikel 16 i konsumenträttighetsdirektivet anges ett antal undantagsituationer där medlemsstaterna inte får tillåta någon ångerrätt. Ändringsdirektivet innebär att det görs vissa ändringar och tillägg i artikeln. Utredningen redogör i detta avsnitt för detta och för behovet av lagändringar.

7.9.1 Avtal om digitala tjänster

Utredningens förslag: Ångerrätt ska inte gälla för avtal som avser en digital tjänst som har fullgjorts och som inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten.

I artikel 16. a i direktivet finns ett undantag från ångerrätten för avtal om tjänster som har fullgjorts under ångerfristen. Undantaget förutsätter att tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga samtycke och att konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad efter det att näringsidkaren fullgjort avtalet.

I bestämmelsen har gjorts ett tillägg som innebär att de angivna förutsättningarna för undantaget från ångerrätten endast gäller om avtalet innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Om avtalet *inte* innebär en betalningsförpliktelse gäller undantaget från ångerrätten förutsättningslöst. Det krävs alltså inte att konsumenten

uttryckligen samtycker till att tjänsten börjar utföras eller att konsumenten avstår från ångerrätten.

Bestämmelsen bör läsas tillsammans med artikel 3.1 a som handlar om direktivets tillämpningsområde. Det har utvidgats så att direktivet nu inte bara gäller avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten (dvs. där konsumenten betalar ett pris). I fråga om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium eller en digital tjänst gäller direktivet även om avtalet inte innebär en betalningsskyldighet men då konsumenten tillhandahåller sina personuppgifter till näringsidkaren (se avsnitt 7.2). I praktiken innebär detta att konsumenten, om ett avtal gäller en digital tjänst och konsumenten tillhandahåller sina personuppgifter, inte har någon ångerrätt sedan den digitala tjänsten har fullgjorts.

Direktivet har i denna del genomförts i 2 kap. 11 § första stycket 1 DAL. Enligt bestämmelsen gäller inte ångerrätten för avtal som avser en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts.

Bestämmelsen behöver nu ändras så att den överensstämmer med direktivet. Det bör framgå att de förutsättningar som anges för undantaget från ångerrätten endast gäller om avtalet innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Endast i sådana fall ska det krävas att konsumenten uttryckligen samtycker till att tjänsten börjar utföras och medger att det inte finns någon ångerrätt.

7.9.2 Avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll

Utredningens förslag: Ångerrätt ska inte gälla för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium, om tillhandahållandet har påbörjats.

För avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten ska undantaget från ångerrätten förutsätta att konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tillhandahållandet påbörjas och gått med på att det därigenom inte finns någon ångerrätt samt att näringsidkaren gett en bekräftelse på avtalet enligt 4 § eller en kopia av avtalet alternativt en bekräftelse på avtalet enligt 5 § andra stycket.

I artikel 16 m i direktivet finns ett undantag från ångerrätten som tar sikte på tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium. Ångerrätten gäller inte om tillhandahållandet inlests med konsumentens uttryckliga samtycke på förhand och konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad.

I bestämmelsen har gjorts ett tillägg som innebär att de angivna förutsättningarna för undantaget från ångerrätten endast gäller om avtalet innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Om avtalet inte innebär en betalningsförpliktelse krävs det alltså inte att konsumenten uttryckligen samtycker till att tillhandahållandet påbörjas eller att konsumenten avstår från ångerrätten. Som beskrivits ovan i avsnitt 7.9.1 ska ändringen läsas tillsammans med artikel 3.1 a som rör direktivets tillämpningsområde. Det har utvidgats på det sättet att direktivet inte bara gäller avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. I fråga om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium gäller direktivet även om avtalet inte innebär en betalningsskyldighet men om konsumenten tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla personuppgifter till näringsidkaren (se närmare om detta avsnitt 7.2).

I fråga om avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten, har det införts en ny tredje förutsättning för undantaget från ångerrätten. Det förutsätts att näringsidkaren har gett en bekräftelse i enlighet med artikel 7.2 eller 8.7. Vid distansavtal ska en bekräftelse på det ingångna avtalet alltså ha getts på ett varaktigt medium. Vid avtal utanför affärslokaler ska näringsidkaren ha tillhandahållit konsumenten en kopia av avtalet eller en bekräftelse på ett varaktigt medium.

Ändringarna i direktivet innebär att undantaget från ångerrätten i 2 kap. 11 § 11 behöver ändras så att det motsvarar den nya lydelsen i direktivet. Vidare noterar utredningen att det svenska genomförandet av direktivbestämmelsen sedan tidigare inte helt överensstämmer med direktivet. Enligt direktivet gäller undantaget från ångerrätten nämligen endast om ”tillhandahållandet inlests” med konsumentens uttryckliga samtycke på förhand.¹⁵ Innebörden av detta måste vara att konsumenten innan tillhandahållandet inleds har ångerrätt. Det är först när tillhandahållandet inleds som konsumenten förlorar sin

¹⁵ I direktivet i sin ursprungliga svenska lydelse används ordet ”tillhandahållandet”. I den svenska översättningen av ändringsdirektivet används i stället ordet ”utförandet”. I sak torde det inte vara fråga om någon annan innebörd.

ångerrätt, t.ex. genom att konsumenten laddar ner ett musikstycke eller en e-bok som han eller hon köpt. Någon motsvarande begränsning av undantaget från ångerrätten i den aktuella bestämmelsen i DAL finns inte. Det är lämpligt att detta nu rättas till så att begränsningen kommer till uttryck i bestämmelsen. Lagtexten bör formuleras så att ångerrätt inte gäller om tillhandahållandet av det digitala innehållet har påbörjats.

För avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten bör det vidare framgå att undantaget från ångerrätten förutsätter att konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tillhandahållandet inleds och gått med på att det därigenom inte finns någon ångerrätt samt näringsidkaren gett en bekräftelse på avtalet enligt 4 § (distansavtal) eller en kopia av avtalet alternativt en bekräftelse på avtalet enligt 5 § andra stycket (avtal utanför affärslokaler).

7.9.3 Avtal som ingås vid försäljning i konsuments bostad och under utflykter

Utredningens bedömning: Undantagen från ångerrätten bör inte begränsas för avtal som ingås vid försäljning i konsumentens bostad eller under utflykter.

I artikel 16 i direktivet har det tillagts en bestämmelse som ger medlemsstaterna möjlighet att avvika från undantagen från ångerrätten enligt första stycket a, b, c och e när det gäller avtal som ingås i samband med en näringsidkares inte begärda besök i konsumentens hem eller under utflykter som organiseras av en näringsidkare i marknadsförings- eller försäljningssyfte. I de nämnda punkterna undantas tjänster som har fullgjorts och avtal om tillhandahållande av varor eller tjänster vars pris beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka och som kan uppstå under den tid då ångerfristen löper. Vidare undantas avtal om varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel och avtal om förslutna varor som av hälso- eller hygienskäl inte lämpligen kan returneras och som öppnats av konsumenten efter det att de levererats. För dessa avtal får medlemsstaterna alltså nu föreskriva att konsumenten ska ha ånger-

rätt om avtalen ingås vid försäljning i konsumentens bostad och under utflykter.

En utvidgning av ångerrätten i de beskrivna situationerna skulle ge konsumenterna ett ökat skydd vid avtal utanför affärslokaler. Som nämnts kan det i dessa sammanhang finnas en särskild risk för överraskningseffekter och ett potentiellt psykologiskt tryck på konsumenten. Konsumenten skulle ges tid att överväga om denne vill stå fast vid avtalet.

Samtidigt ska beaktas att direktivbestämmelsen tar sikte på ett mycket begränsat antal varor och tjänster. Det kan också ifrågasättas om det är rimligt att en konsument ska kunna ångra t.ex. köp av en vara som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel. Det rör sig om varor som näringsidkaren normalt sett inte har i sitt sortiment och som denne kan få svårt att sälja till någon annan om konsumenten ångrar köpet. Samma överväganden gör sig gällande för varor som av hälsoskydds- eller hygienskäl inte lämpligen kan returneras och som öppnats av konsumenten efter det att de levererats, t.ex. kosmetika och underkläder.

Vid en avvägning mellan de berörda intressena finns det enligt utredningens bedömning inte anledning att införa ångerrätt i de situationer som avses i direktivet. Sverige bör alltså inte utnyttja möjligheten som ges enligt direktivet att begränsa undantagen från ångerrätten vid avtal som ingås vid försäljning i konsumentens bostad eller under utflykter.

7.9.4 Reparationer som har fullgjorts

Utredningens förslag: Ångerrätt ska inte gälla för en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.

I artikel 16 i direktivet har införts en möjlighet för medlemsstaterna att göra undantag från ångerrätten för tjänsteavtal när konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer. Medlemsstaterna får föreskriva att konsumenten förlorar ångerrätten efter det att tjänsten fullständigt utförts, förutsatt att tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga för-

handssamtycke. Undantaget gäller endast avtal som innebär en betalningsskyldighet för konsumenten.

Frågan är om det finns skäl för att införa ett sådant undantag från ångerrätten i svensk rätt.

Enligt 2 kap. 11 § 1 DAL gäller ångerrätt inte för avtal som avser en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts. Det krävs att konsumenten uttryckligen samtycker till att tjänsten börjar utföras under ångerfristen. Ett uttryckligt samtycke kräver en aktiv handling av konsumenten. Samtycket kan lämnas t.ex. genom att en handling skrivs under eller genom att en särskild ruta kryssas i på en blankett eller på företagets webbplats. Ett uttryckligt samtycke kan också lämnas genom att konsumenten på särskild fråga muntligen godkänner att tjänsten börjar utövas. Det krävs även att konsumenten avstår från sin ångerrätt för att den inte ska gälla. Vid oenighet mellan parterna är det näringsidkaren som har bevisbördan för att konsumenten har lämnat ett medgivande (se prop. 2013/14:15 s. 89).

För det fall näringsidkaren har fullgjort tjänsten inom ångerfristen utan att konsumenten avstått från ångerrätten har konsumenten kvar sin ångerrätt. Om konsumenten uttryckligen har begärt att tjänsten ska börja utföras under ångerfristen, har näringsidkaren dock normalt rätt till ersättning för den del av tjänsten som har utförts innan konsumenten ångrar avtalet (15 § 3). Om tjänsten helt har fullgjorts innebär detta i regel att konsumenten ska betala hela det avtalade priset. Ersättningsskyldigheten förutsätter dock att konsumenten uttryckligen har begärt att tjänsten ska börja utföras under ångerfristen. När det gäller avtal utanför affärslokaler gäller ett särskilt formkrav för konsumentens begäran om att tjänsten ska börja utföras. Begäran ska lämnas i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form. Det innebär att bekräftelsen ska ges på ett s.k. varaktigt medium. Det kan t.ex. vara via e-post, sms och liknande. Ytterligare en förutsättning för att konsumenten ska bli ersättningsskyldig är att konsumenten har fått information om ångerrätten enligt 2 § första stycket 9 och 11 på det sätt som sägs i 3 § eller 5 § första stycket.

I 2 kap. 11 § 13 finns ett särskilt undantag från ångerrätten för avtal som avser en brådskande reparations- eller underhållsåtgärd vid ett besök i konsumentens bostad, om besöket äger rum på konsu-

mentens initiativ och uttryckliga begäran och reparations- eller underhållsåtgärden omfattas av konsumentens begäran eller har ett direkt samband med denna. I sådana fall krävs alltså inte att konsumenten gått med på att det inte finns någon ångerrätt. Syftet med bestämmelsen är att näringsidkaren i sådana situationer inte ska behöva avvakta med att utföra tjänsten till dess ångerfristen har löpt ut. Exempel på brådskande arbeten är reparation av ett skadat tak eller en vattenläcka. Det kan också gälla arbete på egendom som konsumenten har ett starkt behov av, som reparation av ett kylskåp eller en tvättmaskin. Reparations- eller underhållsåtgärden ska omfattas av konsumentens begäran eller ha ett direkt samband med den. Om andra tjänster utförs eller andra varor säljs vid besöket, gäller undantaget alltså inte för dessa varor och tjänster.¹⁶

Den nya direktivbestämmelsen i artikel 16 medför att en medlemsstat får ha bestämmelser som innebär att ångerrätten avseende reparationer upphör när åtgärderna har fullgjorts, och det utan att det krävs att konsumenten meddelat att han eller hon har avstått från sin ångerrätt. Eftersom direktivregleringen är frivillig för medlemsstaterna att genomföra uppkommer frågan om det finns ett praktiskt behov av att ta bort kravet på avstående från ångerrätten i den situationen där konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer som inte är brådskande (jfr 2 kap. 11 § 1 DAL).

Det nuvarande kravet på näringsidkare att innan avtalet börjar utföras fråga konsumenten om denne går med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts innebär en viss börda för näringsidkaren. Om näringsidkaren förbiser att ta upp frågan blir konsumenten visserligen normalt skyldig att ersätta näringsidkaren för den tjänst som utförts med stöd av bestämmelsen i 15 § 3. I praktiken kan det dock vara så att näringsidkaren inte har tänkt på att informera om ångerrätten på det sätt som följer av lagen. Näringsidkaren går i sådant fall miste om ersättningen för det arbete som har utförts.

Som exempel kan nämnas ett refererat avgörande från Allmänna reklamationsnämnden (ARN) den 12 december 2016 (nr 2016-06018). Ärendet gällde avtal om inglasning av en balkong. Sedan tjänsten hade utförts ångrade konsumenten avtalet och begärde att näringsidkaren skulle återställa balkongen. Näringsidkaren hade inte visat att konsumenten fått information om ångerrätten, varför ångerfristen

¹⁶ Prop. 2013/14:15 s. 90.

hade förlängts. Utredningen visade inte heller att konsumenten uttryckligen hade begärt att tjänsten påbörjades under ångerfristen och gått med på att det inte fanns någon ångerrätt. Konsumenten hade därför rätt att ångra avtalet. Att näringsidkaren inte hade informerat om ångerrätten ledde till att bolaget även saknade rätt till ersättning för den utförda tjänsten enligt 15 § 3.

Att näringsidkaren i den beskrivna situationen helt går miste om rätten till ersättning för en tjänst som har fullgjorts endast på grund av att näringsidkaren brustit i sin informationsskyldighet kan tyckas innebära att konsumenten ges en oskälig fördel i förhållande till näringsidkaren. Vid bedömningen beaktar utredningen att behovet av konsumentskydd inte är lika uttalat i situationer där konsumenten på eget initiativ begär ett besök från näringsidkaren som vid traditionell hemförsäljning. Dessa avtal har typiskt sett ansetts vara förknippade med ett särskilt överraskningsmoment. Konsumenten har ofta inte planerat att ingå något avtal och kan vara mindre väl förberedd på det. Under utredningens arbete har också framkommit att hantverkare i praktiken ofta inte känner till den särskilda regleringen i DAL. När det gäller avtal om hantverkstjänster kan det i praktiken bero på tillfälligheter om avtalet ingås i konsumentens bostad eller t.ex. per telefon eller e-post. Om avtalet ingås per telefon eller e-post har konsumenten normalt inte någon ångerrätt. Anledningen till detta är att hantverkare ofta inte kan sägas ha ett organiserat system för att träffa avtal på distans i den mening som avses i lagen och att det därför inte är fråga om ett distansavtal (jfr definitionen av distansavtal i 1 kap. 2 § DAL). Om avtal ingås i konsumentens bostad är huvudregeln däremot att konsumenten har ångerrätt. Gränsdragningarna mellan fall där konsumenten har eller inte har ångerrätt kompliceras ytterligare av det särskilda undantaget för brådskande reparationer i 11 § punkten 13.

Sammantaget konstaterar utredningen att den nuvarande regleringen om ångerrätt som berör hantverkstjänster kan vara svår att följa för näringsidkare och i praktiken leda till otillfredsställande resultat. Enligt utredningens bedömning finns det därför anledning att använda möjligheten att införa det nya undantaget från ångerrätten. En sådan bestämmelse innebär att tjänsten är undantagen från ångerrätten även om näringsidkaren inte har krävt att konsumenten avstår från ångerrätten på det sätt som förutsätts i 11 § punkten 1. Det behövs inte heller vara fråga om en brådskande reparationsåtgärd.

Eftersom det rör sig om ett fullharmoniseringsdirektiv finns det inte möjlighet att låta undantaget omfatta även underhållsåtgärder eller hantverkstjänster generell. Det måste alltså, liksom direktivbestämmelsen, begränsas till reparationsåtgärder.

7.10 Verkan av att konsumenten ångrar ett avtal om digitalt innehåll eller en digital tjänst

Utredningens förslag: I DAL införs bestämmelser som reglerar verkan av att konsumenten ångrar ett avtal om digitalt innehåll eller en digital tjänst.

I fråga om näringsidkarens skyldigheter avseende konsumentens personuppgifter införs en hänvisning till Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679.

Näringsidkaren får inte använda annat innehåll än personuppgifter som har tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid dennes användning av det av näringsidkaren tillhandahållna digitala innehållet eller den digitala tjänsten. Sådan användning får dock förekomma om innehållet

1. inte har något annat användningsområde än det som tillhandahålls av näringsidkaren,
2. endast rör konsumentens verksamhet vid dennes användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahålls av näringsidkaren,
3. har aggregerats med andra uppgifter av näringsidkaren och det inte är möjligt eller endast med oproportionella ansträngningar går att dela upp innehållet, eller
4. har genererats gemensamt med andra och innehållet kan användas av andra konsumenter.

På konsumentens begäran ska näringsidkaren tillgängliggöra sådant innehåll som konsumenten har tillhandahållit eller skapat förutom i de fall som anges i punkt 1–3 ovan. Innehållet ska tillgängliggöras utan kostnad, inom skälig tid och i ett allmänt använt, maskinläsbart format. Förutom i dessa fall får näringsidkaren hindra konsumentens framtida användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten.

Konsumenten ska avstå från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att göra detta tillgängligt för annan.

7.10.1 Direktivregleringen

I konsumenträttighetsdirektivet finns bestämmelser om verkan av att konsumenten utövar sin ångerrätt. Artikel 13 behandlar näringsidkarens skyldigheter och artikel 14 rör konsumentens skyldigheter. Bestämmelserna gäller även i fråga om avtal om digitalt innehåll och digitala tjänster. Av dessa följer bl.a. att näringsidkaren ska betala tillbaka vad konsumenten har betalat till näringsidkaren. Om ett digitalt innehåll levereras på ett fysiskt medium (t.ex. en dvd) ska konsumenten som regel på egen bekostnad lämna eller sända tillbaka varan till näringsidkaren. Konsumenten kan i vissa fall bli skyldig att ersätta varans värdeminskning. Om avtalet gäller en digital tjänst ska konsumenten ersätta näringsidkaren med en proportionell andel av det avtalade priset för en tjänst som delvis utförts innan konsumenten utövade ångerrätten. Om konsumenten utövar sin ångerrätt i fråga om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium, är konsumenten inte skyldig att betala för det som har levererats.

Ändringsdirektivet innebär att det har gjorts vissa tillägg i artiklarna 13 och 14 som gäller avtal om digitalt innehåll och digitala tjänster. Utredningen redogör i det följande för dessa och behovet av ändringar i DAL.

7.10.2 Näringsidkarens skyldigheter enligt GDPR

I artikel 13.4 i direktivet har det införts en bestämmelse med en upplysning om att näringsidkaren när det gäller konsumenters personuppgifter ska uppfylla de skyldigheter som är tillämpliga enligt förordning (EU) 2016/679 (GDPR). Detta innebär bl.a. att näringsidkaren

innan konsumenten tillhandahåller personuppgifter ska informera om ändamålen med behandlingen och den rättsliga grunden för behandlingen (art 13–14 GDPR). Principen om ändamålsbegränsning (art 5.1 b GDPR) och rätten till radering (art 17 GDPR) kan också vara av betydelse i dessa sammanhang.

Utredningen konstaterar att näringsidkarens skyldigheter i detta hänseende i och för sig redan följer av GDPR. För tydlighets skull bör dock en upplysningsbestämmelse införas även i DAL. Detta bör ske genom införande av en ny paragraf, 14 a §, i anslutning till övriga bestämmelser om näringsidkarens skyldigheter vid frånträde av avtal. En motsvarande bestämmelse finns i den föreslagna lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal (SOU 2020:51).

Som redogörs för i avsnitt 7.3 föreslår utredningen att en definition av begreppet personuppgifter införs i DAL.

7.10.3 Näringsidkarens skyldighet att avhålla sig från att använda innehåll och att tillgängliggöra det

Enligt artikel 13.5 i direktivet ska näringsidkaren avhålla sig från att använda något annat innehåll än personuppgifter som tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahålls av näringsidkaren, med undantag för innehåll som

- a) inte har något annat användningsområde än det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren,
- b) endast rör konsumentens verksamhet vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren,
- c) har aggregerats med andra uppgifter av näringsidkaren och inte kan delas upp eller endast kan delas upp med oproportionella ansträngningar, eller
- d) har genererats gemensamt av konsumenten och andra, och andra konsumenter kan fortsätta att använda innehållet.

Enligt artikel 13.6 ska näringsidkaren, med undantag för de situationer som avses i punkt 5 a, b eller c på konsumentens begäran, för konsumenten tillgängliggöra eventuellt annat innehåll än personuppgifter

som tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren.

Enligt artikel 13.7 ska konsumenten ha rätt att hämta detta digitala innehåll kostnadsfritt, utan hinder från näringsidkarens sida, inom skälig tid och i ett allmänt använt, maskinläsbart format.

Utredningen bedömer att det bör införas en ny paragraf i DAL, 2 kap. 14 b §, där frågorna regleras. Paragrafen bör utformas i nära överensstämmelse med direktivets ordalydelse. En motsvarande bestämmelse finns i den föreslagna lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal (SOU 2020:51).

7.10.4 Näringsidkarens rätt att hindra konsumentens användning av innehållet eller tjänsten

Enligt artikel 14.8 i direktivet får näringsidkaren vid frånträde av avtalet förhindra varje framtida användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten från konsumentens sida, särskilt genom att göra det digitala innehållet eller den digitala tjänsten otillgänglig för konsumenten eller genom att avaktivera konsumentens användarkonto utan att detta påverkar tillämpningen av artikel 14.6.

En ny bestämmelse behöver införas i DAL motsvarande direktivbestämmelsen. Detta bör lämpligen ske genom en ny paragraf, 2 kap. 14 c §. Ordalydelsen bör utformas nära direktivets.

7.10.5 Konsumentens skyldigheter

I artikel 14.2 a i direktivet har tillagts en bestämmelse om att konsumenten vid frånträde av avtalet ska avhålla sig från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att tillgängliggöra detta för tredje parter.

En ny bestämmelse om detta behöver införas i DAL, lämpligen i anslutning till övriga bestämmelser om konsumentens skyldigheter vid utövande av ångerrätten. Utredningen föreslår att det införs en ny paragraf, 2 kap. 13 a §. Paragrafen bör utformas i nära överensstämmelse med direktivets ordalydelse.

8 Information vid konsumentavtal som ingås i näringsidkarens affärslokal

8.1 Information om garantier, assistans och service

Utredningens bedömning: Bestämmelserna i MFL om näringsidkarens skyldighet att informera om garantier, assistans och service behöver inte ändras.

Artikel 5 i direktiv 2011/83/EU (konsumenträttighetsdirektivet) är tillämplig på alla typer av avtal som omfattas av direktivet utom distansavtal och avtal utanför affärslokaler. Enligt artikel 5.1 ska näringsidkaren klart och tydligt lämna viss information till konsumenten innan denne blir bunden av ett avtal eller anbud, om inte informationen framgår redan av sammanhanget. Informationskraven påminner om dem som gäller för distansavtal och avtal utanför affärslokaler, men är inte lika omfattande.

Enligt artikel 5.1 e i direktivet ska näringsidkaren, förutom uppgiften om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varor, i förekommande fall ge information om den service efter försäljningen och de kommersiella garantier som gäller samt villkoren för dessa. Genom ändringsdirektivet har bestämmelsen utvidgats till att inte endast gälla varor utan även digitalt innehåll och digitala tjänster. Det har också förtydligats att näringsidkaren ska informera om den kundassistans som gäller efter försäljningen.

Direktivet har i denna del genomförts i 22 a § MFL. Paragrafen reglerar näringsidkarens informationsskyldighet innan ett konsumentavtal ingås och innebär att näringsidkaren vid andra avtal än distansavtal ska ge konsumenten klar och begriplig information om de förhållanden som följer av direktivet. Enligt första stycket punkten 7 ska näringsidkaren informera om åtaganden från näringsidkaren eller

tillverkaren om att, utöver vad som följer av lag, betala tillbaka det som betalats för produkten, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall produkten inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt. Enligt punkten 8 ska information ges om den assistans och service som gäller efter försäljningen.

Informationskraven i punkterna 7 och 8 är utformade på ett sätt som är neutralt i förhållande till vilken produkt som avtalet gäller. Avtal om digitalt innehåll och digitala tjänster omfattas alltså redan i dag av bestämmelserna. Att så är fallet kommer att förtydligas genom den ändring av definitionen av produkt som utredningen föreslår i 3 § MFL (se avsnitt 5.2). Av punkten 8 framgår dessutom redan att den omfattar information om assistans. Utredningen bedömer därför att svensk lag redan uppfyller de krav som ställs i direktivet och att 22 a § MFL inte behöver ändras med anledning av ändringarna i direktivet.

8.2 Information om funktionalitet, kompatibilitet och driftskompatibilitet

Utredningens förslag: Vid konsumentavtal som ingås i näringsidkarens affärslokal ska näringsidkaren innan ett avtal ingås ge konsumenten information om funktionen, inte bara hos digitalt innehåll, utan även hos varor med digitala delar och digitala tjänster, inbegripet tekniska skyddsåtgärder. Bestämmelsen i 22 a § första stycket 11 MFL ändras så att detta framgår.

I 22 a § MFL införs en ny punkt 12 som innebär att näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, ska informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.

I 3 § MFL införs definitioner av begreppen digitalt innehåll, digital tjänst, varor med digitala delar, kompatibilitet och driftskompatibilitet.

Enligt artikel 5.1 g i konsumenträttighetsdirektivet är näringsidkaren skyldig att ge konsumenten information om funktionen, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för digitalt innehåll. Av artikel 5.1 h framgår att information ska ges om det digitala innehållets relevanta driftskompatibilitet med maskin- och programvara enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till, där så är tillämpligt.

Genom ändringsdirektivet har artikel 5.1 g ändrats så att den även omfattar varor med digitala delar och digitala tjänster. Även artikel 5.1 h har ändrats. Enligt den nya lydelsen ska näringsidkaren om tillämpligt informera om relevant kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till.

Bestämmelserna har genomförts i *punkten 11* i den nämnda paragrafen i MFL. Utredningen konstaterar att bestämmelsen behöver ändras. Utredningen har i avsnitt 7.2 föreslagit att motsvarande informationskrav i DAL ändras så att det framgår att näringsidkaren ska informeras, inte bara om funktionen hos digitalt innehåll, utan även hos varor med digitala delar och digitala tjänster, i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det. Bestämmelsen i MFL bör ändras på samma sätt.

I syfte att undvika att bestämmelsen blir alltför lång och svår att ta till sig bör informationskravet som tar sikte på kompatibiliteten och driftskompatibiliteten lämpligen införas i en ny *punkt 12* i paragrafen. Bestämmelsen bör formuleras i nära anslutning till direktivet, och på samma sätt som motsvarande bestämmelse i 2 kap. DAL. Det bör alltså framgå att näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, ska informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.

I avsnitt 7.3 har utredningen redogjort för att det i konsumenträttighetsdirektivet har införts flera nya definitioner, bl.a. av begreppen digital tjänst, varor med digitala delar, funktionalitet, kompatibilitet och driftskompatibilitet. I fråga om begreppet digitalt innehåll hänvisas nu till en definition i direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster.

En definition av digitalt innehåll finns redan i DAL. I avsnitt 7.3 föreslås att det i DAL införs definitioner av varor med digitala delar,

digital tjänst, kompatibilitet och driftskompatibilitet. Bedömningen görs att begreppet funktionalitet i sig är tillräckligt tydligt och att det inte finns behov av att i DAL införa en definition av begreppet.

Utredningen om nya konsumentköpregler har föreslagit att definitioner av varor med digitala delar, digitalt innehåll, digital tjänst, kompatibilitet och driftskompatibilitet ska finnas i den föreslagna nya lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal (SOU 2020:51).

De nämnda begreppen har praktisk betydelse även vid tillämpningen av de föreslagna bestämmelserna i 22 a § MFL om information innan ett avtal ingås, som ju också genomför bestämmelser i konsumenträttighetsdirektivet. Enligt utredningens bedömning är det ägnat att underlätta förståelsen och tillämpningen av de nya informationskraven och framstår som den bästa lösningen att de definitioner som föreslås införas i DAL och lagen om konsumentskydd vid köp och vissa andra avtal även kommer till uttryck i MFL. Det handlar om centrala bestämmelser av inte helt okomplicerat slag. Utredningen föreslår därför att definitionerna införs även i MFL. Liksom i fråga om DAL bedömer utredningen att det inte behövs någon särskild definition av funktionalitet.

8.3 Undantag från informationsskyldigheten

Utredningens förslag: Informationsskyldigheten i 22 a § ska inte gälla för avtal som inte innebär en betalningsskyldighet för konsumenten eller – i fråga om avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och om utförande av en digital tjänst – tillhandahållande av personuppgifter på det sätt som sägs i 2 kap. 1 § andra stycket DAL.

Som beskrivits i avsnitt 7.2 har tillämpningsområdet för konsumenträttighetsdirektivet förtydligats och justerats i syfte att åstadkomma samstämmighet med direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster. Av artikel 3 i konsumenträttighetsdirektivet framgår nu att direktivet är tillämpligt på avtal mellan en konsument och en näringsidkare där konsumenten betalar eller åtar sig att betala ett pris. På samma sätt som i direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster är konsumenträttighetsdirektivet även tillämpligt på avtal om tillhandahållande av digitalt inne-

håll och digitala tjänster där konsumenten visserligen inte betalar ett pris men tillhandahåller personuppgifter till näringsidkaren. Undantag görs för avtal där de personuppgifter som tillhandahålls behandlas av näringsidkaren endast för att tillhandahålla det digitala innehållet eller den digitala tjänsten eller för att göra det möjligt för näringsidkaren att uppfylla rättsliga krav, och näringsidkaren inte behandlar uppgifterna för något annat ändamål.

I avsnitt 7.2 har konstaterats att 2 kap. DAL i dag har ett vidare tillämpningsområde än konsumenträttighetsdirektivet på det sättet att lagen även gäller benefika avtal. Utredningen har i det sammanhanget gjort bedömningen att det vid en avvägning av berörda intressen inte är rimligt att vid gåvor och gratistjänster belasta näringsidkaren med en så omfattande informationsskyldighet som lagen föreskriver. Det föreslås därför att tillämpningsområdet justeras så att det överensstämmer med direktivet.

Bestämmelserna i 22 a § MFL är formulerad så att informationskraven gäller vid ingående av andra avtal än distansavtal och avtal utanför affärslokaler enligt 1 kap. 2 § DAL. Även om det inte framgår med samma tydlighet som i DAL finns det skäl att förstå bestämmelsen så att den inte förutsätter att avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten. Den får alltså anses omfatta även gåvor och gratistjänster.

Vid genomförandet av konsumenträttighetsdirektivet var syftet att informationsskyldigheten enligt 22 a § MFL i den mån det är möjligt borde utformas på samma sätt som den motsvarande informationsbestämmelsen i DAL (se prop. 2013/14:15 s. 55). Detta bör även framöver vara en utgångspunkt. Enligt utredningens bedömning finns det därför anledning att justera tillämpningsområdet för 22 a § på samma sätt som har föreslagits när det gäller 2 kap. DAL. Inte heller informationsskyldigheten i MFL bör alltså omfatta gåvor och gratistjänster. Avtal om digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium och digitala tjänster bör omfattas av informationskravet även om avtalet inte innebär en betalningsförpliktelse men konsumenten ska tillhandahålla sina personuppgifter. Informationskyldigheten bör dock inte gälla när de personuppgifter som tillhandahålls behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet. Ett undantag avseende de nämnda situationerna bör lämpligen införas i 22 a § andra stycket.

9 Utökade möjligheter att påföra marknadsstörningsavgift

9.1 Inledning

Genom direktiv (EU) 2019/2161 (ändringsdirektivet) har nya bestämmelser om sanktioner införts i ursprungsdirektiven. I kapitlet behandlas frågor om genomförandet av direktivregleringen i dessa delar. Till en början berörs behovet av ändringar i MFL (avsnitt 9.2). Därefter analyseras och lämnas förslag på ändringar i DAL (avsnitt 9.3) och PIL (avsnitt 9.4). Avslutningsvis berörs frågor om marknadsstörningsavgift i vissa andra lagar (avsnitt 9.5).

Utredningen återkommer i avsnitt 10 till frågor om sanktionsavgifter i AVLK.

9.2 Behovet av ändringar i MFL

9.2.1 Direktivregleringen

Genom artikel 3 i ändringsdirektivet har bestämmelserna om sanktioner i artikel 13 i direktiv 2005/29/EG (direktivet om otillbörliga affärsmetoder) kompletterats.

Enligt artikel 13.1 – som i sak motsvarar artikelns tidigare lydelse – ska medlemsstaterna fastställa sanktioner vid överträdelse av de nationella bestämmelserna som antagits enligt direktivet och att vidta alla nödvändiga åtgärder för att se till att dessa verkställs. Sanktionerna ska vara effektiva, proportionerliga och avskräckande.

Artikel 13.2, som är ny, föreskriver att medlemsstaterna ska säkerställa att följande icke-uttömmande och vägledande kriterier beaktas vid påförandet av sanktioner, i lämpliga fall.

- a) överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet,
- b) eventuella åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att mildra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av,
- c) eventuella tidigare överträdelser som begåtts av näringsidkaren,
- d) den ekonomiska vinst som näringsidkaren erhållit eller förlust som denna undvikits på grund av överträdelsen, om relevanta uppgifter finns tillgängliga,
- e) i gränsöverskridande fall, sanktioner som näringsidkaren ålagts för samma överträdelse i andra medlemsstater i fall då information om sådana sanktioner finns tillgängliga via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394), och
- f) eventuella andra försvårande eller förmildrande faktorer som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.

Att kriterierna inte är uttömmande innebär att andra försvårande eller förmildrande faktorer också kan beaktas i enskilda fall.

I artikel 13.3 finns bestämmelser om sanktionsavgifter. Medlemsstaterna ska säkerställa att sanktionsavgifter kan påföras vid s.k. samordnade insatser inom EU när sanktioner ska påföras i enlighet med artikel 21 i förordning (EU) 2017/2394 (konsumentskyddsförordningen). Det handlar för det första om s.k. *utbredda överträdelser*. Med detta avses överträdelser av unionslagstiftning som har skadat, skadar eller sannolikt kommer att skada de kollektiva intressena för konsumenter som är bosatta i minst två andra medlemsstater än den där handlingen har sitt ursprung eller ägde rum alternativt där näringsidkaren är etablerad eller bevis eller näringsidkarens tillgångar som hänför sig till handlingen finns. Det rör sig även om överträdelser som har skadat, skadar eller sannolikt kommer att skada konsumenternas kollektiva intressen och som uppvisar gemensamma drag, till exempel genom att göra bruk av samma olagliga metoder eller åsidosättande av samma intresse och som begås av samma näringsidkare och begås samtidigt i minst tre medlemsstater (artikel 3.3). För det andra omfattas *utbredda överträdelser med en unionsdimension*. Detta är överträdelser som har skadat, skadar eller sannolikt kommer att skada konsumenternas kollektiva intressen i

minst två tredjedelar av de medlemsstater som tillsammans representerar minst två tredjedelar av unionens befolkning.

Det högsta beloppet för sådana sanktionsavgifter ska vara minst 4 procent av näringsidkarens årliga omsättning i den eller de berörda medlemsstaterna. Sanktionsavgifterna ska kunna påföras antingen via administrativa förfaranden eller genom inledande av rättsliga förfaranden, eller bådadera.

Medlemsstaterna får av konstitutionella skäl begränsa åläggandet av sanktionsavgifter till

- a) överträdelse av artiklarna 6, 7, 8 och 9 samt bilaga I till direktivet (svarta listan) och
- b) en näringsidkarens fortsatta användning av en affärsmetod som den nationella behöriga myndigheten eller domstolen har konstaterat vara otillbörlig, när affärsmetoden inte utgör en sådan överträdelse som avses i led a.

I artikel 13.4 finns regler som rör det fallet att en sanktionsavgift ska åläggas men information om näringsidkarens årliga omsättning inte finns tillgänglig. Medlemsstaterna ska då införa en möjlighet att påföra sanktionsavgifter till ett högsta belopp om minst 2 miljoner EUR.

9.2.2 Genomförandet av direktivets generella bestämmelser om sanktioner

Utredningens bedömning: Sanktionssystemet i MFL uppfyller direktivets krav på effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner. Direktivets kriterier vid påförande av sanktioner föranleder ändringar när det gäller fastställandet av marknadsstörringsavgift.

Utredningen har i avsnitt 4 redogjort för gällande bestämmelser om sanktioner i MFL. Som beskrivits får en näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig förbjudas att fortsätta med den eller med någon annan liknande åtgärd (23 §). En näringsidkare som vid sin marknadsföring låter bli att lämna väsentlig information får åläggas att lämna sådan information (24 §). En tjänsteleverantör enligt lagen om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster

som i strid med 10 § i den lagen låter bli att tillhandahålla sådana tekniska hjälpmedel som avses där får åläggas att tillhandahålla hjälpmedlen (25 §). Ett förbud eller åläggande ska förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt (26 § MFL).

I MFL finns även bestämmelser om marknadsstörningsavgift. En näringsidkare får påföras marknadsstörningsavgift om näringsidkaren, eller någon annan som handlar på näringsidkarens vägnar, uppsåtligt eller av oaktsamhet har brutit mot vissa särskilt utpekade bestämmelser i MFL och andra lagar (29 § MFL). Vid prövningen av om marknadsstörningsavgift ska påföras ska beaktas hur allvarlig överträdelsen är. Särskild hänsyn ska tas till överträdelsens art, varaktighet, omfattning och spridning (29 a §). När avgiften fastställs ska särskild hänsyn tas till hur allvarlig överträdelsen är och hur länge den har pågått (32 §).

Av artikel 13.1 i direktivet framgår att medlemsstaterna ska fastställa regler om sanktioner för överträdelser av nationella bestämmelser som antagits enligt direktivet och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de tillämpas. En i sak motsvarande bestämmelse har funnits redan i den ursprungliga lydelsen av artikeln. Vid införandet av MFL konstaterades att det svenska sanktionssystemet väl tillgodosåg kraven i direktivet och att bestämmelserna därför i allt väsentligt kunde föras över till den nya MFL (prop. 2007/08:115 s. 116 f). Det saknas anledning att nu göra någon annan bedömning. Även enligt utredningens bedömning uppfyller de nuvarande sanktionsmöjligheterna i MFL direktivens krav på effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner.

Frågan är hur kriterierna vid påförande av sanktioner i artikel 13.2 bör genomföras i MFL.

Direktivet innebär att kriterierna endast behöver beaktas ”i lämpliga fall”. Formuleringen är föranledd av synpunkter från vissa medlemsstater under EU-förhandlingarna om att det finns påföljder i de nationella rättsordningarna avseende vilka kriterierna inte är relevanta och att det därför bör vara upp till varje medlemsstat att ta ställning till kriteriernas närmare tillämpningsområde. Att detta är syftet framgår även av skälen till ändringsdirektivet. I skäl 8 framhålls att det kan förekomma fall där kriterierna inte är relevanta när det beslutas om sanktioner, särskilt i fråga om överträdelser som inte är allvarliga. Medlemsstaterna måste alltså inte låta kriterierna komma till uttryck generellt avseende alla sanktioner i nationell rätt, utan

det finns ett utrymme att begränsa tillämpningen av kriterierna till sanktioner där de bedöms vara relevanta.

Det kan till en början konstateras att kriterierna i direktivet inte är relevanta när det gäller sanktionerna förbud mot marknadsföring och åläggande att lämna information. Sanktionssystemet i MFL utgår från att de är de normala sanktionerna för att åstadkomma rättelse vid överträdelse av marknadsföringsrättsliga regler (prop. 2015/16:168 s. 25–26). Om förutsättningarna är uppfyllda för dessa sanktioner finns det ett ytterst begränsat utrymme för domstolen att underlåta att meddela ett förbud eller åläggande. För att undgå ett förbud krävs att näringsidkaren kan visa att de uppgifter som lämnats i marknadsföringen inte är oriktiga eller vilseledande. Om domstolen bedömer att en marknadsföringsåtgärd är otillbörlig kommer den alltså som regel att meddela ett förbud mot fortsatt användning av marknadsföringen. Detsamma gäller ålägganden att lämna information och att tillhandahålla tekniska hjälpmedel enligt 24 och 25 §§ MFL i de fall en näringsidkare underlåtit att lämna väsentlig information respektive att tillhandahålla vissa tekniska hjälpmedel enligt dessa bestämmelser.

Inte heller den omständighet att ett förbud eller åläggande förenas med vite innebär att de kriterier som anges i direktivet är lämpliga att tillämpa. Såväl ett förbud som ett åläggande ska regelmässigt förenas med vite enligt 26 § MFL. Det finns i det sammanhanget inte utrymme att beakta kriterierna i direktivet. Även när det gäller bedömningen av vitets storlek gör sig i vart fall delvis andra omständigheter gällande än de som anges i direktivet. Bestämmelser om vitets storlek finns i 3 § lagen (1985:206) om viten. Vitet ska fastställas till ett belopp som med hänsyn till vad som är känt om adressatens ekonomiska förhållanden och omständigheterna i övrigt kan antas förmå denne att följa föreläggandet.¹ Vitet ska alltså bestämmas så att det blir verkkningsfullt och därmed avhåller adressaten från att bryta mot det föreläggande som har meddelats.²

Som direktivet får förstås träffas civilrättsliga sanktioner som t.ex. skadestånd inte av de nya sanktionsbestämmelserna. Direktivet innehåller andra bestämmelser som tar sikte på medlemsstaternas skyldighet att se till att konsumenter som skadats av otillbörliga

¹ Se bl.a. PMT 10485–16, PMT 8457–16, PMT 3962–17, PMT 7500–16, PMT 11881–18 och PMT 3962–17 där Patent- och marknadsdomstolen prövat frågor om vitets form och storlek.

² Se rättsfallet NJA 2018 s. 883 där Högsta domstolen har uttalat sig om bestämmandet av marknadsrättsliga viten.

affärsmetoder ges tillgång till avhjälpande åtgärder, däribland skadestånd (artikel 11 a). Övervägandena beträffande dessa bestämmelser finns i avsnitt 5.9.

Marknadsstörningsavgiften är däremot en sådan sanktion, avseende vilken direktivets kriterier är lämpliga att tillämpa, i vart fall när det gäller bedömningen av avgiftens storlek. När det gäller frågan om en avgift över huvud taget ska påföras konstaterar utredningen att bestämmelsen i 29 a § relativt nyligen har införts i syfte att möjliggöra en enhetligare och mindre restriktiv tillämpning av sanktionen marknadsstörningsavgift. Med hänsyn till intresset av förutsebarhet framstod det som värdefullt att i lagtexten spegla hur sanktionen är avsedd att tillämpas. Utredningen har tagit del av de avgöranden i vilka Patent- och marknadsdomstolen utdömt marknadsstörningsavgift efter lagändringen. Såvitt utredningen har kunnat se har lagändringen fått önskad effekt och lett till en ökad användning av marknadsstörningsavgiften som sanktion. Enligt utredningens bedömning skulle en tillämpning av de nya kriterierna i direktivet vid bedömningen av om en avgift ska påföras innebära en otydligare reglering och en osäkerhet om i vilka situationer en avgift ska påföras. I vart fall vissa av kriterierna har knappast någon större relevans just för den frågan.

När det gäller bedömningen av marknadsstörningsavgiftens storlek är det däremot lämpligt att direktivets kriterier får genomslag. De omständigheter som enligt 32 § MFL ska beaktas vid bedömningen av avgiftens storlek motsvarar i sak punkten a i artikel 13.2. Att bestämmelsen utökas så att även de övriga kriterier som nämns i direktivet kommer till uttryck i lagtexten bedöms göra sanktionen marknadsstörningsavgift ännu mer förutsebar och underlätta domstolarnas tillämpning av avgiftens storlek. Det är t.ex. rimligt att avgiften kan fastställas till ett högre belopp än annars om näringsidkaren tidigare har gjort sig skyldig till liknande överträdelser eller har gjort en stor vinst på grund av överträdelsen. Vid bedömningen av avgiftens storlek bör även kunna beaktas bl.a. om näringsidkaren har vidtagit åtgärder för att lindra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av. I gränsöverskridande situationer bör kunna beaktas sanktioner som näringsidkaren ålagts i andra medlemsstater inom EU.

Syftet med de nya kriterierna i direktivet är framför allt att underlätta en mer konsekvent tillämpning av sanktioner vid sådana gränsöverskridande överträdelser som omfattas av konsumentskyddsförordningen (se skäl 7 och 8 i ändringsdirektivet). Det skulle i och för sig vara förenligt med direktivet att begränsa tillämpningen av kriterierna till sådana situationer. Utredningen bedömer dock att det är lämpligt att kriterierna får en generell tillämpning i MFL. De ger möjlighet till väl avvägda lösningar även när det gäller överträdelser som inte omfattas av konsumentskyddsförordningen.

Utredningen återkommer i avsnitt 9.2.6 till den närmare utformningen av lagregleringen. Där diskuteras även andra frågor som gäller avgiftens storlek.

9.2.3 Utvidgade möjligheter att besluta om marknadsstörningsavgift vid överträdelser av MFL

Utredningens förslag: Möjligheten enligt 29 § första stycket MFL att besluta om marknadsstörningsavgift utvidgas till att omfatta överträdelser av bestämmelserna i MFL generellt, dvs. även överträdelser av 5 och 6 §§, de bestämmelser som utredningen föreslår i avsnitt 5 (12 a–c §§ och 14 a §) samt bestämmelserna om obeställd reklam, information om garantier och information innan ett konsumentavtal ingås (19, 20 a och 21–22 a §§).

Uppräkningen i 29 § andra stycket MFL av annan lagstiftning som innehåller bestämmelser om påförande av marknadsstörningsavgift tas bort.

Möjligheten att påföra marknadsstörningsavgift behöver utvidgas

Som har beskrivits innebär den nya artikel 13.3 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder att medlemsstaterna ska säkerställa att sanktionsavgifter kan påföras vid vissa gränsöverskridande överträdelser av nationella bestämmelser som antagits med stöd av direktivet. Detta gäller när sanktioner ska åläggas i enlighet med artikel 21 i konsumentskyddsförordningen, dvs. vid s.k. samordnade insatser inom EU. Det ska i dessa fall finnas en möjlighet antingen att ålägga

sanktionsavgifter via administrativa förfaranden eller att inleda rättsliga förfaranden för åläggande av sanktionsavgifter, eller bådadera.

Utredningen konstaterar att marknadsstörningsavgiften i MFL utgör en sådan sanktionsavgift som avses i direktivet. I syfte att genomföra direktivet finns det alltså inte behov av att införa någon ny typ av avgift.³

Den gällande regleringen när det gäller marknadsstörningsavgiften i MFL innebär att Sverige i stort sett lever upp till direktivets krav. Marknadsstörningsavgift kan redan i dag påföras vid överträdelser av de bestämmelser som genomför artiklarna 6, 7, 8 och 9 i direktivet. Det gäller 7 §, 8 § och någon av bestämmelserna i 9, 10, 12–17 §§ och 18 § MFL. Avgift kan även påföras vid överträdelser av någon av bestämmelserna i bilaga I till direktivet (svarta listan). Det finns inget som hindrar att en avgift beslutas vid samordnade insatser inom EU enligt artikel 21 i konsumentskyddsförordningen. Som utredningen återkommer till i avsnitt 9.2.5 och 9.2.6 behöver vissa ändringar dock göras när det gäller beloppsgränserna och avgiftens storlek.

I direktivet finns även en bestämmelse om förbud mot otillbörliga affärsmetoder som strider mot god yrkessed (artikel 5.2). Artikel 5 har i svensk rätt sin motsvarighet i den s.k. generalklausulen i 5 § MFL. Den innebär tillsammans med 6 § MFL ett förbud mot marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed. Sådan marknadsföring är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Det finns i dag ingen möjlighet att påföra marknadsstörningsavgift vid överträdelser av 5 och 6 §§ MFL.

Som har beskrivits i avsnitt 5 föreslår utredningen att det införs fyra nya bestämmelser i MFL, 12 a § om köperbudanden på en marknadsplats online, 12 b § om ranking av produkter, 12 c § om konsumentrecensioner och 14 a § om identiska varor. Bestämmelserna införs för att genomföra ändringar i artikel 6 och 7 i direktivet. Artikel 13.3 innebär att det alltså behöver finnas en möjlighet att påföra marknadsstörningsavgift även vid överträdelser av dessa bestämmelser.

Utöver de ovan nämnda bestämmelserna i MFL finns det i 22 a § en bestämmelse som genomför artikel 5 i direktiv 2011/83/EU. Be-

³ Utdömmande av ett vite utgör däremot inte en sanktionsavgift i direktivets mening (se skäl 9–10 och 13 i direktivet).

stämelsen reglerar näringsidkarens informationsskyldighet innan ett konsumentavtal ingås och innebär att näringsidkaren även vid andra avtal än distansavtal ska ge konsumenten klar och begriplig information om vissa uppräknade förhållanden. Bestämmelsens utformning ansluter nära till motsvarande bestämmelse om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (2 kap. 2 § DAL). Som närmare kommer att utvecklas i avsnitt 9.3 innebär ändringsdirektivet att även överträdelser av nationella bestämmelser som genomför ändringarna i direktiv 2011/83/EU ska kunna sanktioneras med en avgift. Någon sådan möjlighet finns inte nu. Också när det gäller överträdelser av 22 a § MFL behöver det därför införas en möjlighet att påföra marknadsstörningsavgift.

Möjligheten att ta ut en avgift bör inte begränsas till samordnade insatser inom EU

Som har konstaterats ovan innebär ändringsdirektivet att möjligheterna att påföra marknadsstörningsavgift behöver utvidgas till att omfatta även överträdelser av 5 och 6 §§, de nya föreslagna 12 a–c §§ och 14 a § samt 22 a § MFL. Skyldigheten enligt direktivet att säkerställa att avgifter kan påföras gäller dock endast vid samordnade insatser inom EU enligt artikel 21 i konsumentskyddsförordningen. Det är alltså möjligt att begränsa möjligheten att påföra en avgift till sådana fall. Enligt utredningens bedömning finns det dock goda skäl att inte begränsa regleringen på detta sätt utan att låta möjligheten att ta ut en avgift omfatta även andra situationer.

Mot en begränsning av möjligheten att påföra en avgift till samordnade insatser talar att någon sådan begränsning i dag inte finns när det gäller överträdelser av andra bestämmelser i MFL. Även om det i och för sig skulle vara möjligt enligt direktivet konstaterar utredningen att det inte finns anledning att införa sådana begränsningar avseende andra bestämmelser i MFL. Utgångspunkten bör vara att sanktionssystemet i MFL är utformat på ett enhetligt sätt, förutsatt att det inte finns bärande skäl för en annan ordning.

Från konsumentskyddssynpunkt står det klart att det finns anledning att se allvarligt inte endast på överträdelser som berör flera EU-medlemsstater utan även på dem som främst drabbar den svenska konsumentmarknaden. Generalklausulen i 5 § MFL fyller en viktig funktion och omfattar överträdelser som inte täcks in av övriga be-

stämmelser i MFL. Det handlar bl.a. om marknadsföring som strider mot speciallagstiftning, Konsumentverkets föreskrifter och allmänna råd, normer som patent- och marknadsdomstolarna har skapat genom sin praxis samt andra vedertagna normer inom ramen för lagens syfte. Detsamma gäller de nya bestämmelser som utredningen föreslår i MFL och överträdelser av 22 a § MFL. Det kan vara fråga om överträdelser som är tillräckligt allvarliga för att en marknadsstörningsavgift ska vara påkallad. En direktverkande sanktion som marknadsstörningsavgiften har ett tydligare avskräckande och preventivt syfte än förbud och informationsålägganden och kan på detta sätt vara mer effektiv för att komma åt företag som begår allvarliga överträdelser. Det har i tidigare lagstiftningssammanhang framhållits att användandet av marknadsstörningsavgift är viktigt för att upprätthålla respekten för det marknadsrättsliga regelverket (prop. 2015/16:168 s. 24). Av uppgifter som utredningen inhämtat från Konsumentverket framgår att de överträdelser som myndigheten bedömer som mest allvarliga från konsumentskyddssynpunkt oftast är överträdelser som begås inom Sverige och som riktar sig mot den svenska marknaden.

Sammantaget bedömer utredningen att en möjlighet att besluta om marknadsstörningsavgift vid överträdelser av de bestämmelser som nu är aktuella kommer att stärka konsumentskyddet och att detta intresse i hög grad gör sig gällande även när det gäller överträdelser som inte är föremål för en samverkande insats inom EU. Möjligheten att ta ut en avgift vid de överträdelser som aktualiseras enligt ändringsdirektivet bör därför inte begränsas på ett sådant sätt.

Möjligheten att påföra en avgift vid överträdelser av 5 och 6 §§ MFL bör inte begränsas till fortsatta överträdelser

När det gäller överträdelser av nationella bestämmelser som antagits med stöd av artikel 5 i direktivet har medlemsstaterna ett utrymme att begränsa påförandet av sanktionsavgifter till en näringsidkares fortsatta användning av en affärsmetod som den nationella behöriga myndigheten eller domstolen har konstaterat vara otillbörlig. Medlemsstaterna får men är inte skyldiga att möjliggöra påförande av sanktionsavgifter första gången en näringsidkare gör sig skyldig till en överträdelse av en nationell bestämmelse som antagits med stöd av artikel 5. För svensk del handlar det om överträdelser av general-klausulen i 5 och 6 §§ MFL. Det skulle alltså vara möjligt att begränsa

möjligheten att påföra en avgift till situationer där domstol eller KO tidigare har funnit att en affärsmetod strider mot god marknadsföringssed och därför förbjudit marknadsföringen men där näringsidkaren trots detta fortsätter marknadsföringen och bryter mot förbudet. Alternativet är att öppna upp för att överträdelser av generalklausulen – liksom övriga bestämmelser i MFL som genomför direktivet – generellt ska kunna leda till en marknadsstörningsavgift.

En utgångspunkt är att det ska vara förutsebart att ett visst handlande kan komma att sanktioneras med en avgift på liknande sätt som gäller för straffbestämmelser. En enskild ska i förväg kunna bedöma om en handling är laglig eller inte och vilken påföljd som eventuellt kan följa på handlingen.⁴ Det har dock framhållits att kravet på tydlighet måste ges en rimlig tillämpning och att det knappast kan undvikas att vissa straffbestämmelser innehåller allmänna kriterier som t.ex. ”otillbörlig” eller ”oskälig”. Det kan också förekomma att en straffbestämmelse hänvisar till god sed på något visst verksamhetsområde där det kan ha utbildats etiska regler som förutsätts vara vägledande. Om det finns rättspraxis som visar att en bestämmelse ska tolkas på visst sätt, måste hänsyn tas också till denna rättspraxis vid bedömningen av om kravet på förutsebarhet är uppfyllt. Kravet på att strafflag ska vara tydlig kan ofta inte innebära mer än att man genom att rådfråga en juridiskt kunnig person ska kunna få reda på om en viss handling riskerar att komma i konflikt med lagen.⁵

Bestämmelsen om god marknadsföringssed i 5 § MFL har ett brett tillämpningsområde. God marknadsföringssed definieras som god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter. Därmed avses bl.a. speciallagstiftning, Konsumentverkets föreskrifter och allmänna råd, normer som patent- och marknadsdomstolarna har skapat genom sin praxis samt andra internationella vedertagna normer inom ramen för lagens syfte. Även om bestämmelsen är utformad på ett generellt sätt finns det dock situationer där det står klart att ett handlande inte är förenligt med god marknadsföringssed. Ett exempel på detta är klara överträdelser av den s.k. lagstridig-

⁴ Detta följer av artikel 7 i Europakonventionen. Se Hans Danelius, Mänskliga rättigheter i europeisk praxis, JUNO Version 5, s. 357 f., W. Warnling Conradson & A. Nilsson, Sanktionsavgifter – särskilt i näringsverksamhet, 2020, s. 244 f. och EU-domstolens avgörande C-45/08 – Spector Photo Group och Van Raemdonck, punkt 42 där domstolen framhöll att sanktionsavgifter kan betraktas som straffrättsliga påföljder vid tillämpningen av Europakonventionen.

⁵ Hans Danelius, Mänskliga rättigheter i europeisk praxis, JUNO Version 5, s. 361.

hetsprincipen som faller utanför tillämpningsområdet för punkten 9 i svarta listan. Lagstridighetsprincipen innebär att marknadsföring som strider mot annan lagstiftning eller som är ägnad att leda till lagöverträdelser ska anses strida mot god marknadsföringssed och Marknadsdomstolen har med stöd av principen t.ex. förbjudit marknadsföring av läkemedel som inte varit förenlig med Läkemedelsverkets föreskrifter.⁶ Andra exempel är överträdelser av branschetiska regler, t.ex. ICC:s⁷ regler för reklam och marknadskommunikation, FEDMA:s⁸ uppförandekoder och DSS⁹ etiska regler för direkthandel. Vidare bör nämnas Föreningen NIX-Telefons regler om spärregistret. Det grundläggande dokumentet (Regler för NIX-Telefon) beslutades 1999 av Föreningen NIX-Telefon och godkändes i samband med detta av Konsumentverket. Enligt de regler som gäller för NIX-Telefon kräver god marknadsföringssed att företag gör en kontroll mot registret. Det strider mot god marknadsföringssed att i försäljnings-, marknadsförings- eller insamlingssyfte utan annat samtycke kontakta en konsument som anmält sitt telefonnummer i NIX-Telefon.

Ett annat handlande som helt klart strider mot god marknadsföringssed är när en näringsidkare vid kontakter med en konsument eller ett företag felaktigt påstår att ett avtal har ingåtts som innebär förpliktelser i form av betalningsskyldighet.¹⁰ Det finns också bestämmelser i annan lagstiftning som tydligt anger att vissa handlanden är otillbörliga enligt 5 § MFL. Sådana bestämmelser finns i bl.a. lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter, spellagen (2018:1138) och lagen (2010:751) om betaltjänster (se närmare om detta nedan).

Sammantaget bedömer utredningen att det inom tillämpningsområdet för 5 och 6 §§ MFL i stor utsträckning finns situationer där det för en näringsidkare måste stå klart att ett handlande inte är förenligt med god marknadsföringssed och där bestämmelsen uppfyller nämnda krav på förutsebarhet. Utifrån dessa aspekter är det alltså inte motiverat att i lag begränsa möjligheten att ta ut en avgift till fortsatta överträdelser. Från konsumentskyddssynpunkt är det angeläget att domstolarna ges möjlighet att sanktionera även överträdelser av 5 och 6 §§ MFL med en avgift och att det kan ske redan i

⁶ Se MD 2012:8.

⁷ Internationella Handelskammaren.

⁸ Federation of European Direct and Interactive Marketing.

⁹ Direct Selling Sweden.

¹⁰ Se t.ex. MD 2016:10.

samband med det förfarande där domstolen förbjuder en viss marknadsföring. Domstolen bör – på samma sätt som vid överträdelse av andra bestämmelser i MFL – i varje enskilt fall kunna göra en samlad bedömning av om det finns förutsättningar för att påföra en avgift. Detta innebär bl.a. att det ska vara fråga om ett visst allvar i överträdelsen.¹¹ Vid bedömningen av överträdelsens allvar ska domstolen beakta överträdelsens art, varaktighet, omfattning och spridning (29 a § MFL). Det krävs även att överträdelsen begåtts uppsåtligt eller av oaktsamhet för att avgift ska kunna komma ifråga. Om det brister i förutsebarheten eller annars inte är fråga om en tillräckligt allvarlig överträdelse ska domstolen inte besluta om en avgift.

Överträdelser av bestämmelserna om obeställd reklam och information om garantier

Utöver de nämnda bestämmelserna som berörs av ändringsdirektivet finns det vissa andra bestämmelser i MFL som i dag inte är sanktionerade med marknadsstörningsavgift. Detta gäller bestämmelserna i 19, 20 a och 21 §§ MFL om obeställd reklam. De genomför vissa bestämmelser i det s.k. kommunikationsdataskyddsdirektivet¹². Syftet med direktivet är bl.a. att säkerställa ett likvärdigt skydd av de grundläggande fri- och rättigheterna när det gäller behandling av personuppgifter inom sektorn för elektronisk kommunikation.

Enligt 19 § är huvudregeln att en näringsidkare vid marknadsföring till en fysisk person får använda elektronisk post och uppringningsautomater eller liknande system bara om personen har samtyckt till det på förhand. Kravet på samtycke ska dock, under vissa angivna förutsättningar, inte gälla inom ramen för ett befintligt kundförhållande. Regleringen innebär vidare att ett reklammeddelande som sänds med elektronisk post alltid måste innehålla en giltig adress till vilken mottagaren kan sända en begäran om att marknadsföringen ska upphöra. Detta gäller även vid marknadsföring som riktas till juridiska personer.

¹¹ Se prop. 2015/16:168 s. 25, se även t.ex. mål nr PMT 9149-16 där PMÖD inte fann det visat att marknadsföring av telefon- och bredbandsabonnemang per telefon varit av sådant allvarligt slag att marknadsstörningsavgift skulle utgå.

¹² Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation.

I 20 a § MFL finns bestämmelser om marknadsföring av informationssamhällets tjänster med elektronisk post. Mottagaren får i sådana fall inte uppmanas att besöka webbplatser vars marknadsföring strider mot 9 § eller 10 § tredje stycket. Bestämmelsen syftar till att förhindra marknadsföring med elektronisk post som uppmanar mottagaren att besöka en webbplats, vars marknadsföring inte uppfyller kravet på reklamidentifiering eller strider mot förbudet mot vilseledande marknadsföring genom att väsentlig information om villkoren utelämnas. Ett typexempel på sådan verksamhet som omfattas av bestämmelsen är s.k. nätfiske, som innebär försök att lura innehavare till bankkonton eller andra elektroniska resurser att lämna ifrån sig personlig eller ekonomisk information, t.ex. användarnamn och lösenord, personnummer, kreditkortsnummer eller bankkontonummer, som sedan kan användas för bedrägerier.

Enligt 21 § MFL får en näringsidkare använda andra metoder för individuell kommunikation på distans än sådana som avses i 19 § om inte den fysiska personen tydligt motsatt sig att metoden används. Bestämmelsen innehåller den s.k. opt-out lösningen beträffande andra metoder för individuell kommunikation än dem som särskilt regleras i 19 § vilket innebär att konsumenten i förväg aktivt ska ha motsatt sig sådan marknadsföring för att den ska vara otillåten. Påringning till såväl fast telefon som mobiltelefon får användas för individuell kommunikation med konsumenter, om inte konsumenten har motsatt sig detta. En konsument som har låtit registrera sitt telefonnummer i NIX-telefon ska dock anses ha motsatt sig marknadsföring per telefon till det aktuella numret.

I 22 § MFL finns en bestämmelse om information om garantier. En näringsidkare som vid marknadsföring erbjuder sig att genom en garanti eller liknande utfästelse under en viss tid svara för en produkt eller del därav eller för en egenskap hos produkten vid försäljning, ska lämna köparen tydlig information om utfästelsens innehåll och de uppgifter som är nödvändiga för att köparen ska kunna göra den gällande. Information ska även lämnas om att köparens rättigheter enligt lag inte påverkas av utfästelsen. Utfästelsen och informationen ska lämnas i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för köparen.

Bestämmelsen infördes 2002 i 1995 års MFL och genomförde artiklarna 6.2 och 6.3 i direktiv 1999/44/EG om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier

(konsumentköpsdirektivet). Vid införandet av 2008 års MFL fördes den över till den lagen.

Bestämmelserna i 19–21 §§ genomför inte några bestämmelser i direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Bestämmelsen i 22 § har visserligen ett samband med förbudet mot vilseledande marknadsföring i 10 § MFL men inte heller den genomför någon av artiklarna i direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Direktivet innebär alltså inte att det måste finnas en möjlighet att påföra marknadsstörningsavgift vid överträdelser av bestämmelserna. Frågan är om det ändå finns skäl att införa en sådan möjlighet.

När regeln om krav på samtycke för obeställd reklam infördes gjordes bedömningen att marknadsstörningsavgift är en väl kraftig sanktion beträffande obeställd reklam (prop. 1999/2000:40 s. 22). Samma bedömning gjordes beträffande den regeln och överträdelser av 22 § i samband med att MFL infördes (prop. 2007/08:115 s. 121). Avseende 22 § framhölls att i första hand borde förbudet mot vilseledande marknadsföring i 10 § MFL vara tillämpligt om en näringsidkare på ett vilseledande sätt använder begreppet garanti eller begrepp med motsvarande innebörd och att marknadsstörningsavgift är en möjlig sanktion vid alla former av överträdelser av förbudet mot vilseledande marknadsföring (a. prop.).

Utredningen konstaterar att bestämmelserna om obeställd reklam syftar till att skydda enskildas integritet och privatliv och att de är viktiga från konsumentskyddssynpunkt. Konsumenter ska inte behöva riskera att bli kontaktade i marknadsföringssyfte via t.ex. e-post utan att konsumenten har samtyckt till det eller något av undantagen i 19 § andra stycket är tillämpligt. Konsumenter som har motsatt sig marknadsföring per telefon ska inte bli uppringda av telefonförsäljare. Den tekniska utvecklingen har medfört att marknadsföring via telefon, e-post, sociala medier m.m. har ökat i omfattning och att fler konsumenter utsätts för oseriösa aktörer. Mot den bakgrunden blir det allt viktigare att det finns effektiva och avskräckande sanktioner som kan användas mot näringsidkare som inte följer reglerna. En direktverkande sanktion i form av marknadsstörningsavgift är effektiv och avskräckande. Utredningen bedömer att det därför finns skäl att låta överträdelser av 19, 20 a och 21 §§ omfattas av bestämmelserna om marknadsstörningsavgift.

Bestämmelsen i 22 § MFL syftar till att konsumenter ska få information om garantier och liknande utfästelser. Även detta är viktigt ur ett konsumentperspektiv. Utredningens förslag innebär att överträdelse av andra bestämmelser om näringsidkarens informationsskyldighet, t.ex. 22 a § MFL och 2 kap. 2–5 §§ DAL, ska kunna medföra marknadsstörningsavgift (se avsnitt 9.2.3 och 9.3). Det ligger i linje med detta att även överträdelse av 22 § ska kunna leda till en avgift.

Sammantagen bedömning

De bedömningar som gjorts ovan innebär sammanfattningsvis att möjligheten enligt 29 § första stycket MFL att besluta om marknadsstörningsavgift bör utvidgas till att omfatta överträdelse av bestämmelserna i MFL generellt, dvs. även överträdelse av 5 och 6 §§, de bestämmelser som utredningen föreslår i avsnitt 5 (12 a–c §§ och 14 a §) samt bestämmelserna om obeställd reklam, information om garantier och information innan ett konsumentavtal ingås (19, 20 a och 21–22 a §§). Möjligheten att ta ut en avgift bör inte begränsas till s.k. samordnade insatser inom EU. Möjligheten att besluta om en avgift vid överträdelse av 5 och 6 §§ bör inte begränsas till s.k. fortsatta överträdelse.

Uppräkningen i 29 § andra stycket MFL av bestämmelser i annan lagstiftning

I 29 § andra stycket finns en uttömmande uppräkningslista av bestämmelser i andra lagar där marknadsstörningsavgift kan användas som sanktion, t.ex. socialförsäkringsbalken och alkohollagen. Bestämmelsen i andra stycket tillkom genom en ändring i 1995 års marknadsföringslag och fördes sedan över till MFL. I samband med införandet av bestämmelsen konstaterade regeringen att förändringen innebar att de marknadsrättsligt grundande bestämmelserna avseende ljudradio och TV i alkohollagstiftningen, tobakslagen, lokalradiolagen samt radio- och TV-lagen även kunde avgiftssanktioneras (prop. 1995/96:160 s. 210). Därefter gjordes flera redaktionella ändringar i bestämmelsen i samband med ändringar i de uppräknade lagarna.

Utöver regleringen i 29 § andra stycket är det även särskilt reglerat i respektive lag att marknadsstörningsavgift kan påföras. Exempelvis anges det i 7 kap. 8 § alkohollagen att ett handlande som strider mot 3 § kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen. Att en avgift kan påföras framgår alltså såväl direkt av de uppräknade lagarna som av 29 § andra stycket MFL. Som regleringen måste förstås finns den grundläggande sanktionsbestämmelsen i dag direkt i de uppräknade lagbestämmelserna. Bestämmelsen i MFL utgör alltså endast en upplysningsbestämmelse.¹³ Utredningens förslag innebär att hänvisningarna i speciallagstiftning till bestämmelserna om marknadsstörningsavgift i MFL i flera fall tas bort (se avsnitt 9.2.4 nedan). Dessa fyller inte längre någon funktion när marknadsstörningsavgift alltid kommer att vara en möjlig sanktion vid överträdelser av 5 § MFL. Frågan är om det finns skäl att behålla uppräknningen i 29 § andra stycket MFL eller om den bör tas bort. Ett argument för att behålla listan kan vara att det blir tydligt i vilka fall marknadsstörningsavgift kan utgå. Med utredningens förslag skulle listan dock behöva utökas med ett antal flera lagbestämmelser. Det finns då en risk för att den blir mindre överskådlig, vilket gör att det pedagogiska värdet av den minskar (jfr prop. 2019/20:120 s. 90 f. där det bedömdes att upplysningsbestämmelsen i 1 § andra stycket MFL skulle tas bort). Det kan också ifrågasättas om det finns skäl att behålla den när tillämpningsområdet för avgiften föreslås utvidgas till samtliga överträdelser av MFL:s bestämmelser. Någon motsvarande uppräknning finns inte beträffande andra sanktioner såsom förbud och ålägganden.

Sammantaget bedömer utredningen att det inte är motiverat att behålla listan i 29 § andra stycket MFL utan att den bör tas bort.

9.2.4 Behovet av följdändringar

Utredningens förslag: Möjligheten att påföra marknadsstörningsavgift vid överträdelser av 5 och 6 §§ MFL innebär vissa följdändringar i socialförsäkringsbalken (2010:110), radio- och tv-lagen (2010:696), alkohollagen (2010:1622) och lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter.

¹³ Jfr Lagrådets yttrande över 28 § MFL i prop. 2007/08:115 s. 307.

I ett stort antal lagar finns bestämmelser som innehåller en hänvisning till marknadsföringslagens sanktionssystem. Metoden att i specialförfattningar på det marknadsrättsliga området hänvisa till marknadsföringslagen är väl beprövad (prop. 2010/11:85 s. 52). Vissa av dessa lagar innehåller bestämmelser om att handlanden är otillbörliga enligt 5 § MFL. Sådana bestämmelser finns i

- 7 kap. 8 § lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter,
- 15 kap. 4 § spellagen (2018:1138),
- 11 § lagen (2013:1054) om marknadsföring av modersmjölkersättning och tillskottsnäring,
- 6 a § och 27 § konsumentkreditlagen (2010:1846),
- 7 kap. 8 § och 9 § alkohollagen (2010:1622),
- 7 a kap. 2 § lagen (2010:751) om betaltjänster,
- 17 kap. 9 § radio- och tv-lagen (2010:696),
- 64 kap. 46 § socialförsäkringsbalken (2010:110).

För vissa av dessa i lagtexten särskilt utpekade överträdelser är det redan i dag möjligt att påföra marknadsstörningsavgift (se t.ex. ovan nämnda bestämmelse i socialförsäkringsbalken). Utredningens förslag till ändringar i 29 § MFL innebär att samtliga av dessa överträdelser kommer att kunna sanktioneras med en avgift. Utredningen gör bedömningen att detta är lämpligt och att det inte finns anledning att göra undantag för dessa handlanden. Det innebär att domstolen ska göra en prövning i varje enskilt fall av om det finns skäl att påföra näringsidkaren en avgift. Vissa redaktionella ändringar behöver göras i några av de aktuella bestämmelserna. Gemensamt för dessa är att de anger att ett visst handlande kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ marknadsföringslagen. Eftersom utredningens förslag innebär att överträdelser av 5 § ska kunna medföra marknadsstörningsavgift blir dessa formuleringar onödiga och bör tas bort.

Utredningen återkommer i avsnitt 9.5 till behovet av ändringar i andra lagar som hänvisar till MFL:s påföljdssystem.

9.2.5 Beloppsgränserna för marknadsstörningsavgiften m.m.

Utredningens förslag: Den övre fasta beloppsgränsen för marknadsstörningsavgiften tas bort. I de fall årsomsättningen uppskattas få avgiften fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.

Utredningens bedömning: Den övre gränsen om tio procent av näringsidkarens årsomsättning behålls liksom den undre beloppsgränsen om tio tusen kronor.

Direktivregleringen

Enligt de nya sanktionsbestämmelserna i direktivet ska det högsta beloppet för sanktionsavgifter vara minst fyra procent av näringsidkarens årliga omsättning i den eller de berörda medlemsstaterna. I fall där det saknas information om näringsidkarens årliga omsättning ska det högsta beloppet för sanktionsavgifter vara minst två miljoner euro (se artikel 13.3).

Regleringen innebär att medlemsstaterna får behålla eller införa högre maximala omsättningsbaserade sanktionsavgifter. Medlemsstaterna får även basera sådana avgifter på näringsidkarens sammanlagda omsättning i hela världen eller utvidga reglerna till att omfatta andra överträdelser som inte omfattas av bestämmelserna i direktivet, men som har samband med artikel 21 i konsumentskyddsförordningen (se skäl 13 i ändringsdirektivet). Medlemsstaterna ges alltså ett betydande utrymme att själva bestämma storleken på avgifter så länge de angivna maximala beloppsgränserna inte underskrids.

Den övre beloppsgränsen tas bort

Gällande bestämmelser i MFL innebär att marknadsstörningsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio miljoner kronor. Avgiften får inte överstiga tio procent av näringsidkarens årsomsättning. Vidare framgår att årsomsättningen ska avse omsättningen närmast föregående räkenskapsår. Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om

årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas (31 § MFL).

Innan beloppsgränserna för marknadsstörningsavgift höjdes 2016 hade dessa varit oförändrade sedan sanktionen infördes 1995. Det lägsta beloppet var fem tusen kronor och det högsta beloppet var 5 miljoner kronor. Avgiften fick dock inte överstiga tio procent av näringsidkarens årsomsättning. När beloppsgränserna infördes i MFL överensstämde dessa med de beloppsgränser som då gällde för konkurrensskadeavgift enligt 1993 års konkurrenslag. Beloppsgränserna avseende konkurrensskadeavgiften togs dock bort i och med att den nya konkurrenslagen (2008:579) trädde i kraft. Detta motiverades med att det inom EU-rätten saknades sådana och att de verkade sakna funktion (prop. 2007/08:135 s. 144).

I samband med 2016 års ändringar i MFL övervägdes om motsvarande förändring borde göras i MFL. Enligt regeringen fanns det dock vissa betydande skillnader mellan de marknadsföringsrättsliga och konkurrensrättsliga regelverken som talade mot en ändring. Dessutom ansågs det vara av värde för domstolarna att vid utdömandet av marknadsstörningsavgift kunna hålla sig till ett närmare preciserat intervall. Sammantaget fann regeringen att det inte fanns skäl för en sådan ändring. I stället höjdes beloppsgränserna mot bakgrund av EU-rättens krav på effektiva och avskräckande sanktioner i syfte att möjliggöra fastställande av marknadsstörningsavgift inom ramen för en större intervall där lämplig hänsyn kan tas till det aktuella företags storlek (prop. 2015/16:168 s. 29).

Genom artikel 13.3 i direktiv 2005/29/EG står det nu klart att det är nödvändigt att ha en övre procentsats av näringsidkarens årliga omsättning som uppgår till minst fyra procent för att uppfylla EU-rättens krav. Den gällande beloppsgränsen om tio miljoner kronor är därmed inte förenlig med direktivet. Att behålla den gränsen skulle medföra att stora företag och även vissa medelstora företag inte kan åläggas en avgift som uppgår till minst fyra procent av årsomsättningen. Utredningen konstaterar alltså att den övre beloppsgränsen måste tas bort för att svensk lag ska överensstämma med direktivet.

Utredningen bedömer att det inte finns skäl att ta bort den nedre beloppsgränsen om tio tusen kronor. Den gränsen lämnas därför oförändrad.

Den övre procentuella gränsen av årsomsättningen behålls

När det gäller den övre procentuella gränsen av årsomsättningen anser utredningen att det finns goda skäl att behålla den procentsats som redan finns i dag i MFL. Av de domstolsavgöranden som utredningen har tagit del av framgår att domstolarna i flera fall, särskilt beträffande mindre företag, bestämmer avgiftens storlek till tio procent eller nära tio procent av årsomsättningen.¹⁴ En sänkning av den övre procentuella gränsen till t.ex. fyra procent skulle alltså i många fall medföra en påtaglig sänkning av avgifterna i förhållande till nuvarande praxis. Utredningen bedömer att en sådan förändring inte är förenlig med syftet med marknadsstörningsavgiften, att verka avskräckande. En sänkning av avgiften skulle kunna uppfattas som en förändring i synen på överträdelser av marknadsföringsreglerna som mindre allvarliga och i förlängningen innebära en försämring av konsumentskyddet.

En särskild fråga är om tio procentsregeln nu när den övre beloppsgränsen tas bort i vissa fall kan leda till alltför stora avgifter. Frågeställningen rör situationer där det är ett stort företag som har begått överträdelsen. En generell procentsats som gäller för alla företag oavsett storlek medför dock att alla företag drabbas lika hårt av avgiften. Procentsatsen utgör också endast ett tak för avgiften och en samlad bedömning ska ske i varje enskilt fall inom ramen för denna övre gräns. Enligt utredningens bedömning finns det tillräckligt utrymme för domstolen att göra rimliga bedömningar av avgiftens storlek även för stora företag och det finns inte skäl att sänka gränsen, varken generellt eller när det gäller stora företag.

I samband med lagändringarna 2016 framhöll regeringen att marknadsstörningsavgiften kan anpassas efter såväl det aktuella företags storlek och ställning på marknaden som överträdelsens karaktär och omfattning.¹⁵ Detta gör sig fortfarande gällande. Liksom hittills är företags storlek alltså en sådan omständighet som kan beaktas. Det är viktigt att en nyanserad bedömning görs för att undvika att större bolag drabbas av alltför betungande avgifter. Syftet med förslaget är inte att det ska leda till någon generell höjning av avgifterna i praxis beträffande stora företag i förhållande till vad som gäller i dag.

¹⁴ Utredningen har tagit del av domar i elva mål som meddelats av Patent- och marknadsdomstolen under perioden 2017-11-02–2020-02-18 där frågan om marknadsstörningsavgift varit uppe till prövning.

¹⁵ Prop. 2015/16:168 s. 29.

Mot bakgrund av det ovan anförda föreslår utredningen att den nuvarande övre beloppsgränsen i 31 § första stycket MFL tas bort och att avgiften inte får överstiga tio procent av näringsidkarens årsomsättning närmast föregående räkenskapsår.

En fråga för utredningen att överväga är om årsomsättningen bör begränsas till att avse årsomsättningen i den eller de berörda medlemsstaterna, vilket är tillåtet enligt ändringsdirektivet. Enligt dagens reglering avses med omsättning näringsidkarens hela omsättning utan begränsning till enbart den produkt eller marknad som förfarandet berört. Det är dock inte fråga om koncernomsättningen, om företaget ingår i en koncern. Utredningen anser att det finns flera fördelar med att behålla den nuvarande svenska ordningen. Den synes ha fungerat väl och innebär att KO och domstolar inte behöver utreda vilken marknad som berörts av förfarandet. Som har beskrivits ska avgiftens storlek avgöras med hänsyn till omständigheterna i det enskilda fallet. Det finns inte anledning att anta att den gällande ordningen skulle leda till alltför höga avgifter för företag. Utredningen bedömer därför att det saknas skäl att begränsa årsomsättningen till den eller de berörda medlemsstaterna.

Beträffande de fall där uppgifter om årsomsättning saknas eller är bristfälliga får årsomsättningen på samma sätt som tidigare uppskattas. Regleringen i nuvarande 31 § tredje stycket MFL behöver dock kompletteras med hänsyn till den nya lydelsen av artikel 13 i direktivet på så sätt att en övre gräns införs som uppgår till minst två miljoner euro. Det saknas enligt utredningen skäl att bestämma det maximala beloppet till ett högre belopp än det som anges i direktivet. Frågan är då om den maximala avgiften ska anges i svenska kronor eller i euro i lagtexten. Vid genomförandet i svensk rätt av andra EUrättsakter har lagstiftaren valt olika lösningar. Användningen av euro är t.ex. vanligt förekommande i lagstiftningen på finansmarknadsområdet.¹⁶ Där har högsta belopp för sanktionsavgifterna angetts som ett belopp i svenska kronor som motsvarar ett visst belopp i euro. Utredningen bedömer att det är en lämplig ordning även gällande marknadsstörningsavgiften. Avgiften bör alltså i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro. Beloppet är inte knutet till växelkursen en viss dag. Vilket be-

¹⁶ Se t.ex. 15 kap. 8 § lagen (2004:297) om bank- och finansieringsrörelse, 25 kap. 9 § lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden, 7 kap. 14 § lagen (2017:630) om åtgärder mot penningtvätt och finansiering av terrorism och 5 kap. 8 § lagen (2016:1306) med kompletterande bestämmelser till EU:s marknadsmissbruksförordning.

lopp som motsvarar två miljoner euro bör därför bestämmas utifrån kronkursen den dag då beslut om sanktionsavgift meddelas.¹⁷

I de fall en talan om marknadsstörningsavgift riktas mot flera näringsidkare ska avgiften på samma sätt som tidigare fastställas särskilt för var och en av dem.

Begreppet ”närmast föregående räkenskapsår”

En fråga som har tagits upp under utredningens arbete är innebörden av uttrycket ”närmast föregående räkenskapsår”. Årsomsättningen ska enligt 31 § tredje stycket MFL avse omsättningen närmast föregående räkenskapsår. Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas. I ett avgörande från Marknadsdomstolen (MD 2012:17) argumenterade näringsidkaren för att omsättningen året före målets slutliga avgörande skulle ligga till grund för bedömningen medan KO i stället gjorde gällande att omsättningen året före överträdelsen var avgörande. Marknadsdomstolen konstaterade att MFL:s förarbeten inte gav någon klar vägledning i denna fråga men att det inom konkurrensrätten var klarlagt att tidpunkten för målets avgörande är av central betydelse vid påförande av konkurrensskadeavgift. Domstolen ansåg att det fanns skäl för en sådan tillämpning även på marknadsrättens område. Bestämmelsens utformning ansågs dock svårigen kunna ges en annan innebörd än att det skulle vara föregående räkenskapsår räknat från tiden för överträdelsen som är avgörande.

KO har framfört till utredningen att det är problematiskt att det är föregående räkenskapsår räknat från tiden för överträdelsen och inte det år som föregick målets slutliga avgörande som ligger till grund för bedömningen av marknadsstörningsavgiftens högsta belopp. Detta medför enligt KO att företag som haft en liten omsättning innan överträdelsen, men som sedan, på grund av överträdelsen, får en betydligt högre omsättning efterföljande år, inte kan åläggas en avgift som motsvarar den högre omsättningen.

¹⁷ Jfr prop. 2016/17:173 s. 555.

Utredningen konstaterar att den tillämpning som görs inom marknadsrätten inte synes vara i linje med praxis inom andra rättsområden, t.ex. konkurrensrätten.¹⁸ Det finns goda skäl för att tillämpa samma beräkningsgrund för marknadsstörningsavgiften som för konkurrensskadeavgiften. En sådan tillämpning innebär dessutom att avgiften inte riskerar att sätta bolaget på obestånd. Det medför också att avgiften anpassas till de eventuella effekter en viss marknadsföring har fått på bolagets omsättning. Frågan är dock om det finns behov av att föreslå ändringar i lagtexten i 31 § tredje stycket MFL för att möjliggöra en sådan tillämpning. Av lagtexten framgår att årsomsättningen ska avse omsättningen närmast föregående räkenskapsår. Utredningen anser att det inte finns något i bestämmelsens nuvarande lydelse som hindrar en sådan tillämpning. Det finns alltså redan i dag ett utrymme för domstolarna att lägga årsomsättningen det år som föregick målets slutliga avgörande till grund för bedömningen. Det bör också framhållas att formuleringen i lagtexten är vanligt förekommande även i annan lagstiftning där den maximala sanktionsavgiftens storlek beräknas utifrån ett företags årsomsättning.¹⁹ Mot denna bakgrund anser utredningen att de synpunkter som KO har framfört i första hand är en fråga för rättstillämpningen och att det inte finns skäl för utredningen att föreslå någon lagändring i detta avseende. Till följd av ändringen som innebär att den övre beloppsgränsen tas bort föreslås dock vissa redaktionella ändringar i bestämmelsen.

¹⁸ Se även bestämmelsen om förhöjd företagsbot i 36 kap. 9 § BrB. I dessa fall sker vanligen bedömningen med utgångspunkt i den senaste årsredovisning som föreligger vid tidpunkten för domen eller utfärdandet av strafföreläggandet, prop. 2018/19:164 s. 67.

¹⁹ Se t.ex. 10 § lagen (2019:59) med kompletterande bestämmelser till EU:s geoblockeringsförordning och 5 kap. 6–8 §§ lagen (2016:1306) med kompletterande bestämmelser till EU:s marknadsmissbruksförordning.

9.2.6 Bedömningen av avgiftens storlek

Utredningens förslag: När marknadsstörningsavgiften fastställs ska hänsyn tas till

1. överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning,
2. åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument eller en annan näringsidkare har drabbats av,
3. tidigare överträdelser som näringsidkaren gjort sig skyldig till,
4. i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen,
5. i gränsöverskridande fall, sanktioner som har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater i Europeiska unionen, ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, och
6. andra försvårande eller förmildrande omständigheter.

Som redogjorts för ovan i avsnitt 9.2.2 bedömer utredningen att direktivets kriterier vid påförande av sanktioner (artikel 13.2) bör genomföras på så sätt att de beaktas vid bedömningen av marknadsstörningsavgiftens storlek. Detta kommer att göra avgiften mer förutsebar och underlätta domstolarnas bedömning. Den gällande bestämmelsen i 32 § MFL om fastställande av marknadsstörningsavgiften motsvarar endast till viss del kriterierna i direktivet. Regleringen i MFL behöver alltså ändras så att den stämmer överens med direktivet.

Det är lämpligt att 32 § MFL formuleras i nära anslutning till direktivtexten. Enligt artikel 13.2 a i direktivet ska beaktas överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet. Detta motsvarar i sak de omständigheter som redan i dag ska beaktas vid bedömningen av om marknadsstörningsavgift ska påföras enligt 29 a § MFL, även om formuleringarna skiljer sig något åt. För att undvika oklarhet om

detta föreslår utredningen att 32 § första punkten formuleras så att hänsyn ska tas till överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning. Även artikel 13.2 b–f bör komma till uttryck i lagtexten.

Enligt punkten b i artikeln ska beaktas eventuella åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att mildra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av. Direktivet reglerar endast förhållandet mellan näringsidkare och konsumenter. Enligt svensk rätt har dock sedan lång tid tillbaka såväl konsumenter som andra näringsidkare ansetts behöva skydd från otillbörliga affärsmetoder (se 1 § MFL och prop. 1970:57 s. 64). Detta innebär att en näringsidkare som skadats av en annan näringsidkares marknadsföring har möjlighet att väcka talan vid domstol och att påföljderna i MFL kan aktualiseras även i ett sådant fall. Även om marknadsföringslagstiftningens främsta uppgift är att skydda konsumenterna har det ansetts angeläget att också näringslivets intressen tas till vara. Utredningen, som instämmer i detta, anser inte att det finns skäl att göra skillnad i påföljdshänseende mellan marknadsföring som riktar sig mot konsumenter eller näringsidkare. Eftersom överträdelser som riktar sig mot andra näringsidkare inte omfattas av direktivets tillämpningsområde hindrar direktivet inte att Sverige även i fortsättningen låter bestämmelserna om påföljder i MFL vara tillämpliga på sådana överträdelser. Med hänsyn till detta bör det uttryckligen framgå av 32 § punkten 2 att även åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en annan näringsidkare har drabbats av särskilt ska beaktas.

Även med de föreslagna förändringarna gällande avgiftens storlek finns det skäl att behålla bestämmelsen om eftergift av avgift i 32 § andra stycket MFL. Avgiften bör även fortsättningsvis kunna efterges om det finns synnerliga skäl för det.

9.2.7 Situationer där en avgift inte får påföras

Utredningens förslag: Talan om påförande av marknadsstörningsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning om överträdelserna omfattas av ett förbud eller ett åläggande som har för- enats med vite och talan om utdömande av vitet har väckts.

Gällande rätt

Enligt 30 § MFL får marknadsstörningsavgift inte åläggas någon för en överträdelse av ett förbud eller en underlåtelse att följa ett åläggande som har meddelats vid vite enligt denna lag. Syftet med bestämmelsen, som infördes redan i 1995 års marknadsföringslag, är att förhindra dubbla påföljder när ett förfarande som omfattas av ett förbud eller ett åläggande som har meddelats vid vite upprepas och därmed samtidigt kan bli föremål för en talan om utdömande av vitet och en talan om marknadsstörningsavgift. I förarbetena till 1995 års lag angavs att både förbud eller åläggande och marknadsstörningsavgift kunde komma ifråga med anledning av en och samma marknadsföringsåtgärd. Detta då förbud och ålägganden avser att hindra framtida överträdelser medan marknadsstörningsavgiften är en direktverkande sanktion och avser marknadsföring som har bedrivits. Konflikt kunde dock tänkas uppkomma mellan talan om utdömande av vite och påförande av marknadsstörningsavgift eftersom det då är fråga om två direktverkande sanktioner som har sin grund i samma marknadsföringsrättsliga ändamålsöverväganden. I sådana fall ansåg regeringen att vitet borde ha företräde (se prop. 1994/95:123 s. 118).

Ändringsdirektivet och principen om *ne bis in idem*

Av skäl 8 i ändringsdirektivet framgår att medlemsstaterna, utöver de vägledande kriterierna för tillämpning av sanktioner, också bör ta hänsyn till andra allmänna rättsprinciper som är tillämpliga vid åläggande av sanktioner, såsom principen om förbud mot dubbelbestraffning (*ne bis in idem*) som kommer till uttryck i artikel 50 i EU:s rättighetsstadga och artikel 4.1 i det sjunde tilläggsprotokollet till Europakonventionen. Enligt dessa artiklar gäller att ingen får lagföras eller straffas på nytt i en brottmålsrättegång i samma stat för ett brott för vilket han eller hon redan blivit slutligt frikänd eller dömd i enlighet med lagen och rättegångsordningen i den staten. Förbudet hindrar både dubbelbestraffning (dvs. ett nytt straff vid ett annat tillfälle än det första) och en andra prövning av samma gärning. Sverige har anslutit sig till det sjunde tilläggsprotokollet. Det gäller som lag här i landet enligt lagen (1994:1219) om den europeiska konventionen angående skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna. Av 2 kap. 19 § regeringsformen följer att

en lag inte får meddelas i strid med Sveriges åtaganden på grund av konventionen.

I lagstiftningsärenden på andra rättsområden har konstaterats att begreppet straff i den mening som avses i Europakonventionen även omfattar vite.²⁰ I dessa sammanhang har det bedömts att tidpunkten för när en domstolsprocess om utdömande av vite inleds bör vara avgörande för när ett hinder mot ett andra förfarande för samma gärning eller överträdelse uppkommer. Exempelvis gäller enligt 5 kap. 13 § lagen (2016:1306) med kompletterande bestämmelser till EU:s marknadsmissbruksförordning att Finansinspektionen inte ska ingripa om en överträdelse omfattas av ett föreläggande om vite och den överträdelsen ligger till grund för en ansökan om utdömande av vitet. När det gäller sanktioner för livsmedelsbrott föreskrivs på samma sätt i 30 § andra stycket livsmedelslagen (2006:804) att det inte ska dömas till ansvar eller beslutas om en sanktionsavgift för en överträdelse som omfattas av ett föreläggande om vite om överträdelsen ligger till grund för en ansökan om utdömande av vitet. Samma reglering finns i 12 § lagen (2019:59) med kompletterande bestämmelser till EU:s geoblockeringsförordning där det framgår att en sanktionsavgift inte får tas ut för en överträdelse som omfattas av ett föreläggande som har förenats med vite enligt denna lag om överträdelsen ligger till grund för en ansökan om utdömande av vitet. Regeringen har även nyligen föreslagit att bestämmelserna i konkurrenslagen om när konkurrensskadeavgift får tas ut justeras i enlighet med detta (se prop. 2020/21:51). Bedömningarna har gjorts med hänvisning till Europadomstolens praxis. Vidare har hänvisats till rättsfallet NJA 2013 s. 502 där Högsta domstolen framhöll att inte enbart ett slutligt avgörande utgör hinder mot ett andra förfarande. Även en pågående prövning är ett sådant hinder.

Enligt ändringsdirektivet ska medlemsstaterna säkerställa att sanktionsavgifter kan påföras vid överträdelser av nationella bestämmelser som genomför direktivet. Direktivet innehåller inte någon bestämmelse som motsvarar 30 § MFL och som hindrar att avgift påförs för en åtgärd som omfattas av ett vitesläggande. Med hänsyn till detta kan det vara fråga om en inskränkning av den möjlighet att påföra sanktionsavgifter som domstolen ska ha enligt direktivet. Ett lojalt genomförande av direktivet kräver i så fall att förbudet utgår eller att bestämmelsen ändras (jfr prop. 2020/21:51 s. 110). Som be-

²⁰ Se prop. 2016/17:22 s. 228, prop. 2017/18:165 s. 60 f. och prop. 2020/21:51 s. 110 f.

skrivits ovan kan en ordning som innebär att marknadsstörningsavgift kan påföras och ett vite dömas ut för samma överträdelse komma i konflikt med dubbelbestraffningsförbudet i artikel 50 i EU:s rättighetsstadga och artikel 4.1 i det sjunde tilläggsprotokollet till Europakonventionen. I enlighet med den bedömning som gjorts i andra sammanhang bör det vara tidpunkten när en domstolsprocess om utdömning av vite inleds som avgör när ett hinder mot ett andra förfarande för samma överträdelse uppkommer. Patent- och marknadsdomstolarna bör alltså inte vara förhindrade att påföra marknadsstörningsavgift för en åtgärd som omfattas av ett vitesåläggande. Den ordning som tillämpas på andra rättsområden, och som här skulle innebära att marknadsstörningsavgift inte får påföras när en talan om utdömning av vite har väckts, tillgodoser väl det skydd som följer av Europakonventionen. Om det utsatta vitet inte bedöms vara tillräckligt effektivt, proportionerligt och avskräckande i direktivets mening hindrar det inte KO från att väcka talan om utdömning av avgift i stället för att ansöka om utdömning av vite.

Som exempel kan nämnas att domstolen i en rättegång förbjuder en viss marknadsföring och förenar förbudet med vite om 500 000 kronor. Efter en tid gör sig näringsidkaren skyldig till en ny överträdelse av samma slag. KO bedömer att överträdelsen är av ett sådant allvar att talan bör föras om påförande av en marknadsstörningsavgift, i stället för om utdömning av vitet. Domstolen bestämmer avgiften till 1 000 000 kronor, varvid hänsyn bl.a. tagits till överträdelsens allvar, tidigare överträdelser som näringsidkaren begått och den vinst som näringsidkaren gjort genom överträdelsen.

En fråga som har lyfts under utredningens arbete är om påförande av en avgift i t.ex. det nämnda fallet uppfyller de krav på förutsebarhet som bör ställas. Enligt utredningens bedömning är svaret på detta ja. Den föreslagna ändringen av 30 § MFL innebär att det för var och en kommer att stå klart att en överträdelse kan leda till en marknadsstörningsavgift. En näringsidkare som bryter mot MFL:s regler har alltid anledning att utgå från detta. En sådan ordning, som ligger i linje med regleringen på andra områden, måste anses vara förutsebar för enskilda och godtagbar vad gäller kravet på införandet av sanktionsavgifter enligt direktivet.

Bestämmelsen i 30 § MFL bör utformas så att det blir tydligt att det föreligger ett processuellt hinder mot att ta upp en talan om utdömning av marknadsstörningsavgift till prövning när en talan om

utdömande av vitet har väckts. I ett sådant fall ska domstolen alltså avvisa talan om marknadsstörningsavgift. Bestämmelsen bör justeras så att en talan om påförande av marknadsstörningsavgift för en överträdelse inte får tas upp till prövning om överträdelsen omfattas av ett förbud eller ett åläggande som har förenats med vite enligt lagen och talan om utdömande av vitet har väckts. Liksom hittills bör paragrafen gälla även i fråga om interimistiska beslut. I detta avseende finns det inte anledning att ändra bestämmelsen. Om domstolen under en pågående rättegång t.ex. har meddelat ett interimistiskt förbud vid vite och näringsidkaren gör sig skyldig till en ny överträdelse av samma slag, hindrar en talan om utdömande av vitet alltså en talan om påförande av marknadsstörningsavgift.

I sammanhanget bör nämnas att det, om KO väljer att väcka talan om utdömande av marknadsstörningsavgift, därefter inte kan bli aktuellt att för samma överträdelse väcka talan om utdömande av ett vite. Detta följer av de nämnda principerna om *ne bis in idem*. Enligt utredningens bedömning är frågan inte av ett sådant praktiskt intresse att det finns behov av en uttrycklig bestämmelse om detta i MFL. En annan fråga som tagits upp under utredningens arbete är huruvida ett förbud vid vite fortfarande gäller efter det att en överträdelse av förbudet har lett till en marknadsstörningsavgift. Enligt utredningens bedömning bör så vara fallet. Om näringsidkaren efter det att en avgift dömts ut gör sig skyldig till ytterligare en ny överträdelse av samma slag strider det mot förbudet och det bör vara möjligt att döma ut det förelagda vitet. Eftersom det är fråga om en ny överträdelse strider detta inte mot *ne bis in idem*. Det finns inte heller behov av att särskilt reglera denna fråga i MFL.

9.3 Behovet av ändringar i DAL

Utredningens förslag: Överträdelser av bestämmelserna i 2 kap. 2–5 §§ DAL om näringsidkares informationsskyldighet ska kunna leda till utdömande av marknadsstörningsavgift. Detsamma gäller överträdelser av bestämmelserna om näringsidkares informationsskyldighet vid avtal om finansiella tjänster och finansiella instrument i 3 kap. 3–5 §§ DAL. 2 kap. 6 § och 3 kap. 6 § DAL ändras därför så att undantaget för bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift tas bort.

9.3.1 Direktivregleringen

Direktiv 2011/83/EU (konsumenträttighetsdirektivet) innehöll tidigare en bestämmelse om sanktioner, artikel 24.1, som uppställde krav på medlemsstaterna att fastställa bestämmelser om påföljder vid överträdelse av de nationella bestämmelserna som antagits enligt direktivet och att vidta de åtgärder som krävs för att säkerställa att de tillämpas. Påföljderna skulle vara effektiva, proportionerliga och avskräckande.

Artikel 4.13 i ändringsdirektivet innebär att artikel 24 om sanktioner i konsumenträttighetsdirektivet har fått en ny lydelse. Den nya lydelsen föreskriver att sanktionsavgifter ska införas för överträdelser av nationella bestämmelser som antagits enligt direktivet. Artikel 24 innehåller i sak motsvarande bestämmelser som artikel 13 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Medlemsstaterna ska alltså säkerställa att vissa angivna kriterier beaktas vid åläggandet av sanktioner, i lämpliga fall. Vidare finns bestämmelser om att medlemsstaterna ska säkerställa att när sanktioner ska åläggas i enlighet med artikel 21 i konsumentskyddsförordningen ska de inbegripa en möjlighet antingen att ålägga sanktionsavgifter via administrativa förfaranden eller att inleda rättsliga förfaranden för åläggande av sanktionsavgifter, eller bådadera. Även regleringen av sanktionsavgiftens storlek motsvarar regleringen i direktivet om otillbörliga affärsmetoder.

9.3.2 Behovet av ändringar i 2 kap. DAL

Konsumenträttighetsdirektivet har genomförts framför allt genom bestämmelser i DAL. Som närmare beskrivits i avsnitt 4 finns i DAL bestämmelser om avtal som ingås i vissa särskilda situationer mellan en näringsidkare och en konsument. Det handlar om s.k. distansavtal och avtal utanför affärslokaler. Direktivet ledde till relativt omfattande ändringar i 2 kap. DAL som gäller avtal om varor och icke finansiella tjänster.

I 2 kap. 2–5 §§ DAL finns bestämmelser om att näringsidkaren ska ge konsumenten viss information innan och efter det att ett avtal ingås. Informationsbestämmelserna är huvudsakligen marknadsrättsligt sanktionerade. Enligt 2 kap. 6 § DAL ska marknadsföringslagen tillämpas, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om mark-

nadsstörningsavgift, om en näringsidkare inte ger information enligt 2 kap. 2–5 §§ DAL. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

Enligt artikel 24.1 krävs att de nationella bestämmelserna om sanktioner är effektiva, proportionella och avskräckande. Regleringen i direktivet motsvarar den i 2011 års direktiv och de överväganden som gjorts beträffande utformningen av sanktionsbestämmelserna i samband med direktivets genomförande gör sig gällande även här.²¹ Utredningen konstaterar alltså att bestämmelserna om förbud och informationsålägganden vid vite som finns i MFL, och som blir tillämpliga i de fall näringsidkaren brister i sina skyldigheter, redan uppfyller kravet på effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner i artikel 24.

Enligt artikel 24.3 finns en skyldighet att införa bestämmelser om sanktionsavgifter för överträdelser av direktivet i vissa fall. Utredningen konstaterar inledningsvis att det inte finns några bestämmelser om sanktionsavgifter i DAL och att det därför behövs nya bestämmelser om detta för att genomföra direktivet. Det ligger nära till hands att låta reglerna om marknadsstörningsavgift tillämpas vid överträdelser av DAL. Skyldigheten att införa sanktionsavgifter gäller dock, på samma sätt som för överträdelser av direktiv 2005/29/EG och direktiv 93/13/EEG, endast överträdelser som är föremål för s.k. samordnade insatser enligt artikel 21 i konsumentskyddsförordningen. Det finns alltså en möjlighet att begränsa reglerna om sanktionsavgifter till sådana överträdelser av DAL som är föremål för samordnade insatser inom unionen. Av samma skäl som beträffande överträdelser av MFL (se avsnitt 9.2.3) anser dock utredningen att reglerna om marknadsstörningsavgift för överträdelser av DAL bör vara tillämpliga generellt, och inte begränsas till överträdelser som är föremål för samordnade insatser inom unionen.

Bestämmelserna om näringsidkarens informationsskyldighet i 2 kap. 2–5 §§ DAL genomför artiklar i konsumenträttighetsdirektivet. Överträdelser av dessa ska alltså kunna leda till sanktionsavgift. Bestämmelsen i 2 kap. 6 § DAL bör därför ändras så att även reglerna om marknadsstörningsavgift blir tillämpliga på överträdelser av bestämmelserna. Detta kan lämpligen åstadkommas genom att undantaget för bestämmelserna i 29–36 §§ MFL tas bort i 2 kap. 6 § DAL.

²¹ Se prop. 2013/14:15 s. 64–65.

Utredningen konstaterar i sammanhanget att direktivet innehåller vissa andra bestämmelser om skyldigheter för näringsidkare. I artikel 6.6 finns t.ex. bestämmelser som innebär att konsumenten i vissa fall är befriad från att betala vissa kostnader. Det gäller kostnader för leverans eller porto och andra tillkommande kostnader. I artikel 18.2 regleras näringsidkarens skyldighet att leverera en vara i tid. Enligt artikel 21 får en näringsidkare inte debitera mer än grundläggande samtalstariff för samtal till en telefontjänst i anslutning till ett ingånget avtal. I artikel 22 finns bestämmelser om näringsidkares rätt att ta ut tilläggsavgifter och i artikel 27 regleras leverans utan föregående beställning. Vid ett möte anordnat av kommissionen om genomförande av direktivet har det klargjorts att syftet med den nya lydelsen av artikel 24 inte är att medlemsländerna måste sanktionera överträdelser av dessa bestämmelser med sanktionsavgift. Enligt utredningens bedömning är detta inte aktuellt för svensk del. När det gäller 3 a § AVLK som genomför artikel 21, se dock avsnitt 10.1.

9.3.3 Behovet av ändringar i 3 kap. DAL

I 3 kap. DAL finns bestämmelser om avtal om finansiella tjänster och finansiella instrument. Detta kapitel genomför inte konsumenträttsdirektivet utan i stället direktiv 2002/65/EG om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter (direktiv 2002/65/EU). Regleringen i 3 kap. DAL är dock delvis uppbyggd på liknande sätt som 2 kap. DAL. Näringsidkaren är enligt 3–5 §§ skyldig att ge konsumenten information innan ett avtal ingås och även viss information under avtalstiden. Även i 3 kap. DAL finns en bestämmelse om påföljder vid utebliven information (3 kap. 6 §). Av bestämmelsen framgår att om näringsidkaren inte ger information i enlighet med 3–5 §§ ska marknadsföringslagen tillämpas, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

Det finns inte någon unionsrättslig skyldighet att kunna besluta om marknadsstörningsavgift vid överträdelser av 3 kap. DAL. Frågan är dock om det trots detta är lämpligt att införa en sådan möjlighet.

Artikel 11 i direktiv 2002/65/EG reglerar påföljder. Enligt bestämmelsen ska medlemsstaterna föreskriva lämpliga påföljder för leverantörer som inte följer de nationella bestämmelserna som har

antagits genom direktivet. Påföljderna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande. Vid genomförandet av direktivet framhölls att MFL:s sanktioner i form av förbud och ålägganden vid viten utgör tillräckligt effektiva, proportionella och avskräckande påföljder för att säkra efterlevnaden av den nya lagen.²² I samband med det gjordes också bedömningen att det saknades behov av en möjlighet att utdöma marknadsstörningsavgift vid underlåtenhet att efterkomma lagens informationskrav. Som skäl mot ett införande av marknadsstörningsavgift anfördes bl.a. att det under den tid som gått sedan DAL trädde i kraft inte hade framkommit något som antyder att det skulle finnas problem med näringsidkare som mera regelmässigt underlåter att ge information på föreskrivet sätt. Till stöd för detta angavs att det ännu inte väckts någon talan vid Marknadsdomstolen om åläggande att ge information enligt distansavtalslagen.²³

Trots att det inte finns någon unionsrättslig skyldighet att kunna besluta om marknadsstörningsavgift vid överträdelser av 3 kap. DAL bedömer utredningen att en sådan möjlighet bör införas. Det är lämpligt att bestämmelserna i 2 kap. och 3 kap. DAL är enhetliga i detta avseende. Ett införande av marknadsstörningsavgift kan antas leda till att konsumentskyddet stärks. Direktiv 2002/65/EG är till övervägande del ett s.k. fullharmoniseringsdirektiv. Regleringen i artikel 11 i direktivet utgör dock inte något hinder mot ett införande av marknadsstörningsavgift.

På samma sätt som beskrivits ovan i avsnittet om behovet av ändringar i 2 kap. DAL bör de föreslagna reglerna vara tillämpliga generellt, och inte begränsas till överträdelser som är föremål för samordnade insatser inom unionen.

9.4 Behovet av ändringar i PIL

Utredningens förslag: Bestämmelsen i 12 § PIL ändras på så sätt att undantaget för bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift tas bort. Ändringarna innebär att överträdelser av PIL kommer att kunna leda till utdömande av marknadsstörningsavgift.

²² Prop. 2004/05:13 s. 77.

²³ Prop. 2004/05:13 s. 89.

9.4.1 Gällande rätt

PIL innehåller en bestämmelse i 12 § som innebär att marknadsföringslagen, med undantag av bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift, ska tillämpas om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt lagen eller föreskrift som meddelats med stöd av lagen. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL. De sanktioner som i dag finns tillgängliga är alltså främst förbud och åläggande. Av den praxis som finns där 12 § PIL tillämpats kan nämnas MD 2016:1 där Marknadsdomstolen slog fast att en näringsidkare vid tillhandahållande av nummerupplysnings-tjänster inte lämnat prisinformation på det sätt som avses i 6 § PIL. Näringsidkaren hade därmed utelämnat väsentlig information vid marknadsföring av sina tjänster enligt 10 kap. tredje stycket MFL jämfört med 12 § PIL, varför marknadsföringen varit vilseledande. Eftersom bolagets marknadsföring ansågs ha försvårat för konsumenterna att fatta ett välgrundat affärsbeslut var den otillbörlig och påföljden blev ett åläggande vid vite att lämna viss prisinformation.

9.4.2 Ändringar till följd av ändringsdirektivet

Tidigare innehöll direktiv 98/6/EG en bestämmelse, artikel 8, som uppställde krav på medlemsstaterna att fastställa påföljder vid överträdelser av de nationella bestämmelserna som antagits enligt direktivet och att vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att dessa genomförs. Påföljderna skulle vara effektiva, proportionerliga och avskräckande.

Artikel 2.2 i ändringsdirektivet innebär att artikel 8 i direktiv 98/6/EG har fått en ny lydelse. Den nya lydelsen innebär att sanktionerna, precis som tidigare ska vara effektiva, avskräckande om proportionella och att de vägledande kriterierna ska beaktas i lämpliga fall. Ändringsdirektivet ställer dock inte något krav på införande av sanktionsavgifter för överträdelser av direktiv 98/6/EG. Det finns alltså ett utrymme för medlemsstaterna att själva reglera vilka sanktioner som ska finnas så länge de är effektiva, avskräckande om proportionella.

Utredningen konstaterar att de påföljder som i dag tillämpas för att åstadkomma rättelse vid överträdelser av reglerna i PIL, främst förbud och åläggande, redan uppfyller de grundläggande kraven i

ändringsdirektivet. Sverige är därmed inte skyldig att införa sanktionsavgifter för sådana överträdelser.

Utredningen anser dock att det finns goda skäl för att även överträdelser av dessa bestämmelser ska kunna medföra marknadsstörningsavgift. Att konsumenterna ges tillgång till god prisinformation är grundläggande vid all handel. Det finns därför anledning att se allvarligt på brister i sådan information. För att stärka konsumenternas rättigheter när det gäller prisinformation anser utredningen att marknadsstörningsavgift bör kunna utgå vid överträdelser av reglerna i PIL. Därför föreslås att bestämmelsen i 12 § PIL ändras på så sätt att undantaget för bestämmelserna i 29–36 §§ om marknadsstörningsavgift tas bort. Överträdelser av PIL kommer alltså att kunna leda till utdömmande av marknadsstörningsavgift.

9.5 Marknadsstörningsavgift i andra lagar

Utredningens bedömning: Det kan finnas anledning att överväga om det även bör vara möjligt att påföra marknadsstörningsavgift vid överträdelser av andra konsumentskyddande lagar.

Det finns hänvisningar till MFL:s påföljder, med undantag för reglerna om marknadsstörningsavgift i 29–36 §§, i ett stort antal andra lagar på det konsumenträttsliga området. Som exempel kan nämnas 11 § konsumentkreditlagen (2010:1846), 2 kap. 9 § försäkringsavtalslagen (2005:104), 2 kap. 11 § paketreselagen (2018:1217), 15 kap. 4 § spelagen (2018:1138) och 2 kap. 10 § lagen (2011:914) om konsumentskydd vid avtal om tidsdelat boende eller långfristig semesterprodukt.

Enligt utredningens bedömning kan det ifrågasättas om inte också överträdelser av dessa lagar borde kunna leda till en marknadsstörningsavgift. Det handlar i många fall om viktiga regleringar från konsumentens synpunkt där det finns ett starkt intresse av att överträdelser kan leda till effektiva och avskräckande sanktioner. Sådana ändringar kräver dock noggranna överväganden i varje enskilt fall och det har inte funnits utrymme för detta inom ramen för utredningens uppdrag. Det kan dock finnas anledning att överväga frågorna i annat lämpligt sammanhang.

10 Bestämmelser om sanktionsavgift i avtalsvillkorslagen

10.1 En möjlighet att besluta om sanktionsavgift

Utredningens förslag: Patent- och marknadsdomstolen ska på talan av Konsumentombudsmannen få besluta att en näringsidkare ska betala en sanktionsavgift, om näringsidkaren eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet har använt ett avtalsvillkor som med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt.

Om Konsumentombudsmannen i ett visst fall beslutar att inte föra talan om sanktionsavgift, ska en sammanslutning av näringsidkare få väcka en sådan talan.

Avgiften ska tillfalla staten.

Bestämmelsen om betalnummer i 3 a § AVLK ändras så att det framgår att den är tillämplig även vid påförande av en sanktionsavgift.

10.1.1 Direktivregleringen

Enligt artikel 7 i direktiv 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal (avtalsvillkorsdirektivet) ska medlemsstaterna se till att det finns lämpliga och effektiva medel för att hindra fortsatt användning av oskäliga villkor i avtal som näringsidkare sluter med konsumenter (artikel 7.1).

Det ska finnas bestämmelser om att personer eller organisationer som enligt nationell rätt har ett berättigat intresse att skydda konsumenter får inleda ett ärende vid domstolar eller behöriga administrativa myndigheter, för att dessa ska avgöra om avtalsvillkor som utfor-

mats för allmänt bruk är oskäligen och använda lämpliga och effektiva medel för att förhindra att sådana villkor används i fortsättningen (artikel 7.2).

De rättsliga åtgärderna får riktas mot flera sådana näringsidkare inom samma näringsområde eller sammanslutningar som använder eller rekommenderar användandet av samma allmänna avtalsvillkor eller liknande villkor (artikel 7.3).

Ändringsdirektivet innebär att en ny artikel om sanktioner, 8 b, införs i avtalsvillkorsdirektivet. Enligt artikeln ska medlemsstaterna fastställa regler om sanktioner för överträdelser av nationella bestämmelser som antagits enligt direktivet och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de tillämpas. Sanktionerna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande (artikel 8 b punkten 1). Medlemsländerna får begränsa sanktioner till situationer där avtalsvillkor uttryckligen fastställts som oskäligen under alla omständigheter i nationell rätt, eller där en näringsidkare fortsätter att använda avtalsvillkor som har konstaterats vara oskäligen i ett slutligt avgörande som har fattats i enlighet med artikel 7.2 (artikel 8 b punkten 2).

Artikel 8 b innehåller i övrigt motsvarande bestämmelser som artikel 13 i direktiv 2005/29/EG. Medlemsstaterna ska alltså säkerställa att vissa angivna kriterier beaktas vid påförandet av sanktioner, i lämpliga fall (artikel 8 b punkten 3).

När sanktioner ska åläggas i enlighet med artikel 21 i konsumentskyddsförordningen ska de inbegripa en möjlighet antingen att ålägga sanktionsavgifter via administrativa förfaranden eller att inleda rättsliga förfaranden för åläggande av sanktionsavgifter, eller bådadera. Även regleringen av sanktionsavgiftens storlek motsvarar regleringen i direktiv 2005/29/EG (artikel 8 b punkterna 4 och 5).

10.1.2 Gällande bestämmelser om sanktioner i AVLK

Avtalsvillkorsdirektivet har genomförts i svensk rätt genom lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, AVLK. Som har redogjorts för i avsnitt 4 gäller lagen avtalsvillkor som näringsidkare använder när de erbjuder varor och tjänster eller andra nyttigheter till konsument. Syftet är framför allt att skydda konsument mot oskäligen bestämmelser i standardavtal. Lagen innehåller såväl marknadsrättsliga som civilrättsliga bestämmelser.

Den marknadsrättsliga regleringen inleds med en allmän bestämmelse som innebär att om ett villkor med hänsyn till pris och övriga omständigheter är att anse som oskäligt mot konsumenten, får Patent- och marknadsdomstolen förbjuda näringsidkaren att i framtiden i liknande fall använda samma eller väsentligt samma villkor. En förutsättning är att det är påkallat från allmän synpunkt eller annars ligger i konsumenternas eller konkurrenternas intresse. Ett förbud ska förenas med vite om inte detta av särskilda skäl är obehövligt (3 §).

En ansökan om förbud får göras av KO och, för det fall KO beslutar att inte göra någon ansökan, av en sammanslutning av näringsidkare, konsumenter eller löntagare (4 §). Om en sammanslutning av näringsidkare gör sannolikt att utgången i målet kan ha betydande intresse för medlemmarna i sammanslutningen får domstolen efter ansökan av sammanslutningen tillåta att den, vid sidan av en enskild part, medverkar i förfarandet och i samband med det åberopar bevisning (4 a §). Om det finns särskilda skäl får domstolen meddela förbud även för tiden till dess att det finns ett slutligt beslut, s.k. interimistiskt förbud (6 §). Talan om utdömande av vite förs vid Patent- och marknadsdomstolen av KO. Om vite har förelagts på talan av någon annan får talan om utdömande föras även av honom eller henne (9 §). En fråga om förbud får i fall som inte är av större vikt prövas av KO (7 §).

10.1.3 En möjlighet att besluta om sanktionsavgift när en näringsidkare använder oskäliga avtalsvillkor

Vid genomförandet av avtalsvillkorsdirektivet gjordes bedömningen att möjligheten enligt AVLK för domstol att förbjuda ett oskäligt avtalsvillkor och att kombinera förbudet med ett vitesföreläggande innebar att lagen var väl förenlig med direktivets krav på sanktioner. De sanktionsbestämmelser som redan fanns i AVLK vid direktivets genomförande behölls därför (prop. 1994/95:17 s. 73).

Enligt utredningens bedömning saknas det anledning att nu göra någon annan bedömning. De gällande bestämmelserna i AVLK måste i sig anses uppfylla kraven på effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner i artikel 8 b punkten 1 i direktivet.

Enligt artikel 8 b punkten 4 ska medlemsstaterna säkerställa att sanktionsavgifter kan påföras i vissa fall. Skyldigheten gäller – på samma sätt som för överträdelse av direktiv 2005/29/EG och direk-

tiv 2011/83/EU – endast överträdelser som är föremål för s.k. samordnade insatser enligt artikel 21 i konsumentskyddsförordningen.

För att genomföra direktivet behöver det alltså införas en möjlighet att besluta om sanktionsavgifter vid överträdelser av AVLK. Av samma skäl som anförts beträffande överträdelser av MFL och DAL bedömer utredningen att reglerna om sanktionsavgift inte bör begränsas till sådana överträdelser som är föremål för samordnade insatser inom EU. Det finns anledning att se allvarligt inte endast på överträdelser som berör flera EU-medlemsstater utan även på sådana som främst drabbar den svenska konsumentmarknaden. Av uppgifter från Konsumentverket framgår att överträdelser av AVLK inte är ett ovanligt problem i myndighetens tillsynsarbete. Även erfarenheterna från Allmänna reklamationsnämnden (ARN) talar för att det i praktiken förekommer att näringsidkare använder standardvillkor som t.ex. strider mot tvingande konsumentskyddande lagstiftning och att detta kan få negativa konsekvenser för konsumenterna. En direktverkande sanktion som en sanktionsavgift har ett tydligare avskräckande och preventivt syfte än ett förbud och kan på detta sätt vara mer effektivt för att komma åt företag som begår allvarliga överträdelser. Från konsumentskyddssynpunkt finns det därför all anledning att låta möjligheten att ta ut en avgift även omfatta överträdelser som inte är föremål för samordnade insatser inom EU.

Direktivet möjliggör för medlemsstaterna att begränsa sina sanktioner även i andra avseenden. För det första får sanktionerna begränsas till situationer där avtalsvillkor uttryckligen har fastställts som oskäliga under alla omständigheter i nationell rätt. För det andra får sanktionerna begränsas till situationer där en näringsidkare fortsätter att använda avtalsvillkor som har konstaterats vara oskäliga i ett slutligt avgörande som har fattats i enlighet med artikel 7.2.

När det till en början gäller möjligheten att begränsa påförandet av avgifter till villkor som fastställts som oskäliga under alla omständigheter i nationell rätt kan konstateras att direktivet har en bilaga som innehåller en vägledande, inte uttömmande lista över avtalsvillkor som kan anses oskäliga enligt artikel 3.3 i direktivet (direktivets villkorslista). Vid genomförandet av direktivet bedömdes det för svensk del att villkorslistan inte behövde komma till uttryck i lagtext. Sverige valde alltså att inte införa några bestämmelser om avtalsvillkor som är oskäliga under alla omständigheter. De marknadsrättsliga bestämmelserna innehåller endast en generell bestäm-

melse om villkor som med hänsyn till pris och övriga omständigheter är att anse som oskäliga (3 §).¹

Frågan är då om möjligheten att ta ut en avgift bör begränsas till situationer där domstol eller KO tidigare har funnit att ett visst avtalsvillkor är oskäligt och därför förbjudit användningen av villkoret men där näringsidkaren trots detta fortsätter att använda avtalsvillkoret och bryter mot förbudet.

Det som utredningen har redogjort för i avsnitt 9.2.3 om krav på förutsebarhet och tydlighet vid överträdelser av generalklausulen i MFL gör sig gällande även i detta sammanhang. Det ska alltså vara möjligt att i förväg bedöma om en handling är laglig eller inte och vilken påföljd som kan följa på handlingen. Utredningen konstaterar dock att det inom tillämpningsområdet för 3 § AVLK i stor utsträckning finns situationer där det för en enskild näringsidkare måste stå klart att ett handlande inte är förenligt med AVLK och där bestämmelsen uppfyller de krav som ställs i fråga om förutsebarhet. Det följer av fast rättspraxis att avtalsvillkor som strider mot tvingande konsumentskyddande bestämmelser i lag eller mot tvingande rättsprinciper ska anses oskäliga enligt 3 § AVLK. Detsamma gäller villkor som syftar till att kringgå tvingande bestämmelser. Även sådana villkor som presenterats eller utformats på ett vilseledande eller oklart sätt så att konsumenten inte kan förutse vilka konsekvenser villkoret får för honom eller henne är normalt att anse som oskäliga (se bl.a. prop. 1994/95:17 s. 64 f. och Högsta domstolens uttalanden i dom den 16 december 2020 i mål T 497-20, Mobilförsäkringen).²

I enlighet med detta står det t.ex. klart att ett avtalsvillkor är oskäligt om det föreskriver att uppsägning, reklamation eller utnyttjande av ångerrätten måste ske på ett visst sätt trots att sådana formkrav inte kan uppställas (MD 2005:23, MD 2005:10 och MD 2006:4). Ett annat exempel är friskrivningar från skadeståndsansvar vid grov

¹ I 3 a § finns även en bestämmelse om användning av telefonnummer med förhöjd taxa för att ta kontakt med näringsidkaren per telefon med anledning av ett ingånget avtal. Bestämmelsen genomför dock inte avtalsvillkorsdirektivet utan direktiv 2011/83/EU. Se avsnitt 10.1.7 nedan.

² Detta följer även av Marknadsdomstolens praxis, se t.ex. avgörandet MD 2005:37 där ett företag förbjöds att vid telefon- och internetförsäljning använda en klausul som gav konsumenten intrycket att denne kunde avsäga sig sin ångerrätt vid beställningen. I MF 2009:34 förbjöds en kreditgivare att ta ut kreditavgifter i strid med konsumentkreditlagens bestämmelser. I MD 2010:10 förbjöds en researrangör att tillämpa villkor om rätten att frånträda reseavtal vid ändring i flygprogrammet som inte uppfyllt paketreselagens krav om rätt till kompensation. MD 2009:21 gällde avtalsvillkor avseende byggfels- och färdigställandeförsäkringar som stred mot 54 § konsumenttjänstlagen. I MD 2015:5 ansågs villkor i avtal avseende spår- och spårrtjänster med bindningstider överstigande 12 månader vara oskäliga.

oaktsamhet, vilket strider mot en tvingande allmän rättsprincip (MD 2005:10 och MD 2006:4). Det kan också vara fråga om avtalsvillkor som utesluter eller villkorar ångerrätten på ett sätt som strider mot DAL eller som begränsar konsumentens rätt att få tillbaka det som han eller hon har betalat vid utövandet av ångerrätten. Ytterligare ett exempel är automatisk avtalsförlängning, s.k. abonnemangsfällor, i strid med lagen (2014:1449) om konsumentskydd vid automatisk avtalsförlängning.

Sammantaget bedömer utredningen att det i stor utsträckning finns situationer där det för en näringsidkare på förhand måste stå klart att ett avtalsvillkor är oskäligt och där det är förutsebart att handlandet kan leda till en avgift. Utifrån dessa aspekter är det därför inte motiverat att i lag begränsa möjligheten att ta ut en avgift till fortsatta överträdelser. Från konsumentskyddssynpunkt är det angeläget att domstolarna ges möjlighet att sanktionera överträdelser av lagen med en avgift och att det kan ske redan i samband med det förfarande där domstolen förbjuder användandet av ett oskäligt avtalsvillkor. Domstolen bör i varje enskilt fall kunna göra en samlad bedömning av om det finns förutsättningar för att påföra en avgift, varvid även förutsebarheten för den enskilde näringsidkaren beaktas. Det ska särskilt framhållas att påförande av avgift enligt utredningens förslag förutsätter att det är fråga om ett visst allvar i överträdelserna och att den har begåtts uppsåtligt eller av oaktsamhet. Särskild hänsyn ska tas till överträdelsernas art, varaktighet och omfattning (se avsnitt 10.2).

I sammanhanget bör nämnas att artikel 8 b punkten 2 i direktivet inte bara gäller sanktionsavgifter, utan alla typer av sanktioner. För svensk del skulle det alltså vara möjligt att inskränka den nuvarande möjligheten att meddela förbud vid vite till att endast gälla fortsatta överträdelser. Det nuvarande sanktionssystemet som har funnits sedan 1970-talet bedöms dock fungera väl och en inskränkning av de nuvarande sanktionsmöjligheterna är enligt utredningens bedömning inte aktuell. Möjligheten att förbjuda användningen av oskäliga avtalsvillkor enligt 3 och 7 §§ AVLK bör alltså lämnas oförändrad.

10.1.4 Den lagstiftningstekniska lösningen

Frågan är då hur en reglering av sanktionsavgifter vid överträdelser av AVLK bör utformas. Utredningen har övervägt om det skulle vara möjligt att låta reglerna om marknadsstörningsavgift i MFL tillämpas även vid överträdelser av AVLK. Detta skulle vara en lagstiftningstekniskt smidig lösning. Hänvisningar till bestämmelserna om marknadsstörningsavgift i MFL finns redan i dag i en rad andra lagar. Enligt utredningens bedömning finns det dock skäl som talar mot en sådan lösning. Som beskrivits ovan innehåller AVLK ett eget sanktionssystem och det finns i dag inte några hänvisningar till bestämmelserna i MFL. Vidare är MFL (och direktiv 2005/29/EG) tillämpligt på otillbörlig marknadsföring medan AVLK innehåller bestämmelser om oskäliga avtalsvillkor. Systematiken i MFL innebär att bestämmelserna om marknadsstörningsavgift endast blir tillämpliga i de fall en domstol har funnit att marknadsföringen innebär en överträdelse av någon av de bestämmelser som anges i 29 § MFL. Vid bedömningen av om en överträdelse föreligger krävs i de flesta fall också att domstolen funnit att marknadsföringen påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut, det s.k. transaktionstestet (6 och 8 §§ MFL). Med hänsyn till hur AVLK är uppbyggd och den nuvarande systematiken i MFL bedömer utredningen att det inte är lämpligt att låta bestämmelserna om marknadsstörningsavgift i MFL tillämpas vid överträdelser av AVLK utan att det bör införas bestämmelser om sanktionsavgift i AVLK.

Som utredningen redogör för i det följande innebär detta att det behöver införas flera nya paragrafer i AVLK. I syfte att förbättra överskådligheten av regleringen och underlätta vid tillämpningen skulle det kunna övervägas att göra en mer generell översyn av lagen och disponera om de gällande bestämmelserna. Bland annat skulle det då vara möjligt att ha en tydligare rubriksättning och samla bestämmelserna om rättegången. Inom ramen för utredningens arbete har det dock inte funnits utrymme för en sådan översyn. Utredningen vill dock framhålla att det kan finnas anledning att överväga frågan i ett annat senare sammanhang.

10.1.5 Krav på uppsåt eller oaktsamhet?

Regler om sanktionsavgifter utformas i många fall utan krav på subjektivt ansvar. Det innebär att en objektivt konstaterad överträdelse leder till en avgift oavsett om överträdelsen är uppsåtlig eller oaktsam. För att en sådan konstruktion ska vara försvarbar från rätts-säkerhetssynpunkt har ansetts att det bör finnas ett starkt stöd för en presumtion att överträdelser på området inte kan ske på annat sätt än som en följd av uppsåt eller oaktsamhet (se prop. 2007/08:107 s. 23). I enlighet med detta gäller ett strikt ansvar enligt t.ex. 50 b § fiskelagen (1993:787), 30 b § livsmedelslagen (2006:804) och 30 kap. 2 § miljöbalken (1998:808). En del avgiftsregler är i stället konstruerade så att påförande av sanktionsavgift förutsätter uppsåt eller oaktsamhet. Det gäller t.ex. 37 § produktsäkerhetslagen (2004:451), 3 kap. 5 § konkurrenslagen (2008:579) och 29 § MFL. Motiven bakom en sådan konstruktion skiftar, men det är i vart fall fråga om att ett straffrättsligt betraktelsesätt slår igenom.³

När det gäller sanktionsavgifter för användandet av oskäliga avtalsvillkor bedömer utredningen att det finns anledning att införa samma ordning som gäller enligt MFL. Det bör alltså krävas uppsåt eller oaktsamhet för att påföra sanktionsavgift.

10.1.6 Behörig domstol och talerätt i mål om sanktionsavgift m.m.

Behörig domstol i frågor om förbud enligt AVLK är Patent- och marknadsdomstolen. Det är lämpligt att Patent- och marknadsdomstolen även blir behörig domstol när det gäller talan om sanktionsavgift enligt AVLK.

På samma sätt som vid ansökan om förbud bedömer utredningen att en talan om sanktionsavgift bör få väckas av KO. En särskild fråga är om det finns skäl att låta andra än KO få möjlighet att väcka talan om sanktionsavgift i vissa fall. Så är i dag fallet när det gäller ansökan om förbud. En ansökan om förbud får göras av KO. Om KO för ett visst fall beslutar att inte göra någon ansökan, får dock ansökan göras av en sammanslutning av näringsidkare, konsumenter eller löntagare (4 §). Regleringen innebär att talerätten primärt ankommer på KO

³ Sanktionsavgifter – Särskilt i näringsverksamhet, Wiweca Warnling Conradson, Annika Nilsson, Juno version 2, s. 293.

med en subsidiär talerätt för sammanslutningar av näringsidkare, konsumenter eller löntagare. Den subsidiära talerätten innebär att kravet i artikel 7.2 som föreskriver att personer och organisationer som enligt nationell rätt har ett berättigat intresse av att skydda konsumenter ska få anhängiggöra ett ärende om förbud mot ett oskäligt avtalsvillkor hos vederbörande domstol eller myndighet är uppfyllt (prop. 1994/95:17 s. 70). Det ska även nämnas att en enskild näringsidkare som berörs av marknadsföringen eller en sammanslutning av näringsidkare har subsidiär talerätt när det gäller talan om marknadsstörningsavgift (48 § andra stycket MFL).

De skäl som ligger till grund för den subsidiära talerätten i MFL synes vara att det kan finnas överträdelser som främst angår näringsidkarintressen, vilket stämmer mindre väl överens med KO:s uppgift att i första hand ta till vara konsumentintresset (se prop. 1994/95:123 s. 134). Utredningen bedömer att det kan finnas ett generellt näringsidkarintresse även i frågor om sanktionsavgift enligt AVLK. Det bör därför införas en subsidiär talerätt för en sammanslutning av näringsidkare. Det finns däremot inte anledning att tillåta en särskild talerätt för konsumenter eller löntagare. Konsumentintresset tas tillvara genom KO. Det finns inte heller anledning att tillåta enskilda näringsidkare att väcka talan.

10.1.7 Bestämmelsernas närmare utformning

Utredningen föreslår att möjligheten att påföra sanktionsavgift regleras i en ny paragraf, 9 c §, i AVLK. Den bör lämpligen utformas så att det framgår att Patent- och marknadsdomstolen på talan av KO får besluta att en näringsidkare ska betala en sanktionsavgift om näringsidkaren eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligt eller av oaktsamhet har använt ett avtalsvillkor som med hänsyn till pris och andra omständigheter är oskäligt mot konsumenter.

Av paragrafen bör framgå att om KO i ett visst fall beslutar att inte föra talan om sanktionsavgift, får en sammanslutning av näringsidkare väcka en sådan talan. Det bör även anges att avgiften tillfaller staten.

I 3 a § AVLK finns en bestämmelse som innebär att ett avtalsvillkor vid tillämpningen av 3 § ska anses oskäligt om det innebär att

konsumenten är hänvisad till att använda ett telefonnummer med förhöjd taxa för att ta kontakt med näringsidkaren per telefon med anledning av ett mellan dem ingånget avtal. Bestämmelsen genomför artikel 21 i direktiv 2011/83/EU (konsumenträttighetsdirektivet). Den bör även kunna tillämpas vid en bedömning enligt den föreslagna 9 c §. Dessutom torde den redan i dag kunna få betydelse vid en tillämpning av bestämmelsen om varningsmeddelanden i 3 b § AVLK. För att undvika oklarhet om detta bör det i 3 a § förtydligas att bestämmelsen inte endast gäller vid en tillämpning av 3 § utan av lagen generellt.

10.2 Bedömningen av om en avgift ska påföras

Utredningens förslag: Vid bedömningen av om en sanktionsavgift ska påföras ska det beaktas hur allvarlig överträdelsen är. Särskild hänsyn ska tas till överträdelsens art, varaktighet och omfattning.

På samma sätt som gäller i fråga om sanktionen marknadsstörringsavgift i MFL bör utgångspunkten även i detta sammanhang vara att domstol bör kunna besluta om en sanktionsavgift endast vid överträdelser av visst allvar. Med hänsyn till intresset av förutsebarhet och en enhetlig bedömning bör detta komma till uttryck i lagtexten. Det bör alltså framgå att det vid prövningen av om en avgift ska påföras ska beaktas hur allvarlig överträdelsen är och att särskild hänsyn ska tas till överträdelsens art, varaktighet och omfattning. Omständigheterna motsvarar i huvudsak de omständigheter som räknas upp i 29 a § MFL. Viss vägledning kan därför hämtas ur förarbetena till den bestämmelsen⁴ och domstolspraxis. Att särskild hänsyn ska tas till de uppräknade omständigheterna utesluter inte att det kan finnas andra omständigheter som bör beaktas i det enskilda fallet vid bedömningen av om sanktionsavgift ska påföras. Domstolen måste alltid göra en samlad bedömning av t.ex. graden av uppsåt och övriga förhållanden.⁵ Utgångspunkten är att vitesförbud ska vara den normala sanktionen vid överträdelser av 3 § AVLK. De uppräknade omständigheterna utgör förhållanden som tjänar till ledning vid be-

⁴ Se prop. 2015/16:168 s. 25.

⁵ Se a. prop. s. 33.

dömningen av om den aktuella överträdelsen är tillräckligt allvarlig för att sanktioneras med en avgift. Hur denna avvägning i varje enskilt fall ska göras måste överlämnas åt rättstillämpningen.

Utredningen föreslår att bestämmelsen införs i en ny paragraf, 9 d §, i AVLK.

10.3 Situationer där en avgift inte får påföras

Utredningens förslag: Talan om påförande av sanktionsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning om överträdelsen omfattas av ett förbud som har förenats med vite och talan om utdömande av vitet har väckts.

Av skäl 8 i ändringsdirektivet framgår att medlemsstaterna, utöver de vägledande kriterierna för tillämpning av sanktioner, också bör ta hänsyn till andra allmänna rättsprinciper som är tillämpliga vid åläggande av sanktioner, såsom principen om förbud mot dubbelbestraffning (*ne bis in idem*) som finns i artikel 50 i EU:s rättighetsstadga och artikel 4.1 i det sjunde tilläggsprotokollet till Europakonventionen. I dessa artiklar anges att ingen får lagföras eller straffas på nytt i en brottmålsrättegång i samma stat för ett brott för vilket han eller hon redan blivit slutligt frikänd eller dömd i enlighet med lagen och rättegångsordningen i den staten. Förbudet hindrar både dubbelbestraffning (dvs. ett nytt straff vid ett annat tillfälle än det första) och en andra prövning av samma gärning. Sverige har anslutit sig till det sjunde tilläggsprotokollet. Det gäller som lag här i landet enligt lagen (1994:1219) om den europeiska konventionen angående skydd för de mänskliga rättigheterna och de grundläggande friheterna. Av 2 kap. 19 § regeringsformen följer att en lag inte får meddelas i strid med Sveriges åtaganden på grund av konventionen.

I lagstiftningsärenden på andra rättsområden har det bedömts att begreppet straff i den mening som avses i Europakonventionen även måste anses omfatta vite.⁶ I dessa sammanhang är det tidpunkten för när en domstolsprocess om utdömande av vite inleds som avgör när ett hinder mot ett andra förfarande för samma gärning eller överträdelse uppkommer (se om detta avsnitt 9.2.7).

⁶ Se prop. 2016/17:22 s. 228, prop. 2017/18:165 s. 60 f. och prop. 2020/21:51 s. 110 f.

Enligt ändringsdirektivet ska medlemsstaterna säkerställa att effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner ska kunna påföras för överträdelse av avtalsvillkorsdirektivet. Sanktionsavgifter ska i vissa fall kunna påföras vid överträdelse av nationella bestämmelser som genomför direktivet. Av detta följer att en domstol inte bör vara förhindrad att besluta om sanktionsavgift för en åtgärd som omfattas av ett vitesåläggande. Den ordning som tillämpas på andra rättsområden, och som här skulle innebära att sanktionsavgift inte får påföras när en talan om utdömande av vite har väckts, tillgodoser väl det skydd som följer av Europakonventionen. Om det utsatta vitet inte bedöms vara tillräckligt effektivt, proportionerligt och avskräckande i direktivets mening finns alltså möjlighet för KO att välja att väcka talan om påförande av avgift i stället för att ansöka om utdömande av vite. En sådan ordning får anses vara förenlig med Sveriges åtaganden på grund av Europakonventionen och godtagbar vad gäller kravet på införandet av sanktionsavgifter enligt direktivet. Det överensstämmer också med utredningens förslag till ändring av 30 § MFL om situationer där marknadsstörningsavgift inte får påföras (se avsnitt 9.2.7).

Utredningen bedömer alltså att det bör införas en paragraf, 9 e §, i AVLK som innebär att talan om påförande av sanktionsavgift för en överträdelse inte får tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud som har förenats med vite enligt lagen och talan om utdömande av vitet har väckts.

10.4 Beloppsgränser för avgiften

Utredningens förslag: Sanktionsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio procent av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret.

Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas. Avgiften får i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.

Enligt de nya sanktionsbestämmelserna i direktiv 93/13/EEG ska det högsta beloppet för sanktionsavgifter vara minst fyra procent av näringsidkarens årliga omsättning i den eller de berörda medlemsstaterna. I fall där det saknas information om näringsidkarens årliga omsättning ska det högsta beloppet för sanktionsavgifter vara minst två miljoner euro (se artikel 1.4 och 1.5 i ändringsdirektivet).

Regleringen innebär att medlemsstaterna får behålla eller införa högre maximala omsättningsbaserade sanktionsavgifter. Medlemsstaterna får även basera sådana avgifter på näringsidkarens sammanlagda omsättning i hela världen eller utvidga reglerna till att omfatta andra överträdelser som inte omfattas av bestämmelserna i direktivet, men som har samband med artikel 21 i konsumentskyddsförordningen (se skäl 13 i ändringsdirektivet). Medlemsstaterna ges alltså ett betydande utrymme att själva bestämma storleken på avgifter så länge de angivna maximala beloppsgränserna inte underskrids.

Utredningen bedömer att det är lämpligt att införa samma beloppsgränser för sanktionsavgiften enligt AVLK som de som föreslås gälla för marknadsstörningsavgift enligt MFL. Dessa gränser säkerställer EU-rättens krav på effektiva och avskräckande sanktioner där lämplig hänsyn kan tas till det aktuella företagets storlek (se närmare om utredningens överväganden i avsnitt 9.2.5). Sanktionsavgiften ska alltså fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio procent av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret.

Årsomsättningen bör avse omsättningen närmast föregående räkenskapsår. På samma sätt som beträffande marknadsstörningsavgiften bedömer utredningen att det saknas skäl att begränsa årsomsättningen till den eller de berörda medlemsstaterna. Med omsättning avses alltså näringsidkarens hela omsättning utan begränsning till enbart den produkt eller marknad som förfarandet berört. Det är dock inte fråga om koncernomsättningen, om företaget ingår i en koncern.

I de fall där uppgifter om årsomsättning saknas eller är bristfälliga får årsomsättningen uppskattas. Avgiften bör, i enlighet med artikel 8 b punkten 5 i direktivet, i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro. Beloppet är inte knutet till växelkursen en viss dag. Vilket belopp som motsvarar två miljoner euro bör därför bestämmas utifrån kronkursen den dag då beslut om sanktionsavgift meddelas.⁷

Frågorna bör regleras i en ny paragraf, 9 f §, i AVLK.

⁷ Jfr prop. 2016/17:173 s. 555.

10.5 Bedömningen av avgiftens storlek

Utredningens förslag: När sanktionsavgiften fastställs ska hänsyn tas till

1. överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning,
2. åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument har lidit,
3. tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till,
4. i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen,
5. i gränsöverskridande fall, sanktioner som har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater i Europeiska unionen, ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, och
6. andra försvårande eller förmildrande omständigheter.

Avgiften får efterges om det finns synnerliga skäl för det.

I artikel 8 b punkten 3 finns en icke-uttömmande lista över kriterier som ska beaktas vid åläggandet av sanktioner, i lämpliga fall. Kriterierna är samma som i artikel 13.2 i direktiv 2005/29/EG, artikel 8.2 i direktiv 98/6/EG och artikel 24.2 i direktiv 2011/83/EU.

På motsvarande sätt som för överträdelser av MFL, PIL och DAL bedömer utredningen att kriterierna endast bör vara tillämpliga vid påförande av sanktionsavgift och inte vid beslut om förbud vid vite (se avsnitt 9.2.2). Bestämmelsen i AVLK bör – liksom motsvarande bestämmelse i MFL – formuleras i nära anslutning till direktivtexten.

Avgiften bör kunna efterges om det finns synnerliga skäl för det (jfr 32 § andra stycket MFL). Det kan t.ex. vara så att det på grund

av efterföljande omständigheter i sällsynta undantagssituationer framstår som stötande att påföra en näringsidkare avgift.

Frågorna bör regleras i en ny paragraf, 9 g §, i AVLK.

10.6 Andra frågor som behöver regleras

Utredningens förslag: Sanktionsavgiften ska betalas till Kammarkollegiet inom trettio dagar efter det att domen har fått laga kraft eller den längre tid som anges i domen. Om avgiften inte betalas inom den tid som anges i första stycket ska Kammarkollegiet lämna den obetalda avgiften för indrivning. Bestämmelser om indrivning finns i lagen (1993:891) om indrivning av statliga fordringar m.m. Vid indrivning får verkställighet enligt utsökningsbalken ske.

En sanktionsavgift får dömas ut bara om stämningsansökan har delgetts den som anspråket riktar sig mot inom fem år från det att överträdelsen upphörde.

En sanktionsavgift faller bort om domen inte har kunnat verkställas inom fem år från det att den fick laga kraft.

För att säkerställa ett anspråk på sanktionsavgift får domstolen besluta om kvarstad. I ett sådant fall tillämpas bestämmelserna i 15 kap. rättegångsbalken om kvarstad för fordran.

Införandet av sanktionsavgift medför att det behöver införas nya bestämmelser om förfarandet i sådana mål. Det rör sig om bestämmelser som reglerar betalning av avgiften, preskription och kvarstad. Vid utformningen av dessa bestämmelser har utredningen beaktat de bestämmelser som finns i 33–36 §§ MFL och som gäller marknadsstörningsavgift. Dessa frågor bör lämpligen regleras i tre nya paragrafer, 9 h–j §§, i AVLK.

I fråga om rättegångskostnader i mål om utdömande av sanktionsavgift gäller enligt 3 kap. 1 § lagen (2016:188) om patent- och marknadsdomstolar att 18 kap. rättegångsbalken om rättegångskostnader i tvistemål ska tillämpas. Någon särskild reglering beträffande rättegångskostnader behövs alltså inte i AVLK.

11 Ikraftträdande och övergångsbestämmelser

Utredningens förslag: Lagändringarna ska träda i kraft den 28 maj 2022.

I fråga om lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden ska äldre bestämmelser gälla för avtal som använts före ikraftträdandet.

I fråga om prisinformationslagen ska äldre bestämmelser gälla för prisinformation som lämnats före ikraftträdandet.

I fråga om lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska äldre bestämmelser gälla för avtal som har ingåtts före ikraftträdandet.

I fråga om marknadsföringslagen ska äldre bestämmelser gälla för marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet.

Utredningens överväganden

Enligt artikel 7.1 i ändringsdirektivet ska medlemsstaterna senast den 28 november 2021 anta och offentliggöra de bestämmelser som är nödvändiga för att följa detta direktiv. Bestämmelserna ska tillämpas från och med den 28 maj 2022. Lagändringarna bör därför träda i kraft vid samma tidpunkt.

När det gäller straff och skatter finns ett uttryckligt förbud mot retroaktiv lagstiftning i 2 kap. 10 § regeringsformen. Den grundläggande principen i svensk förmögenhetsrätt är också att ny lag inte ska få retroaktiv verkan. Huvudprincipen är att nya bestämmelser bara är tillämpliga på avtal som ingåtts efter ikraftträdandet. Denna princip har inte ansetts behöva komma till uttryck i lagtext om det handlar om nya bestämmelser som inte samtidigt upphäver äldre. Om det däremot är fråga om att ge äldre bestämmelser ett

nytt innehåll, kan det finnas skäl för särskilda övergångsbestämmelser med innebörd att äldre bestämmelser ska tillämpas på avtal som har ingåtts före ikraftträdandet (se prop. 1984/85:110 s. 366 f. och prop. 2019/20:63 s. 46). Ändringarna i lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler innebär dels att nya bestämmelser införs, dels att befintliga bestämmelser om bl.a. informationskrav ändras. Dessutom införs en ny påföljd i form av marknadsstörningsavgift. Enligt utredningens bedömning finns det därför, i linje med de ovan angivna principerna, skäl för en övergångsbestämmelse med den ovan angivna innebörden.

Ändringarna i lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden innebär att det införs nya marknadsrättsliga bestämmelser om påförande av sanktionsavgifter. Äldre bestämmelser bör gälla för avtalsvillkor som använts före ikraftträdandet. Av tydlighetsskäl är det lämpligt att låta detta framgå av en övergångsbestämmelse.

Prisinformationslagen ändras på så sätt att det införs en ny informationsbestämmelse om prissänkningar och en möjlighet att påföra marknadsstörningsavgift vid överträdelser av lagen. Dessutom föreslås såväl nya som ändrade bestämmelser i marknadsföringslagen. Med hänsyn till att det är fråga om nya respektive ändrade bestämmelser som reglerar påföljder för näringsidkare, däribland marknadsstörningsavgift, bedömer utredningen att det finns behov av övergångsbestämmelser beträffande dessa ändringar. Äldre bestämmelser bör gälla för prisinformation som lämnats och för marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet. Om en viss prisinformation eller marknadsföring har lämnats respektive vidtagits både före och efter ikraftträdandet finns det inga hinder mot att tillämpa de nya bestämmelserna (jfr prop. 2015/16:168 s. 30).

12 Konsekvenser

Utredningens bedömning: De föreslagna ändringarna innebär en tydligare och en mer enhetlig reglering inom EU när det gäller marknadsföring och information till konsumenter, särskilt i situationer där avtal ingås digitalt. Ändringarna bedöms underlätta och leda till kostnadsbesparingar framför allt för företag som bedriver e-handel inom EU. På sikt bör regleringen kunna leda till bättre konkurrens och lägre priser för konsumenter.

Förslagen innebär även ett stärkt sanktionssystem vid överträdelse av det marknadsrättsliga regelverket. Detta kommer att verka avskräckande för företag som inte följer reglerna och på sikt gynna seriösa företag.

För företag kan det initialt finnas ett visst behov av utbildningsinsatser och anpassning av marknadsföring och avtalsvillkor. Det bedöms medföra begränsade kostnader i ett inledande skede.

Förslagen leder inte till några ökade kostnader för det allmänna och bedöms inte ha någon påverkan på jämställdheten mellan kvinnor och män.

Inledning

I utredningens uppdrag ingår att analysera konsekvenserna av lämnade förslag i enlighet med 14–15 a §§ kommittéförordningen (1998:1474). Eftersom utredningen lämnar författningsförslag ska konsekvensanalysen också göras i enlighet med 6 och 7 §§ förordningen (2007:1244) om konsekvensutredning vid regelgivning (se 15 a § kommittéförordningen). En konsekvensutredning ska bl.a. innehålla en beskrivning av problemet och vad man vill uppnå med en viss regeländring, vilka alternativa lösningar som finns för att uppnå det önskade resultatet

samt vilka som berörs av regleringen (6 § 1–3 förordningen om konsekvensutredning vid regelgivning).

Utredningen föreslår ändringar i prisinformationslagen (2004:347), PIL, marknadsföringslagen (2008:486), MFL, och lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler, DAL, som innebär en utökad informationsskyldighet för näringsidkare i vissa situationer och möjlighet att påföra marknadsstörningsavgift vid flera typer av överträdelser. Dessutom föreslås att den övre beloppsgränsen för marknadsstörningsavgift tas bort. Utredningen föreslår också att det införs en möjlighet att påföra sanktionsavgift vid överträdelser av lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, AVLK. Inom ramen för tillämpningsområdena för de fyra direktiv som ändras genom ändringsdirektivet – som i stor utsträckning är fullharmoniserande – blir regleringen i allt väsentligt enhetlig inom EU.

I en del avseenden ger ändringsdirektivet medlemsstaterna utrymme att välja att införa viss reglering. Med några undantag har utredningen valt att avstå från att föreslå sådan reglering. När det gäller PIL föreslår utredningen dock att den nya bestämmelsen om prissänkningar inte ska gälla varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla. Dessutom ska informationen, vid prissänkningar som under de senaste 30 dagarna har skett gradvis, avse det pris utan prissänkningen som tillämpades före den första prissänkningen (se avsnitt 6.3.2–6.3.3). I fråga om DAL föreslår utredningen att det införs ett undantag från ångerrätten i fråga om tjänster som har fullgjorts om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.

Utanför direktivens tillämpningsområden är det möjligt med nationell reglering. Utredningen föreslår bl.a. att möjligheterna att påföra marknadsstörningsavgift ska gälla även för överträdelser som inte omfattas av direktivens sanktionsbestämmelser. Samma sak föreslås beträffande möjligheten att påföra sanktionsavgift enligt AVLK.

Konsekvenser för enskilda

En modernisering och ett bättre upprätthållande av den enhetliga regleringen inom EU på det sätt som är avsikten med de nya reglerna bör på sikt kunna leda till en förbättrad medvetenhet bland konsu-

menter, bättre konkurrens på konsumentmarknaden och lägre priser för konsumenter (jfr skäl 1–3 i direktiv [EU] 2019/2161).

Förslaget att marknadsstörringsavgift ska kunna påföras vid flera typer av överträdelser och införandet av sanktionsavgift i AVLK innebär ett stärkt konsumentskydd då det kan antas att risken att drabbas av dessa sanktioner medför att företag får starkare incitament att följa regelverket. Detta är ägnat att motverka förekomsten av oseriösa företag, inte minst företag som bedriver e-handel och underlåter att iaktta den från konsumentskyddssynpunkt viktiga regleringen i DAL. Som exempel kan nämnas företag som inte informerar om konsumentens rätt att ångra ett avtal.

De föreslagna bestämmelserna som ställer upp krav på näringsidkare att lämna viss information till konsumenter kommer att förbättra konsumenternas möjligheter att fatta väl genomtänkta affärsbeslut. Det gäller bl.a. information om prissänkningar, personanpassning av priset på grund av automatiserat beslutsfattande, produkter som erbjuds på marknadsplatser online, rankning av produkter och konsumentrecensioner. Även de föreslagna bestämmelserna om ångerrätt vid avtal om digitalt innehåll och digitala tjänster innebär fördelar för konsumenter eftersom det blir tydligt vilka rättigheter och skyldigheter konsumenten har när han eller hon utövar sin ångerrätt.

Det föreslagna undantaget från ångerrätten för reparationsåtgärder som har fullgjorts medför visserligen en viss försvagning av konsumentskyddet. Utredningen bedömer dock att det kan anses vara godtagbart eftersom behovet av konsumentskydd inte är lika uttalat i dessa situationer.

Sammantaget innebär förslagen klart positiva konsekvenser för konsumenter.

Konsekvenser för företag

Ändringarna i de aktuella EU-direktiven innebär i vissa avseenden en ökad harmonisering av regleringen på det marknadsrättsliga området. Det införs bl.a. nya enhetliga krav på information till konsumenter när det gäller rankning och konsumentrecensioner och för företag som tillhandahåller marknadsplatser online. Förslagen innebär också att det införs tydligare regler om konsumenters rätt till information vid avtal om digitalt innehåll och digitala tjänster och verk-

ningarna av att konsumenten utövar sin ångerrätt i sådana situationer. Förändringarna berör framför allt företag som bedriver e-handel. Det förhållandet att regleringen görs enhetlig inom unionen är i sig ägnat att underlätta och effektivisera verksamheten för dessa företag. De behöver inte anpassa sin information på webbplatser, applikationer m.m. eller sina kontakter med konsumenter i samband med att konsumenten utövar sin ångerrätt beroende på i vilken medlemsstat konsumenten finns. Med en tydlig reglering är det troligt att antalet missnöjda konsumenter som söker kontakt, och i förlängningen ger upphov till rättsliga tvister, blir färre vilket kan innebära minskade kostnader för företag.

Förändringarna berör i de nämnda avseendena ett mycket stort antal företag av varierande storlek och branschtillhörighet. Det handlar framför allt om företag som bedriver e-handel riktad mot konsumenter. Under år 2019 fanns det 151 692 e-handelsföretag i Sverige. Av dessa hade 143 977 företag färre än 10 anställda, 6 412 företag hade mellan 10 och 49 anställda och 1 303 företag hade 50 anställda eller fler.¹

Förtydligandena i fråga om digitalt innehåll och digitala tjänster berör bl.a. företag som tillhandahåller video- och ljuddelningstjänster och andra typer av strömningstjänster. Ett annat exempel på företag som berörs av de föreslagna reglerna är sådana större företag som tillhandahåller marknadsplatser online. Som exempel kan nämnas Amazon, E-bay, Wish, Blocket och Tradera.

Det kan initialt finnas ett visst behov av anpassning av marknadsföring och avtalsvillkor, men det bedöms medföra kostnader enbart i ett inledande skede. Bland annat kan företag behöva anpassa sig till nya informationskrav i olika marknadsförings- och avtalssituationer. Bestämmelserna ska dock inte börja tillämpas förrän den 28 maj 2022. Det finns därmed tid att göra nödvändiga anpassningar. De nya reglerna kan även medföra vissa marginella merkostnader för utbildningsinsatser. Företagens skyldigheter när det gäller behandling av personuppgifter följer redan av dataskyddsförordningen och är alltså inte en konsekvens av nu aktuella förslag.

En väl fungerande marknad förutsätter att konsumenterna är väl-informerade. Bristande eller otydlig information får anses öka risken för att konsumenter avstår från att köpa en produkt. Sett ur näringsidkarens perspektiv finns det därför en risk för att bristande information till konsumenterna leder till en sämre avsättning på markna-

¹ Statistikmyndigheten SCB. Andel företag som sysslade med e-handel under 2019, 2020-11-24.

den. Även konkurrensskäl talar för behovet av starka och upplysta konsumenter som genom medvetna val av produkter utnyttjar sina möjligheter att påverka produktionen. De nya bestämmelserna om konsumenters rätt till information kan därför på sikt antas öka avsättningen och konkurrensen på marknaden.

En del av de föreslagna bestämmelserna får anses vara huvudsakligen till förmån för företag. Detta gäller framför allt förslaget om att utesluta gåvor och gratistjänster från tillämpningsområdet för 2 kap. DAL. Förslaget innebär att företag i dessa situationer inte kommer att behöva ge konsumenter en sådan omfattande information som följer av lagen och att konsumenter inte heller har någon ångerrätt. Detta bör leda till en minskad administrativ börda och därmed lägre kostnader. Förslaget berör företag inom många olika branscher som erbjuder gratis varor och tjänster, inte minst tjänster som erbjuds digitalt via webbplatser och applikationer.

Utredningen föreslår vidare en viss begränsning av konsumenters ångerrätt. Konsumenter ska inte längre ha ångerrätt när det gäller tjänster som har fullgjorts om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras. Förslaget kommer att få positiva effekter för företag som erbjuder hantverkstjänster på så sätt att de inte riskerar att behöva återbetala det belopp som konsumenten har betalat för en tjänst som utförts redan under ångerfristen.

Den föreslagna möjligheten att påföra marknadsstörningsavgift för flera typer av överträdelser och sanktionsavgift för överträdelser av AVLK är ägnad att gynna seriösa företag genom att oseriösa företag som begår överträdelser av reglerna i större utsträckning riskerar att drabbas av en avgift. Risker att påföras en avgift kommer ha en avskräckande verkan på oseriösa företag. I fråga om marknadsstörningsavgiftens storlek bedömer utredningen att de föreslagna ändringarna inte kommer leda till någon generell höjning av avgifterna i praxis i förhållande till vad som gäller i dag (se avsnitt 9.2.5).

Sammantaget kan förslagen inte antas medföra några ingripande ekonomiska följder eller andra negativa konsekvenser för företag. Förslagen innebär en tydligare och en mer enhetlig reglering för företag som bedriver gränsöverskridande verksamhet inom EU. Ändringarna är ägnade att underlätta och effektivisera företagens verksamhet, vilket bör leda till kostnadsbesparingar för företag. Detta gäller fram-

för allt företag som är verksamma inom e-handeln. Vissa initiala kostnader för utbildning och anpassning kan dock uppkomma.

Konsekvenser för det allmänna

För det allmänna kan de nya bestämmelserna komma att aktualisera vissa informationsinsatser. Detta berör framför allt Konsumentverket.

Domstolarna kan möjligen komma att få en något ökad tillströmning av mål som rör överträdelser av de nya bestämmelserna i PIL, DAL och MFL. Det kan även antas ske en viss ökning av antalet mål där det framställs yrkande om påförande av marknadsstörningsavgift och sanktionsavgift. Utredningens förslag berör så gott som uteslutande verksamheten vid Patent- och marknadsdomstolarna. Sådana kostnadsökningar bör rymmas inom befintliga anslagsramar. Arbetsbelastningen i stort hos domstolarna bedöms inte påverkas.

Förslagen bedöms sammantaget inte ha någon inverkan på statens inkomster eller utgifter.

Konsekvenser ur ett jämställdhetsperspektiv

De konsumenter som berörs av förslagen bedöms vara till lika stor del kvinnor som män. Utredningens uppfattning är att det inte kan sägas att någon av de föreslagna bestämmelserna på grund av sin utformning träffar kvinnor och män olika. Sammantaget bedöms förslagen inte ha någon påverkan på jämställdheten mellan kvinnor och män.

Övriga konsekvenser

Förslagen bedöms inte ha någon betydelse för den kommunala självstyrelsen, brottsligheten och det brottsförebyggande arbetet, för offentlig service i olika delar av landet eller för möjligheten att nå de integrationspolitiska målen.

13 Författningskommentar

13.1 Förslaget till lag om ändring i lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden

3 a §

Vid tillämpning av *denna lag* ska ett avtalsvillkor anses oskäligt om det innebär att konsumenten är hänvisad till att använda ett telefonnummer med förhöjd taxa för att ta kontakt med näringsidkaren per telefon med anledning av ett mellan dem ingånget avtal.

Paragrafen innehåller en reglering om att vissa avtalsvillkor i konsumentavtal alltid ska anses oskäliga. Det innebär bl.a. att Patent- och marknadsdomstolen får förbjuda näringsidkaren att i framtiden använda avtalsvillkoren. Paragrafen genomför artikel 21 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 10.1.

Ändringen innebär att ett sådant avtalsvillkor som avses i paragrafen ska anses oskäligt vid tillämpningen av samtliga bestämmelser i lagen, inte endast vid tillämpningen av 3 §. Om en näringsidkare har använt ett sådant avtalsvillkor kan näringsidkaren komma att påföras en sanktionsavgift enligt den nya 9 c §.

9 c §

Patent- och marknadsdomstolen får på talan av Konsumentombudsmannen besluta att en näringsidkare ska betala en sanktionsavgift, om näringsidkaren eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet har använt ett avtalsvillkor som med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt.

Om Konsumentombudsmannen i ett visst fall beslutar att inte föra talan om sanktionsavgift, får en sammanslutning av näringsidkare väcka en sådan talan.

Avgiften tillfaller staten.

Paragrafen, som är ny, möjliggör för Patent- och marknadsdomstolen att döma ut sanktionsavgift. Paragrafen genomför artikel 8 b i direktiv 93/13/EEG. Övervägandena finns i avsnitt 10.1.

Enligt *första stycket* får domstolen besluta om sanktionsavgift om näringsidkaren eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligen eller av oaktsamhet har använt ett oskäligt avtalsvillkor. Det handlar alltså om situationer där näringsidkaren har använt ett avtalsvillkor som avses i 1 § och som med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt mot konsumenten (jfr 3 §). Det kan även bli aktuellt med sanktionsavgift beträffande ett avtalsvillkor som är oskäligt med en tillämpning av 3 a §, dvs. om konsumenten är hänvisad till att använda ett telefonnummer med förhöjd taxa för att ta kontakt med näringsidkaren per telefon med anledning av ett mellan dem ingånget avtal.

Utdömmande av en sanktionsavgift förutsätter inte att näringsidkaren tidigare har meddelats ett förbud mot att använda villkoret. Det är alltså möjligt för domstolen att pröva både frågor om förbud och sanktionsavgift i samma rättegång. Talan om påförande av sanktionsavgift får föras av KO. Det är inte nödvändigt att uppsåt eller oaktsamhet kan konstateras hos den enskilde näringsidkaren själv eller, om det är fråga om en juridisk person, hos en person som intar en ledande ställning hos denna, utan det räcker att detta kan konstateras hos en person som handlar på näringsidkarens vägnar. Det kan vara fråga om en anställd eller en uppdragstagare (jfr prop. 1994/95:123 s. 175).

Uppsåtet eller oaktsamheten ska avse de konkreta omständigheter som medför att avtalsvillkoret är oskäligt. Kravet är i sak det samma som gäller vid påförande av marknadsstörningsavgift enligt MFL (se a. prop.). Av allmänna principer följer att det ska vara förutsebart för näringsidkaren att avtalsvillkoret är oskäligt och att handlandet kan komma att medföra en avgift. Så kan t.ex. vara fallet om handlandet strider mot tvingande konsumentskyddande lag eller annars mot klar och entydig rättspraxis.

I *andra stycket* finns en bestämmelse om subsidiär talerätt. Om KO i ett visst fall beslutar att inte föra talan, får en sammanslutning av näringsidkare väcka en sådan talan.

Av *tredje stycket* framgår att avgiften tillfaller staten.

9 d §

Vid prövningen av om en sanktionsavgift ska påföras ska det beaktas hur allvarlig överträdelsen är. Särskild hänsyn ska tas till överträdelsens art, varaktighet och omfattning.

Paragrafen, som är ny, reglerar förutsättningarna för när sanktionsavgift kan dömas ut. Övervägandena finns i avsnitt 10.2.

Av uppräkningsen i paragrafen framgår vilka omständigheter som särskilt ska beaktas vid prövningen av om överträdelsen är av sådant allvar att sanktionsavgift ska påföras. Överträdelsens art, varaktighet och omfattning är av central betydelse för fastställande av hur allvarlig överträdelsen är. Vid bedömningen av överträdelsens art kan hänsyn tas till flera förhållanden. Bland annat kan beaktas vilken typ av avtalsvillkor som det är fråga om. Användning av avtalsvillkor som strider mot tvingande konsumentskyddande lagstiftning eller klar och entydig rättspraxis kan t.ex. anses utgöra en så allvarlig överträdelse att sanktionsavgift bör utgå. Att ett avtalsvillkor har använts under lång tid samt i stor omfattning kan också tala för att överträdelsen bör föranleda sanktionsavgift. Vid bedömningen av hur allvarlig överträdelsen är ska hänsyn tas till samtliga omständigheter i det enskilda fallet. Även andra omständigheter än de som anges i lagtexten kan alltså vara av betydelse. Graden av uppsåt liksom förslagenheten eller systematiken i handlandet kan beaktas. Generellt gäller att överträdelser som har tydlig karaktär av nonchalans eller som innebär att förfaranden som tidigare lett till en sanktion upprepas bör kunna mötas med en avgift (jfr prop. 2015/16:168 s. 33 f.).

9 e §

Talan om påförande av sanktionsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud som har förenats med vite enligt denna lag och talan om utdömande av vitet har väckts.

Paragrafen är ny. Den innehåller ett undantag från möjligheten att ta ut sanktionsavgift. Övervägandena finns i avsnitt 10.3.

Paragrafen syftar till att förhindra att samma överträdelse blir föremål för dubbla prövningar och sanktioner. Bestämmelsen tar sikte på det fallet att en näringsidkare har använt ett avtalsvillkor som är oskäligt och domstol enligt 3 § har förbjudit näringsidkaren att använda avtalsvillkoret vid äventyr av vite. Om näringsidkaren därefter fortsätter att använda avtalsvillkoret och en ansökan om utdömning av vitet väcks vid domstol, hindrar detta ett förfarande om påförande av en sanktionsavgift för samma överträdelse. Bestämmelsen hindrar däremot inte att en avgift påförs för en överträdelse som omfattas av ett förbud som förenats med vite, förutsatt att talan om utdömning av vite inte har väckts.

9 f §

Sanktionsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio procent av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret.

Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas. Avgiften får i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.

I paragrafen, som är ny, regleras beloppsgränserna för sanktionsavgiften. Ändringarna genomför artikel 8 b punkterna 4 och 5 i direktiv 93/13/EEG. Övervägandena finns i avsnitt 10.4. Paragrafen motsvarar till sitt innehåll 31 § MFL.

Första stycket innebär att avgiften inte får överstiga tio procent av näringsidkarens årsomsättning. Det finns alltså inte någon fast övre gräns för avgiftens storlek. Avgiften får lägst fastställas till tio tusen kronor.

Formuleringen ”närmast föregående räkenskapsår” innebär att det är årsomsättningen det år som föregick målets slutliga avgörande som ska läggas till grund för bedömningen av avgiftens storlek. Med omsättning avses näringsidkarens hela omsättning utan begränsning till den produkt eller marknad som förfarandet har handlat om. Beräkningen ska grunda sig på den aktuella näringsidkarens omsättning

och alltså inte utgå från en hel koncerns omsättning om det är fråga om ett företag som ingår i en sådan (jfr prop. 1994/95:123 s. 176).

Enligt *andra stycket* får årsomsättningen uppskattas om överträdelsen sker under en näringsidkares första verksamhetsår. Detta får göras även i andra fall när uppgifter om årsomsättning saknas eller är bristfälliga. Det kan t.ex. vara så att uppgifter om årsomsättning för det närmast föregående året inte ännu finns vid tidpunkten för domstolens avgörande. En uppskattning får i sådana fall göras med stöd av andra tillgängliga uppgifter. I de fall där årsomsättningen uppskattas får avgiften fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro. Beloppet är inte knutet till växelkursen en viss dag. Vilket belopp som motsvarar två miljoner euro får bestämmas utifrån kronkursen den dag då beslut om sanktionsavgift meddelas (jfr prop. 2016/17:173 s. 555).

9 g §

När sanktionsavgiften fastställs ska hänsyn tas till

1. *överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning,*

2. *åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument har lidit,*

3. *tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till,*

4. *i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen,*

5. *i gränsöverskridande fall, sanktioner som har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater i Europeiska unionen, ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, och*

6. *andra försvårande eller förmildrande omständigheter.*

Avgiften får efterges om det finns synnerliga skäl för det.

I paragrafen, som är ny, regleras sanktionsavgiftens storlek. Ändringarna genomför artikel 8 b punkten 3 i direktiv 93/13/EEG. Övervägandena finns i avsnitt 10.5.

Av bestämmelsen i *första stycket* framgår vilka omständigheter som ska beaktas vid bestämmandet av avgiftens storlek. *Punkten 1* tar sikte på omständigheter som hänför sig till överträdelsen som sådan. Hänsyn ska tas till överträdelsens allvar. Överträdelsens art, varaktighet och omfattning är av central betydelse för fastställande av hur allvarlig överträdelsen är. De uppräknade omständigheterna är delvis överlappande. I sak ska samma omständigheter beaktas som vid bedömningen av om sanktionsavgift ska utgå (se 9 d §). Bland annat kan beaktas vilken typ av avtalsvillkor det är fråga om. Andra omständigheter som kan påverka storleken på avgiften är graden av uppsåt liksom förslagenheten eller systematiken i handlandet. Vidare kan beaktas hur omfattande överträdelsen har varit och hur länge den har pågått.

Enligt *punkten 2* ska hänsyn tas till åtgärder som näringsidkaren kan ha vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument har lidit. Det kan t.ex. bli fråga om att i mildrande riktning beakta att näringsidkaren i efterhand frivilligt har gjort vad denne kunnat för att motverka eller reparera uppkomna skador.

Enligt *punkten 3* ska tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till beaktas. Att en näringsidkare upprepar ett förfarande som tidigare lett till påföljd är en omständighet som typiskt sett bör leda till att avgiften bestäms till ett högre belopp än vad som annars hade varit fallet. Vid bedömningen bör beaktas bl.a. omfattningen av de tidigare överträdelserna i förhållande till den överträdelse som aktualiserar påförande av avgiften och det tidsmässiga sambandet mellan överträdelserna.

Enligt *punkten 4* kan den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen beaktas i de fall detta framgår.

Punkten 5 gäller det fallet att näringsidkaren har gjort sig skyldig till överträdelser av samma slag i flera medlemsstater inom EU. Bestämmelser om detta finns i förordning (EU) 2017/2394. Enligt förordningen ska det finnas samordnade utrednings- och tillsynsmekanismer vid s.k. utbredda överträdelser och utbredda överträdelser med en unionsdimension. Vid skälig misstanke om en sådan överträdelse ska behöriga myndigheter som berörs av överträdelsen och kommissionen utan dröjsmål informera varandra och de centrala kontaktpunkterna som berörs av överträdelsen. Myndigheterna ska samordna de utrednings- och tillsynsåtgärder de vidtar och utbyta

information. När så är lämpligt ska myndigheter som berörs av insatsen inom sin jurisdiktion förelägga näringsidkaren sanktioner (se artiklarna 20 och 21).

Bestämmelsen aktualiseras i situationer där det inom ramen för en sådan samordnad insats finns information tillgänglig om att sanktioner har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater. Den omständigheten att näringsidkaren har gjort sig skyldig till överträdelse i flera medlemsstater kan i sig vara försvårande vid bedömningen av avgiftens storlek. Samtidigt bör beaktas att den samlade reaktionen i medlemsstaterna framstår som rimlig.

Bestämmelserna i paragrafen är inte uttömmande. Av *punkten 6* framgår att även andra försvårande eller förmildrande omständigheter ska beaktas. Näringsidkarens ekonomiska situation vid tidpunkten för domen är t.ex. en omständighet som kan beaktas både i skärpande och i mildrande riktning (jfr prop. 1994/95:123 s. 102 och MD 2012:17 p. 25). Till viss del är de nu aktuella faktorerna också överlappande eller beroende av varandra. Domstolen ska i varje enskilt fall göra en samlad bedömning av alla relevanta omständigheter när avgiftens storlek bestäms.

I *tredje stycket* ges en möjlighet att efterge avgiften om det finns synnerliga skäl. Sådana skäl skulle t.ex. kunna vara att näringsidkaren har gjort allt som rimligen kan krävas för att förhindra den uppkomna skadan. Som framgår av formuleringen ska denna möjlighet dock användas restriktivt.

9 b §

Sanktionsavgiften ska betalas till Kammarkollegiet inom trettio dagar efter det att domen har fått laga kraft eller den längre tid som anges i domen.

Om avgiften inte betalas inom den tid som anges i första stycket ska Kammarkollegiet lämna den obetalda avgiften för indrivning. Bestämmelser om indrivning finns i lagen (1993:891) om indrivning av statliga fordringar m.m. Vid indrivning får verkställighet enligt utsökningsbalken ske.

Paragrafen, som är ny, reglerar betalning av sanktionsavgiften. Den motsvarar i allt väsentligt vad som gäller för marknadsstörningsavgift enligt 33 § MFL. Övervägandena finns i avsnitt 10.6.

Första stycket innehåller en bestämmelse som anger när och till vem en utdömd sanktionsavgift ska betalas. Normalt ska betalning ske inom trettio dagar efter det att domen fått laga kraft. Liksom när det gäller marknadsstörningsavgiften enligt MFL har domstolen en möjlighet att medge senare inbetalning. Skäl för en sådan senareläggning kan t.ex. vara att avgiften är stor och kan rubba näringsidkarens likviditet på ett olämpligt sätt om den tas ut just inom trettiodagarsperioden. Även tillfälliga ekonomiska svårigheter vid tidpunkten för domen kan härigenom beaktas.

I *andra stycket* finns en bestämmelse som anger vad som gäller om sanktionsavgiften inte betalas inom rätt tid. Det är Kammarkollegiets uppgift att bevaka att inbetalning sker.

9 i §

En sanktionsavgift får dömas ut bara om stämningsansökan har delgetts den som anspråket riktar sig mot inom fem år från det att överträdelsen upphörde.

En sanktionsavgift faller bort om domen inte har kunnat verkställas inom fem år från det att den fick laga kraft.

Paragrafen, som är ny, innehåller preskriptionsregler. Övervägandena finns i avsnitt 10.6.

Enligt *första stycket* får en avgift bara dömas ut om den som anspråket riktar sig mot har delgetts stämningsansökan inom fem år från det att överträdelsen upphörde. Bestämmelsen fastställer alltså en preskriptionstid för överträdelser som ska leda till sanktionsavgift.

Av bestämmelsen i *andra stycket* följer att en avgift faller bort om inte verkställighet har kunnat ske inom fem år från det att domen fick laga kraft.

Bestämmelsens innehåll motsvarar vad som gäller för marknadsstörningsavgift enligt 34–35 §§ MFL.

9 j §

För att säkerställa ett anspråk på sanktionsavgift får domstolen besluta om kvarstad. I ett sådant fall tillämpas bestämmelserna i 15 kap. rättegångsbalken om kvarstad för fordran.

Paragrafen, som är ny, innehåller en bestämmelse om kvarstad för att säkerställa ett anspråk på sanktionsavgift. Övervägandena finns i avsnitt 10.6.

Bestämmelsen ger möjlighet för rätten att besluta om kvarstad på så mycket av näringsidkarens egendom att ett visst belopp kan förväntas bli täckt vid utmätning. Kvarstad enligt denna bestämmelse kan beslutas innan en talan om sanktionsavgift har väckts.

En tillämpning av rättegångsbalkens regler om kvarstad innebär att bl.a. bestämmelserna om omedelbar verkställighet och om möjligheten att överklaga sådana beslut särskilt blir direkt tillämpliga (se 17 kap. 14 § andra stycket 5 och 49 kap. 5 § 6 rättegångsbalken).

Ikraftträdande- och övergångsbestämmelser

1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
2. Äldre bestämmelser gäller för avtalsvillkor som använts före ikraftträdandet.

Enligt *punkten 1* träder lagändringarna i kraft den 28 maj 2022. De nya bestämmelserna är alltså tillämpliga i och med ikraftträdandet. Övervägandena finns i avsnitt 11.

Av *punkt 2* framgår att äldre bestämmelser ska tillämpas för avtalsvillkor som använts före ikraftträdandet. Om samma avtalsvillkor har använts både före och efter ikraftträdandet finns det inga hinder mot att tillämpa de nya bestämmelserna.

13.2 Förslaget till lag om ändring i prisinformationslagen (2004:347)

7 a §

Information om att priset på en produkt har sänkts ska även innehålla uppgift om det tidigare pris som gällde före sänkningen.

Med tidigare pris avses det lägsta pris som har gällt för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Om prissänkningen under denna tid har skett gradvis, avses i stället det pris som gällde före den första prissänkningen.

Första stycket gäller inte för varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.

Paragrafen, som är ny, reglerar vilken information näringsidkaren ska ge vid prissänkning av en produkt. Paragrafen genomför artikel 6 a i direktiv 98/6/EG. Övervägandena finns i avsnitt 6.3.

Bestämmelsen i *första stycket* gäller om en näringsidkare informerar om att det pris som tidigare gällt för produkten har sänkts. En upplysning om en prissänkning kan göras t.ex. genom att näringsidkaren anger det nya priset tillsammans med en hänvisning till ett tidigare överkryssat pris. Det kan också vara så att näringsidkaren upplyser om att priset har sänkts med ett visst procenttal eller ett visst belopp. Bestämmelsen är inte tillämplig på erbjudanden där ett köp av en vara ger konsumenten rätt till en ytterligare vara kostnadsfritt, t.ex. erbjudanden av typen ”köp en vara och få en vara på köpet”.

Enligt bestämmelsen ska information om prissänkning av en produkt innehålla uppgift om det tidigare pris som gällde före sänkningen. Med pris avses det slutliga priset för en bestämd produkt eller en bestämd enhet av en produkt, uttryckt i kronor, inklusive mervärdesskatt och andra skatter (se definitionen i 2 §).

Av *andra stycket* framgår vad som avses med uttrycket tidigare pris, nämligen det lägsta pris som har gällt för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Ifall priset på en produkt höjts endast under ett fåtal dagar under 30-dagarsperioden och därefter sänks får näringsidkaren inte informera om det högre priset som gällde under de aktuella dagarna. Detta är endast tillåtet om det högre priset tillämpats under minst 30 dagar före prissänkningen. Näringsidkaren är inte skyldig att informera om hur länge det tidigare priset

gällt utan behöver endast säkerställa att det tidigare priset är det lägsta pris som tillämpats under den senaste 30-dagarsperioden.

Det kan i praktiken vara så att en produkt har funnits till försäljning under en kortare tid än 30 dagar. Näringsidkaren ska då ange det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat på produkten sedan den började säljas.

För det fall att en prissänkning har skett gradvis under de senaste 30 dagarna före prissänkningen finns en särskild definition av uttrycket tidigare pris. I ett sådant fall ska informationen avse det pris som gällde före den första prissänkningen. Det kan t.ex. vara så att en näringsidkare först sänker priset på en produkt med tjugo procent för att sedan sänka priset med femtio procent och slutligen med sjuttio procent. Informationen ska i så fall avse det tidigare pris utan prissänkningen som tillämpades före den första prissänkningen med tjugo procent vid samtliga efterföljande prissänkningar.

Tredje stycket innehåller ett undantag från informationskravet i första stycket för varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla. Det kan t.ex. handla om vissa typer av livsmedel och växter. Vid prissänkningar i sådana fall behöver näringsidkare inte informera om det tidigare priset för varan.

12 §

Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas. Sådan prisinformation ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

I paragrafen, som genomför artikel 8 i direktiv 98/6/EG, regleras vilka påföljder som kan komma ifråga för en näringsidkare som inte lämnar prisinformation enligt lagen eller föreskrift som meddelats med stöd av lagen. Övervägandena finns i avsnitt 9.4.

Ändringen innebär att överträdelser av PIL kan leda till utdömmande av marknadsstörningsavgift.

Ikraftträdande- och övergångsbestämmelser

1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
2. Äldre bestämmelser gäller för prisinformation som lämnats före ikraftträdandet.

Enligt *punkten 1* träder lagändringarna i kraft den 28 maj 2022. De nya bestämmelserna är alltså tillämpliga i och med ikraftträdandet. Övervägandena finns i avsnitt 11.

Av *punkt 2* framgår att äldre bestämmelser ska tillämpas för prisinformation som lämnats före ikraftträdandet. Om samma prisinformation har lämnats både före och efter ikraftträdandet finns det inga hinder mot att tillämpa de nya bestämmelserna.

13.3 Förslaget till lag om ändring i lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

1 kap.

2 §

I lagen avses med

distansavtal: avtal som ingås inom ramen för ett av näringsidkaren organiserat system för att träffa avtal på distans, om kommunikationen uteslutande sker på distans,

affärslokal: fast eller rörligt affärsställe där näringsidkaren varaktigt eller vanligen driver verksamhet,

avtal utanför affärslokaler: avtal som ingås

– då näringsidkaren och konsumenten samtidigt är närvarande på någon annan plats än i näringsidkarens affärslokal eller efter det att konsumenten lämnat ett anbud på en sådan plats,

– i näringsidkarens affärslokal eller med hjälp av ett medel för distanskommunikation i omedelbar anslutning till att konsumenten kontaktats av näringsidkaren på någon annan plats där de samtidigt varit närvarande, eller

– under en utflykt som har organiserats av näringsidkaren i marknadsförings- eller försäljningssyfte,

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten.

digitalt innehåll: data som framställs och tillhandahålls i digital form,

digital tjänst: en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller av andra användare av den tjänsten,

varor med digitala delar: lösa saker som integrerar eller är sammankopplade med digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant sätt att frånvaron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna inte fungerar,

kompatibilitet: kapacitet att utan konvertering fungera med sådan hårdvara eller programvara som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

driftskompatibilitet: kapacitet att fungera med annan hårdvara eller programvara än sådan som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

marknadsplats online: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som gör det möjligt för konsumenter att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter,

personuppgifter: sådan information som avses i artikel 4 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

Paragrafen innehåller definitioner av uttryck som förekommer i lagen. Ändringarna innebär att det införs definitioner av begreppen digital tjänst, varor med digitala delar, kompatibilitet, driftskompatibilitet, marknadsplats online och personuppgifter. Definitionen av begreppet digitalt innehåll har ändrats språkligt. Ändringarna genomför den nya lydelsen av artikel 2 i direktiv 2011/83/EU (konsumenträttighetsdirektivet). Övervägandena finns i avsnitt 7.3.

Med *digital tjänst* avses en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller att utbyta eller interagera på annat sätt med upp-

gifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller av andra användare av den tjänsten. Det är en bred definition som omfattar tillhandahållande där konsumentens tillgång inte baseras på att denne får en egen (varaktig) kopia. Däribland finns strömnings-tjänster, sociala medier och sådant som ordbehandling eller spel som erbjuds i molnbaserad datortjänstmiljö eller annars genom uppkoppling.

Det kan ibland uppkomma frågor om gränsdragning mellan avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och en digital tjänst. Gränsdragningen har praktisk betydelse när det gäller konsumentens möjligheter att ångra avtalet och verkningarna av att ett avtal ångras. Många avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium kännetecknas dock av att konsumenten genom ett enda tillhandahållande får tillgång till digitalt innehåll bestående av en eller flera specifika delar, t.ex. specifika musik- eller videofiler. Ifall det är tveksamt om avtalet ska klassificeras som ett avtal om utförande av en digital tjänst eller ett avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium ska reglerna för tjänster tillämpas (skäl 30 i ändringsdirektivet).

Med *varor med digitala delar* avses lösa saker som är integrerade eller sammankopplade med digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant sätt att frånvaron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna med digitala delar inte fungerar. Det digitala innehållet som är integrerat i eller sammankopplat med en vara kan vara alla typer av data som framställs och tillhandahålls i elektronisk form, som operativsystem, applikationer och annan programvara. Innehållet kan vara förinstallerat vid tiden för avtalets ingående eller kan, enligt avtalet, installeras vid ett senare tillfälle. Digitala tjänster som är sammankopplade med en vara kan omfatta tjänster som möjliggör skapande, behandling eller lagring av data i digital form, eller åtkomst till denna. Det kan bland annat vara fråga om programvara som erbjuds i molnbaserad datormiljö eller kontinuerligt tillhandahållande av trafikdata i ett navigationssystem eller av individuellt anpassade träningsplaner för smartklockor. (Se skäl 15 i direktiv [EU] 2019/771, det s.k. varudirektivet).

Definitionerna av uttrycken *driftskompatibilitet* och *kompatibilitet* är, med vissa språkliga justeringar, utformade på samma sätt som i direktiv (EU) 2019/770 om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster. Se om begreppet driftskompatibilitet även skäl 36 i ändringsdirektivet.

En *marknadsplats online* är en onlinebaserad förmedlingstjänst där den som tillhandahåller marknadsplatsen (i direktiv 2011/83/EU benämnd leverantör av en marknadsplats online) fungerar som mellanhand mellan en säljare och en konsument. Uttrycket online tar sikte på användande av programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation. På marknadsplatsen ska konsumenter kunna ingå distansavtal med näringsidkare eller andra konsumenter. En webbplats där en näringsidkare endast erbjuder egna varor eller tjänster är däremot inte en marknadsplats online. Definitionen marknadsplats online omfattar inte heller webbplatser och applikationer m.m. där en näringsidkare endast erbjuder prisjämförelse av produkter eller rankar produkter som säljs av andra näringsidkare och där konsumenten via länkar kan nå andra webbplatser där avtal ingås.

Med *personuppgifter* menas sådan information som avses i artikel 4 i förordning (EU) 2016/679 (allmän dataskyddsförordning). Det är fråga om all slags information som direkt eller indirekt kan hänföras till en fysisk person som är i livet. Definitionen har betydelse vid tillämpningen av bl.a. 2 kap. 1 § andra stycket. I 2 kap. 14 a § finns en påminnelse om att dataskyddsförordningen gäller i fråga om näringsidkarens skyldigheter avseende konsumentens personuppgifter.

Begreppet *digitalt innehåll* avser data som framställs och tillhandahålls i digital form. För att följa varudirektivets lydelse har ordet produceras bytts ut mot framställs. Någon saklig förändring är inte avsedd.

2 kap.

1 §

Detta kapitel gäller för avtal varigenom en näringsidkare överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument och som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Med tjänst avses i detta kapitel också uthyrning av fast egendom.

Kapitlet gäller också för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och om utförande av en digital tjänst, om avtalet inte innebär en betalningsförpliktelse men konsumenten ska tillhandahålla sina personuppgifter, utom när de behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet.

För avtal om finansiella tjänster eller om överlåtelse eller emission av finansiella instrument gäller i stället 3 kap.

I paragrafen anges tillämpningsområdet för lagens bestämmelser om distansavtal och avtal utanför affärslokaler. Paragrafen har ändrats i syfte att genomföra den nya lydelsen av artikel 3 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.2.

I *första stycket* har kapitlets tillämpningsområde begränsats till att gälla avtal som innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Detta innebär att konsumenten enligt avtalet ska betala ett pris. Priset kan vara uttryckt som ett penningbelopp. Ett betalningssätt som förekommer är även värderepresentationer som t.ex. elektroniska kuponger (se definitionen av pris i direktiv [EU] 2019/770 om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster och skäl 23 i det direktivet). Ändringen innebär att gåvor och gratistjänster inte längre omfattas av kapitlet. Inte heller bytesavtal omfattas. I dessa fall är näringsidkaren inte skyldig att ge konsumenten information enligt lagen och konsumenten har inte heller rätt att ångra avtalet.

Bestämmelsen i *andra stycket* gäller avtal där näringsidkaren ska tillhandahålla digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium eller utföra en digital tjänst. Dessa avtal omfattas av kapitlets tillämpningsområde även om de inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten – dvs. om konsumenten inte ska betala ett pris – utan konsumenten i stället ska tillhandahålla sina personuppgifter. Sådana affärsmodeller används i olika former på marknaden och förutsätter att näringsidkaren iakttar gällande krav för behandling av personuppgifter i dataskyddsförordningen. Personuppgifterna kan tillhandahållas antingen när avtalet ingås eller vid en senare tidpunkt, t.ex. när konsumenten samtycker till att näringsidkaren använder personuppgifter som konsumenten kan komma att ladda upp eller skapa med användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten. Det kan vara så att konsumenten registrerar ett konto på sociala medier och tillhandahåller namn och e-postadress som används av näringsidkaren. Ett annat exempel är att konsumenten lämnar sitt samtycke till att material som utgör personuppgifter, som fotografier eller inlägg som konsumenten laddar upp, kommer att kunna behandlas av näringsidkaren i marknadsföringssyfte (se skäl 24 i direktiv (EU) 2019/770).

Kapitlet är inte tillämpligt om de personuppgifter som tillhandahålls behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet. Det kan röra sig om situationer där det enligt tillämplig lagstiftning krävs att konsumenten registreras i säkerhets- och identifieringssyfte. Utanför tillämpningsområdet faller situationer där näringsidkaren, utan att ingå ett avtal med konsumenten, samlar in metadata, som information om konsumentens enhet eller webbhistorik. Detsamma gäller situationer där konsumenten, utan att ha ingått ett avtal med näringsidkaren, exponeras för reklam uteslutande i syfte att få tillgång till digitalt innehåll eller en digital tjänst (se skäl 34 och 35 i ändringsdirektivet).

Tredje stycket motsvarar vad som tidigare gällde enligt första stycket andra meningen.

1 a §

Detta kapitel gäller inte för avtal som

- 1. avser uthyrning för varaktigt boende,*
- 2. avser uppförande av byggnad eller annan fast anläggning på mark eller i vatten,*
- 3. ingås med hjälp av en varuautomat eller annan liknande automat eller i en automatiserad affärslokal,*
- 4. ingås med en operatör genom användning av en offentlig telefonautomat,*
- 5. avser en tjänst som fullgörs genom användning av en telefon-, internet- eller faxuppkoppling, om tjänsten utförs vid ett enda tillfälle,*
- 6. avser vadbållning, kasinospel eller andra lotteritjänster,*
- 7. avser försäljning av livsmedel eller andra dagligvaror för hushållet som levereras till en konsuments bostad eller arbetsplats i ett distributionssystem med regelbunden utkörning, eller*
- 8. omfattas av lagen (2011:914) om konsumentskydd vid avtal om tidsdelat boende eller långfristig semesterprodukt eller omfattas av bestämmelserna om paketresor i paketreselagen (2018:1217).*

Kapitlet gäller inte för avtal utanför affärslokaler, om det pris som konsumenten sammanlagt ska betala understiger 400 kronor.

I fråga om avtal om transport av personer gäller endast 3 § tredje stycket och 9 §.

I paragrafen, som är ny, finns ett antal undantag från kapitlets tillämpningsområde. Innehållet i paragrafen motsvarar tidigare 2 kap. 1 § andra till fjärde styckena. Övervägandena finns i avsnitt 7.2.

2 §

Innan ett avtal ingås ska näringsidkaren ge konsumenten information om

1. sitt namn, organisationsnummer, telefonnummer, adress, *e-post-adress och andra medel för kommunikation via internet som näringsidkaren tillhandahåller och som gör det möjligt för konsumenten att bevara uppgifter i en läsbar och varaktig form. Om näringsidkaren agerar för någon annans räkning ska motsvarande uppgifter lämnas för den näringsidkaren,*

2. varans eller tjänstens huvudsakliga egenskaper i den omfattning som är lämplig med hänsyn till varan eller tjänsten och till hur informationen ges,

3. varans eller tjänstens pris, inbegripet skatter och avgifter, eller, om priset inte kan anges i förväg, hur priset beräknas; om avtalet löper på obegränsad tid eller avser en prenumeration, ska även kostnaderna per faktureringsperiod och per månad anges,

4. *personanpassning av priset på grund av automatiserat beslutsfattande,*

5. kostnader för leverans eller porto och andra tillkommande kostnader,

6. kostnaden för att ett medel för distanskommunikation används, om inte kostnaden är beräknad efter normaltaxa,

7. villkoren för betalning samt för leverans eller fullgörande på något annat sätt och tidpunkt för leverans eller fullgörande; om avtalet ska ingås på näringsidkarens webbplats, ska det i början av beställningsprocessen anges vilka betalningssätt som godtas och om det finns några begränsningar för leveransen,

8. handpenning eller andra ekonomiska garantier som konsumenten ska lämna och de villkor som gäller för detta,

9. den rätt som konsumenten har att reklamera enligt lag, hur reklamation kan göras och gatuadressen till det verksamhetsställe dit konsumenten kan vända sig för att framställa klagomål,

10. huruvida och under vilka förutsättningar det finns en ångerrätt, tidsfristen och övriga villkor för ångerrätten, hur ångerrätten utövas samt att det finns ett standardformulär för utövande av ångerrätten,

11. den skyldighet konsumenten vid utövande av ångerrätten kan ha att på egen bekostnad återsända varan samt, vid distansavtal, kostnaden för att återsända varan om den är sådan att den inte kan återsändas med post,

12. huruvida konsumenten är skyldig att ersätta näringsidkaren enligt 15 § 3 eller 4,

13. åtaganden från näringsidkaren eller tillverkaren om att utöver vad som följer av lag betala tillbaka det som betalats för varan, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall varan inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt,

14. den assistans och service som gäller efter försäljningen,

15. uppförandekoder som gäller för näringsidkaren och hur konsumenten kan ta del av dem,

16. avtalets löptid,

17. kortaste giltighetstid för konsumentens skyldigheter enligt avtalet,

18. villkoren för att säga upp avtalet, om det gäller tills vidare eller förnyas automatiskt,

19. funktionen hos *en vara med digitala delar*, digitalt innehåll eller *en digital tjänst*, inbegripet tekniska skyddsåtgärder,

20. *i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster, och*

21. vilka möjligheter som finns att få en tvist med näringsidkaren prövad utanför domstol.

Vid en auktion får informationen enligt första stycket 1 ersättas med motsvarande uppgifter om auktionsförrättaren, om det är möjligt att delta i auktionen även på ett annat sätt än genom att använda ett medel för distanskommunikation. Under samma förutsättning får information enligt första stycket 9 om gatuadressen till det verksamhetsställe dit konsumenten kan framställa klagomål avse auktionsförrättarens verksamhetsställe.

Paragrafen handlar om vilken information näringsidkaren ska ge till konsumenten innan ett avtal ingås. Ändringarna genomför den nya lydelsen av artikel 6 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.4.

I *punkten 1* tas ordet telefaxnummer bort. Näringsidkaren ska – utöver att ge information om sin e-postadress – informera konsumenten om andra medel för kommunikation via internet som näringsidkaren tillhandahåller och som gör det möjligt för konsumenten att bevara uppgifter i en läsbar och varaktig form. Det kan t.ex. handla om en chatt- eller annan meddelandefunktion som tillhandahålls på näringsidkarens webbplats. Med uppgifter avses bl.a. dokumentation och skriftväxling mellan konsumenten och näringsidkaren. Om näringsidkaren agerar för någon annans räkning ska motsvarande uppgifter lämnas för den näringsidkaren. Uttrycket läsbar och varaktig form förekommer på flera andra ställen i lagen och motsvaras i direktivet av begreppet varaktigt medium (se om detta begrepp EU-domstolens dom den 5 juli 2012 i mål C-49/11).

Punkten 4 är ny och innebär att näringsidkaren ska informera konsumenten om personanpassning av priset på grund av automatiserat beslutsfattande. Det innebär att priset har anpassats på teknisk väg baserat på information som näringsidkaren har om en potentiell kund.

Informationskravet gäller inte vid s.k. dynamisk prissättning eller prissättning i realtid, som innebär att priset förändras på ett flexibelt och snabbt sätt som svar på marknadsefterfrågan om inte dessa tekniker omfattar personanpassning baserat på automatiserat beslutsfattande. Regleringen påverkar inte tillämpningen av dataskyddsförordningen, som bl.a. innebär att enskilda har rätt att inte bli föremål för automatiserat beslutsfattande, inklusive profilering (se skäl 45 i ändringsdirektivet).

Informationskravet innebär att näringsidkaren ska informera om huruvida priset har anpassats på grund av automatiserat beslutsfattande. Information behöver däremot inte ges om hur anpassningen har skett i det enskilda fallet.

I *punkten 19 (tidigare 18)* har tillagts att näringsidkaren inte endast ska informera om funktionen hos digitalt innehåll, utan även om funktionen hos varor med digitala delar och digitala tjänster, inbegripet tekniska skyddsåtgärder. Med funktionalitet avses kapaciteten att fungera på avsett vis (se definitionen i ändringsdirektivet som hänvisar till artikel 2.11 i direktiv [EU] 2019/770 om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster). Beträffande begreppen digitalt innehåll, digital tjänst och varor med digitala delar, se författningskommentaren till 1 kap. 2 §.

Enligt *punkten 20*, som är ny, ska näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster. Begreppen kompatibilitet och driftskompatibilitet definieras i 1 kap. 2 §, se författningskommentaren till den paragrafen.

Ändringen i *andra stycket* är en följd av att numreringen av punkterna har ändrats.

2 b §

Innan ett avtal ingås på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen ge konsumenten information om

1. de kriterier som främst bestämmer rankningen av erbjudanden som presenteras vid en sökning och deras betydelse jämfört med andra kriterier,

2. huruvida den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det,

3. ifall den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll inte är näringsidkare, att bestämmelserna i denna lag och andra konsumentskyddande lagar inte gäller, och

4. i tillämpliga fall, hur förpliktelserna enligt avtalet är uppdelade mellan den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll och den som tillhandahåller marknadsplatsen.

Paragrafen, som är ny, handlar om skyldigheten att ge konsumenten information innan ett avtal ingås på en marknadsplats online. Paragrafen genomför den nya artikeln 6 a i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.5.

Med *marknadsplats online* avses en tjänst som använder programvara – inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation – som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning, och som gör det möjligt för konsumenter att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter (se definitionen i 1 kap. 2 §).

Informationsskyldigheten i paragrafen riktar sig till den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen (i ändringsdirektivet benämnd leverantör av en marknadsplats online, se definitionen av detta uttryck i artikel 2 e). Till skillnad från regleringen i 2 kap. 2 § är det alltså inte nödvändigtvis den näringsidkare som ingår avtalet med konsumenten som ska ge informationen. Avtalet med konsumenten ingås som regel med någon annan än den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen.

Informationsskyldigheten gäller bara avtal som ingås på en marknadsplats online. Den gäller inte för förmedlare av prisjämförelseverktyg som ger konsumenter möjlighet att söka efter andra leverantörers erbjudanden. Den gäller inte heller sökmotorer enligt definitionen i artikel 2.6 i förordning (EU) 2019/1150 (den s.k. plattformsförordningen).

Informationen i paragrafen ska ges innan ett avtal ingås. Liksom när det gäller informationsskyldigheten enligt 2 kap. 2 § innebär det att informationen ska ges innan konsumenten gör sin beställning.

I *punkten 1* finns ett informationskrav som gäller vid sökningar efter varor och tjänster på en marknadsplats online. Information ska ges om de kriterier som främst bestämmer rankningen av erbjudanden som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Begreppet rankning definieras i 3 § MFL som den relativa position som en näringsidkare tilldelar produkter så som de presenteras, organiseras eller vidarebefordras, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran. Begreppet har samma betydelse i detta sammanhang.

Rankningen av varor och tjänster kan göras utifrån olika kriterier såsom pris, datumet då ett erbjudande presenterades första gången, värderingar av en produkt eller produktens popularitet. Det kan också vara så att en näringsidkare betalar för att få en högre rankning av sina produkter. Indirekt betalning kan innebära att en näringsidkare godtar ytterligare skyldigheter i förhållande till den som tillhandahåller sökfunktionen. Det kan också vara fråga om en ökad

provision per transaktion eller olika ersättningsystem som specifikt ger en högre rankning (se skäl 20–22 i ändringsdirektivet).

Näringsidkaren som tillhandahåller marknadsplatsen online behöver inte i detalj redovisa hur rankningsmekanismen fungerar, utan det är tillräckligt med en allmän beskrivning av de kriterier som främst bestämmer rankningen, dvs. de kriterier som enskilt eller tillsammans är mest betydelsefulla vid bestämmandet av rankningen (i direktivet används begreppet huvudparameter). För varje sådant kriterium ska anges vilken relativ betydelse det har jämfört med andra kriterier. Beskrivningen behöver inte presenteras på ett anpassat sätt för varje enskild sökning. (Se skäl 21–23 i ändringsdirektivet, jfr även transparenskraven vid rankning i den s.k. plattformsförordningen).

Ett motsvarande informationskrav finns i den föreslagna 12 b § MFL, som inte endast gäller för marknadsplatser online utan har ett bredare tillämpningsområde.

Bestämmelsen i *punkten 2* innebär att en näringsidkare som tillhandahåller en marknadsplats online ska ge konsumenten information om huruvida den som erbjuder en produkt på marknadsplatsen är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det. Den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen online har alltså rätt att utgå från uppgifter om detta som säljaren lämnar och är inte skyldig att särskilt kontrollera säljarens rättsliga status.

EU-domstolen har i mål C-105/17 gett viss vägledning i fråga om begreppet näringsidkare i detta sammanhang.

Ett motsvarande informationskrav gäller i samband med köperbjudanden på en marknadsplats online enligt den föreslagna 12 a § MFL.

Informationskravet i *punkten 3* tar sikte på det fallet att säljaren av en vara eller tjänst på marknadsplatsen online inte är näringsidkare. Den som tillhandahåller marknadsplatsen online ska då informera konsumenten om att bestämmelserna i lagen och andra konsument-skyddande lagar inte gäller.

Enligt *punkten 4* ska den som tillhandahåller marknadsplatsen i tillämpliga fall informera konsumenten om hur förpliktelseerna enligt ett avtal är uppdelade mellan den som erbjuder en vara, en tjänst eller digitalt innehåll och den som tillhandahåller marknadsplatsen. Det ska tydligt framgå vem som är ansvarig för att säkerställa konsumentens rättigheter enligt lag. Vilken information som ska lämnas beror på avtalsarrangemangen mellan den som tillhandahåller marknadsplatsen online och de som erbjuder produkter på marknads-

platsen. Ifall den som erbjuder en produkt ensam ansvarar för att säkerställa konsumenträttigheterna ska konsumenten informeras om detta. Om det i stället är så att den som tillhandahåller marknadsplatsen har ett visst ansvar i förhållande till konsumenten, ska detta framgå. Det kan t.ex. vara så att tillhandahållaren av marknadsplatsen ansvarar för leveransen av varor till konsumenten eller för återbetalning och kontakter med konsumenten i samband med utövande av ångerrätten (skäl 27 i ändringsdirektivet).

3 §

I fråga om distansavtal ska informationen enligt 2, 2 a och 2 b §§ ges klart och begripligt och på ett sätt som är anpassat till det medel för distanskommunikation som används. *I fråga om informationen enligt 2 och 2 a §§ ska särskild hänsyn ska tas till behoven hos underåriga och andra särskilt utsatta personer.*

Om avtalet ska ingås genom ett sådant medel för distanskommunikation som gör att information endast kan ges i begränsad omfattning eller under begränsad tid, ska åtminstone information enligt 2 § första stycket 1, i fråga om näringsidkarens namn och organisationsnummer, 2–5, 16 och 18 ges med hjälp av det kommunikationsmedlet. Om det finns en ångerrätt, ska information enligt 2 § första stycket 10 också ges med hjälp av kommunikationsmedlet. Övrig information enligt 2 § första stycket och 2 a § ska ges på något annat lämpligt sätt i enlighet med kraven i första stycket i denna paragraf.

Om avtalet ska ingås på näringsidkarens webbplats, ska konsumenten särskilt uppmärksammas på innehållet i den information som ges enligt 2 § första stycket 2–5 och 16–18.

Informationen i 2 b § 1 ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras.

I paragrafen regleras hur informationen enligt 2, 2 a och 2 b §§ ska lämnas inför ingående av distansavtal. Ändringen genomför delar av den nya artikel 6 a i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.5.

Ändringen i *första stycket* innebär att bestämmelsen även gäller informationskravet i 2 b §, dvs. för avtal som ingås på en marknads-

plats online. Bestämmelsen riktar sig till den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen. När det gäller informationen enligt 2 och 2 a §§ ska särskild hänsyn tas till behoven hos underåriga och andra särskilt utsatta personer.

Ändringarna i *andra och tredje styckena* har gjorts till följd av den ändrade numreringen av bestämmelserna i 2 kap. 2 §.

Fjärde stycket är nytt och tar sikte på informationskravet i 2 b § 1. Det handlar alltså om avtal som ingås på en marknadsplats online. Enligt 2 b § 1 ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen informera om de kriterier som främst bestämmer rankningen av erbjudanden som presenteras vid en sökning och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Denna information ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras.

Uttrycket onlinegränssnitt förekommer även i bl.a. förordning (EU) 2017/2394, den s.k. konsumentskyddsförordningen. I artikel 3.15 definieras uttrycket onlinegränssnitt som programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som tjänar till att ge konsumenterna tillgång till näringsidkarens varor eller tjänster. Uttrycket har samma innebörd i detta sammanhang. Informationskravet innebär att konsumenten t.ex. via en länk på näringsidkarens webbsida, direkt ska kunna klicka sig vidare till en webbsida där informationen finns. Informationen ska vara lätt att hitta och att ta till sig för en genomsnittlig konsument.

6 §

Om näringsidkaren inte ger information i enlighet med 2–5 §§, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

I paragrafen regleras vilka påföljder som kan komma ifråga för en näringsidkare som inte uppfyller informationskraven i 2–5 §§.

Ändringen, som genomför den nya lydelsen av artikel 24 i direktiv 2011/83/EU, innebär att överträdelser av de angivna bestämmelserna kan leda till utdömande av marknadsstörningsavgift. Övervägandena finns i avsnitt 9.3.

7 §

Om näringsidkaren inte före avtalets ingående och på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket har gett sådan information om tillkommande kostnader som anges i 2 § första stycket 5, är konsumenten inte skyldig att betala dessa kostnader.

I paragrafen anges en civilrättslig följd av att näringsidkaren i visst avseende inte uppfyllt lagens informationskrav. Ändringen har gjorts till följd av den ändrade numreringen av bestämmelserna i 2 kap. 2 §. Övervägandena finns i avsnitt 7.4.

11 §

Ångerrätten gäller inte för avtal som

1. avser en tjänst som har fullgjorts *och, ifall avtalet innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten*, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts,

2. avser en vara eller tjänst vars pris beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka och som kan inträffa under ångerfristen,

3. avser en vara som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som annars har fått en tydlig personlig prägel,

4. avser en vara som snabbt kan försämrats eller bli för gammal,

5. avser en vara som med bruten försegling inte lämpligen kan återlämnas på grund av hälso- eller hygienskäl och förseglingen har brutits av konsumenten,

6. avser en vara som till sin natur är sådan att den efter leverans sammanblandas med en annan vara på så sätt att varorna inte kan skiljas från varandra,

7. avser alkoholhaltig dryck till ett bestämt pris, när leverans inte kan ske inom 30 dagar och värdet på drycken vid leveransen beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka,

8. avser en förseglad ljud- eller bildupptagning eller ett förseglat datorprogram och förseglingen har brutits av konsumenten,

9. avser lösnnummer av en tidning eller en tidskrift,

10. ingås vid en auktion, om det är möjligt att delta i auktionen även på ett annat sätt än genom att använda ett medel för distanskommunikation,

11. avser tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium *om tillhandahållandet påbörjats och, ifall avtalet innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten*, konsumenten uttryckligen har samtyckt till *detta* och gått med på att det därigenom inte finns någon ångerrätt, *samt näringsidkaren gett en bekräftelse på avtalet enligt 4 § eller en kopia av avtalet eller en bekräftelse på avtalet enligt 5 § andra stycket*,

12. avser kulturevenemang, idrottsevenemang eller någon annan liknande fritidsaktivitet, servering, catering eller någon annan liknande tjänst, inkvartering, varutransport eller biluthyrning, om näringsidkaren ska tillhandahålla tjänsten på en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod, eller

13. avser en brådskande reparations- eller underhållsåtgärd vid ett besök i konsumentens bostad, om besöket äger rum på konsumentens initiativ och uttryckliga begäran och reparations- eller underhållsåtgärden omfattas av konsumentens begäran eller har ett direkt samband med denna.

14. avser en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.

I paragrafen anges situationer där konsumenten inte har någon ångerrätt. Undantagen från ångerrätten i punkterna 1 och 11 har ändrats. Dessutom har ett nytt undantag införts (punkten 14). Ändringarna genomför den nya lydelsen av artikel 16 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.9.

Ändringen i *punkten 1* tar sikte på avtal om utförande av digitala tjänster som inte innebär en betalningsskyldighet för konsumenten utan där konsumenten i stället tillhandahåller sina personuppgifter. Av 2 kap. 1 § andra stycket framgår att dessa avtal omfattas av kapitlets tillämpningsområde. Vid ett sådant avtal förlorar konsumenten sin ångerrätt om tjänsten har fullgjorts under ångerfristen. Ifall ett avtal om utförande av en tjänst innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten, gäller undantaget från ångerrätten endast om de förutsättningar som anges i bestämmelsen föreligger. Konsumenten måste alltså *dels* uttryckligen ha samtyckt till att tjänsten börjar utföras,

dels ha gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts.

I *punkten 11* finns ett undantag från ångerrätten för avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium (t.ex. strömning eller nedladdning). Ändringen innebär att konsumenten saknar ångerrätt från och med den tidpunkt då tillhandahållandet av det digitala innehållet eller tjänsten påbörjas. Det kan t.ex. vara så att konsumenten har getts möjlighet att ta del av en film eller en e-bok. Innan dess har konsumenten kvar sin ångerrätt.

För avtal som innebär en betalningsskyldighet för konsumenten gäller enligt bestämmelsen även vissa andra förutsättningar för undantaget från ångerrätten. *För det första* ska konsumenten uttryckligen ha samtyckt till att tillhandahållandet påbörjas. Samtycket ska ha lämnats på förhand. Annars har det ingen verkan. Begreppet uttryckligt samtycke förekommer på andra ställen i lagen och har samma innebörd här som i lagen i övrigt. *För det andra* ska konsumenten ha gått med på att det därigenom inte finns någon ångerrätt. Konsumenten ska alltså ha avstått från sin ångerrätt. *För det tredje* förutsätts att näringsidkaren har gett en bekräftelse på avtalet enligt 4 § eller en kopia av avtalet eller en bekräftelse på avtalet enligt 5 § andra stycket. Vid distansavtal ska bekräftelsen alltså ha getts i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten och innehålla den information enligt 2 § som inte redan har getts i sådan form. Vid avtal utanför affärslokaler ska näringsidkaren ha gett konsumenten en kopia av det undertecknade avtalet eller en bekräftelse på avtalet. Kopian eller bekräftelsen ska ges i en handling eller, om konsumenten samtycker till det, i en annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten. Såväl vid distansavtal som vid avtal utanför affärslokaler ska det framgå av bekräftelsen att konsumenten har gått med på att det inte finns någon ångerrätt. Ifall förutsättningarna för undantaget från ångerrätten inte skulle föreligga i ett enskilt fall har konsumenten kvar sin ångerrätt.

De nämnda tre förutsättningarna för undantaget från ångerrätten gäller inte för avtal som inte innebär en betalningsskyldighet för konsumenten. Det handlar alltså om avtal där konsumenten i stället tillhandahåller sina personuppgifter. Av 2 kap. 1 § andra stycket framgår att sådana avtal i vissa fall omfattas av kapitlets tillämpnings-

område. Även i dessa fall förutsätter undantaget från ångerrätten dock att tillhandahållandet av det digitala innehållet har påbörjats.

Bestämmelsen i *punkten 14* gäller tjänster som har fullgjorts när konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder. Det kan t.ex. vara så att konsumenten har kontaktat näringsidkaren per telefon eller har beställt ett besök på näringsidkarens webbplats. Om besöket sker på näringsidkarens initiativ gäller i stället undantaget från ångerrätten i punkten 1. Konsumentens begäran om ett besök behöver inte ha avsett just den tjänst som kom att utföras utan den kan ha varit mera generell. Att tjänsten har fullgjorts innebär att näringsidkaren ska ha utfört prestationen i sin helhet. Den ska helt och fullt ha avslutats. Innan dess har konsumenten kvar sin ångerrätt.

Undantaget från ångerrätten förutsätter att konsumenten uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras. Begreppet uttryckligt samtycke förekommer på andra ställen i lagen och har samma innebörd här som i lagen i övrigt. Samtycket ska ha getts på förhand. Annars har det ingen verkan.

Till skillnad från undantaget i punkten 1 krävs det inte att konsumenten har gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts. Näringsidkaren behöver alltså inte tänka på att kräva att konsumenten avstår från ångerrätten. Bestämmelsen har på detta sätt ett bredare tillämpningsområde än undantaget i punkten 1. I punkten 13 finns ett liknande undantag från ångerrätten för brådsakande reparations- eller underhållsåtgärder. Undantaget i punkten 13 förutsätter dock inte att tjänsten har fullgjorts.

12 §

Vid avtal om överlåtelse eller upplåtelse av en vara börjar ångerfristen löpa den dag då konsumenten får varan i sin besittning. Vid avtal om en tjänst börjar ångerfristen löpa den dag då avtalet ingås.

Om avtalet avser flera varor eller en vara som består av flera delar, börjar ångerfristen löpa den dag då konsumenten får den sista varan respektive den sista delen av varan i sin besittning. I fråga om regelbunden leverans av varor under en viss tid börjar ångerfristen dock löpa när konsumenten får varorna från den första leveransen i sin besittning.

I fråga om avtal om leverans av vatten, gas eller el, när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, och i fråga om avtal om leverans av fjärrvärme, börjar ångerfristen löpa den dag då avtalet ingås. Detsamma gäller i fråga om avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium.

Ångerfristen enligt första–tredje styckena börjar aldrig löpa förrän konsumenten har fått information om ångerrätten enligt 2 § första stycket 10 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket. Rätten att ångra sig upphör dock senast ett år efter det att ångerfristen skulle ha löpt ut om information hade getts på föreskrivet sätt.

I paragrafen regleras när ångerfristen börjar löpa i fråga om olika avtals typer. Övervägandena finns i avsnitt 7.4.

Ändringen i *fjärde stycket* har gjorts till följd av den ändrade numreringen av bestämmelserna i 2 kap. 2 §.

13 §

Om konsumenten utövar sin ångerrätt, ska konsumenten utan onödigt dröjsmål och senast inom 14 dagar på egen bekostnad lämna eller sända tillbaka varan till näringsidkaren. Om näringsidkaren har gått med på att stå för kostnaden för återsändande av varan eller inte har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 11 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket, ska kostnaden bäras av näringsidkaren.

Första stycket gäller inte, om näringsidkaren har erbjudit sig att hämta varan eller, vid avtal utanför affärslokaler, varan levererats till konsumentens bostad när avtalet ingicks och inte lämpligen kan återsändas med post. I sådana fall ska näringsidkaren på egen bekostnad hämta varan.

I paragrafen regleras frågan om återsändande av varan när konsumenten utövar sin ångerrätt. Övervägandena finns i avsnitt 7.4. Ändringen i *första stycket* har gjorts till följd av den ändrade numreringen av bestämmelserna i 2 kap. 2 §.

13 a §

Om konsumenten utövar sin ångerrätt avseende ett avtal om tillhållande av digitalt innehåll eller en digital tjänst, ska konsumenten avstå från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att göra detta tillgängligt för annan.

Paragrafen är ny och reglerar konsumentens skyldigheter när denne utövar sin ångerrätt. Paragrafen genomför den nya lydelsen i artikel 14.2 a i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.10.

Konsumenten är skyldig att avstå från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att göra detta tillgängligt om avtalet ångras. Någon sanktion för det fall konsumenten bryter mot sin skyldighet anges inte i lagen. Ett sätt att säkerställa att skyldigheten har fullgjorts kan vara att det digitala innehållet och varje användbar kopia raderas.

14 a §

I fråga om näringsidkarens skyldigheter avseende konsumentens personuppgifter gäller Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning).

Paragrafen är ny och innehåller en upplysning om att den angivna förordningen reglerar skyldigheter för näringsidkaren med avseende på konsumentens personuppgifter. Paragrafen genomför den nya artikel 13.4 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.10.

14 b §

Om konsumenten utövar sin ångerrätt avseende ett avtal om tillhållande av digitalt innehåll eller en digital tjänst, får näringsidkaren inte använda sådant annat innehåll än personuppgifter som har tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid dennes användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten.

Sådan användning får dock förekomma om innehållet

1. inte har något annat användningsområde än det som tillhandahålls av näringsidkaren,

2. endast rör konsumentens verksamhet vid dennes användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahålls av näringsidkaren,

3. har aggregerats med andra uppgifter av näringsidkaren och det inte är möjligt eller endast med oproportionella ansträngningar går att dela upp innehållet, eller

4. har genererats gemensamt med andra och innehållet kan användas av andra konsumenter.

På konsumentens begäran ska näringsidkaren tillgängliggöra sådant innehåll som avses i första stycket för konsumenten, utom i de fall som sägs i andra stycket 1–3. Innehållet ska tillgängliggöras utan kostnad inom skälig tid och i ett allmänt använt maskinläsbart format.

Paragrafen, som är ny, reglerar när näringsidkaren – sedan konsumenten ångrat avtalet – får använda visst innehåll som har tillhandahållits eller skapats av konsumenten och näringsidkarens skyldighet att tillgängliggöra innehållet för konsumenten. Paragrafen genomför de nya punkterna 5–7 i artikel 13 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.10.

Vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som näringsidkaren tillhandahåller kan konsumenten skapa eller tillhandahålla innehåll. När avtalet ångras får näringsidkaren – fränsett personuppgifter som inte regleras i denna paragraf – inte använda sådant innehåll annat än under vissa förutsättningar. Till exempel kan det vid vissa typer av dataspel skapas innehåll som konsumenten bara har användning för vid spelet eller som har skapats gemensamt med andra konsumenter, som vid framtagandet av olika miljöer i ett dataspel. Näringsidkaren kan då ha ett intresse av att få använda loggar och statistik över konsumentens användning av tjänsten. I *första* och *andra styckena* regleras i vilka situationer näringsidkaren får använda det innehåll som konsumenten har skapat. På konsumentens begäran har näringsidkaren en skyldighet att tillgängliggöra visst innehåll på det sätt som är särskilt föreskrivet i *tredje stycket*.

14 c §

Om konsumenten ångrar avtalet får näringsidkaren, utom i fall som avses i 14 b § tredje stycket, hindra konsumentens framtida användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten.

Paragrafen behandlar näringsidkarens rätt att stoppa konsumentens användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten om avtalet ångras. Genom paragrafen genomförs den nya punkten 8 i artikel 13 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 7.10.

Näringsidkaren kan hindra konsumentens användning genom att till exempel göra det digitala innehållet eller den digitala tjänsten otillgängligt för konsumenten eller genom att avaktivera dennes användarkonto. Konsumenten har dock alltid den rätt till viss tillgång till innehåll som följer av 14 b § tredje stycket.

15 §

Om konsumenten utövar sin ångerrätt, ska konsumenten ersätta näringsidkaren för

1. förhöjda leveranskostnader på grund av konsumentens val av leveransmetod,

2. en varas värdeminskning i den mån den beror på att konsumenten hanterat varan i större omfattning än som varit nödvändigt för att fastställa dess egenskaper eller funktion, under förutsättning att näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 10 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket,

3. en proportionell andel av det avtalade priset, i den mån priset är skäligt, för en tjänst som delvis utförts innan konsumenten utövade ångerrätten, under förutsättning att konsumenten uttryckligen, och i fråga om avtal utanför affärslokaler i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form, har begärt att tjänsten skulle börja utföras under ångerfristen, och näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 10 och 12 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket, och

4. en proportionell andel av det avtalade priset, i den mån priset är skäligt, för vatten, gas eller el, när försäljningen inte skett i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller fjärrvärme, där leveransen påbörjats innan konsumenten utövade ångerrätten, allt under

förutsättning att konsumenten uttryckligen, och i fråga om avtal utanför affärslokaler i en handling eller i någon annan läsbar och varaktig form, har begärt att leverans skulle påbörjas under ångerfristen, och näringsidkaren har gett konsumenten information enligt 2 § första stycket 10 och 12 på det sätt som anges i 3 § eller 5 § första stycket.

I paragrafen regleras vad konsumenten ska ersätta näringsidkaren för vid utövande av ångerrätten. Övervägandena finns i avsnitt 7.4. Ändringarna i *punkterna 2–4* har gjorts till följd av den ändrade numreringen av bestämmelserna i 2 kap. 2 §.

3 kap.

6 §

Om näringsidkaren inte ger information i enlighet med 3–5 §§, ska marknadsföringslagen (2008:486) tillämpas. Sådan information ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

I paragrafen regleras vilka påföljder som kan komma ifråga för en näringsidkare som inte uppfyller informationskraven i 3–5 §§. Ändringen innebär att överträdelser av de angivna bestämmelserna i lagen kommer att kunna leda till utdömande av marknadsstörningsavgift. Övervägandena finns i avsnitt 9.3.

Ikraftträdande- och övergångsbestämmelser

1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
2. Äldre bestämmelser gäller för avtal som har ingåtts före ikraftträdandet.

Enligt *punkten 1* träder lagändringarna i kraft den 28 maj 2022. De nya bestämmelserna är alltså tillämpliga i och med ikraftträdandet. Övervägandena finns i avsnitt 11.

I *punkten 2* tydliggörs, i enlighet med allmänna principer inom avtalsrätten, att äldre bestämmelser tillämpas på avtal som ingåtts före ikraftträdandet.

13.4 Förslaget till lag om ändring i marknadsföringslagen (2008:486)

3 §

I denna lag avses med

affärsbeslut: ett beslut som fattas av en konsument eller en näringsidkare om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt ska köpas, om hela eller delar av köpesumman ska betalas, om produkten ska behållas eller överlåtas, eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten ska utnyttjas, oavsett om konsumenten eller näringsidkaren beslutar att handla eller att avstå från att handla,

elektronisk post: ett adresserat eller på något annat sätt individualiserat elektroniskt meddelande i form av text, röst, ljud eller bild som sänds via ett allmänt kommunikationsnät och som kan lagras i nätet eller i mottagarens terminalutrustning tills mottagaren hämtar det,

god marknadsföringssed: god affärssed eller andra vedertagna normer som syftar till att skydda konsumenter och näringsidkare vid marknadsföring av produkter,

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

marknadsföring: reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av produkter till konsumenter eller näringsidkare,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

produkter: *alla typer av varor och tjänster, även digitala tjänster, digitalt innehåll, fast egendom och rättigheter och skyldigheter,*

digitalt innehåll: *data som framställs och tillhandahålls i digital form,*

digital tjänst: *en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller av andra användare av den tjänsten,*

varor med digitala delar: *lösa saker som integrerar eller är sammankopplade med digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant*

sätt att frånväron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna inte fungerar,

kompatibilitet: kapacitet att utan konvertering fungera med sådan hårdvara eller programvara som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster,

driftskompatibilitet: kapacitet att fungera med annan hårdvara eller programvara än sådan som normalt används med samma typ av varor med digitala delar, digitalt innehåll eller digitala tjänster.

marknadsplats online: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som ger konsumenter möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter,

rankning: den relativa position som en näringsidkare tilldelar produkter så som de presenteras, organiseras eller vidarebefordras, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran.

Paragrafen innehåller definitioner av uttryck som förekommer i lagen. Ändringarna innebär att det har införts sju nya definitioner. Definitionen av begreppet produkter har ändrats språkligt. Ändringarna genomför artikel 2 i direktiv 2005/29/EG. Övervägandena finns i avsnitt 5.2.

Definitionen av *produkt* har ändrats så att den stämmer bättre överens med definitionen i direktivet. Definitionen är, liksom tidigare bred. Någon saklig ändring är inte avsedd.

Begreppet *digitalt innehåll* avser data som framställs och tillhandahålls i digital form. Uttrycket används redan i lagstiftning som genomför direktiv på konsumentskyddets område, se t.ex. 1 kap. 2 § lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler. Det kan röra sig om datorprogram, applikationer, spel, ljudfiler, musik, videor eller texter. Åtkomsten kan ske genom nedladdning eller direktuppspelning, från ett fysiskt medium eller på något annat sätt (se prop. 2013/14:1 s. 75 och prop. 2019/20:63 s. 54).

Med *digital tjänst* avses en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller av andra användare av den tjänsten. Det är en bred definition som om-

fattar tillhandahållande där konsumentens tillgång inte baseras på att denne får en egen (varaktig) kopia. Däribland finns strömningstjänster, sociala medier och sådant som ordbehandling eller spel som erbjuds i molnbaserad datortjänstmiljö eller annars genom uppkoppling.

Med *varor med digitala delar* avses lösa saker som är integrerade eller sammankopplade med digitalt innehåll eller en digital tjänst på ett sådant sätt att frånvaron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna inte fungerar. Digitalt innehåll som är integrerat i eller sammankopplat med en vara kan vara alla typer av data som framställs och tillhandahålls i elektronisk form, som operativsystem, applikationer och annan programvara. Innehållet kan vara förinstallerat vid tiden för avtalets ingående eller kan, enligt avtalet, installeras vid ett senare tillfälle. Digitala tjänster som är sammankopplade med en vara kan omfatta tjänster som möjliggör skapande, behandling eller lagring av data i digital form, eller åtkomst till denna. Det kan bland annat vara fråga om programvara som erbjuds i molnbaserad datormiljö eller kontinuerligt tillhandahållande av trafikdata i ett navigationssystem eller av individuellt anpassade träningsplaner för smartklockor (skäl 15 i direktiv [EU] 2019/771, det s.k. varudirektivet).

Definitionerna av *driftskompatibilitet* och *kompatibilitet* är, med vissa språkliga justeringar, utformade på samma sätt som i direktiv (EU) 2019/770 om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster. Se om begreppet driftskompatibilitet även skäl 36 i ändringsdirektivet.

Begreppet *marknadsplats online* är, med vissa språkliga justeringar, utformat på samma sätt som i direktiv 2005/29/EG. Det är en onlinebaserad förmedlingstjänst där den som tillhandahåller marknadsplatsen (i direktiv 2011/83/EU benämnd leverantör av en marknadsplats online) fungerar som mellanhand mellan en säljare och en konsument. Uttrycket online tar sikte på användande av programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation. På marknadsplatsen ska konsumenter kunna ingå distansavtal med näringsidkare eller andra konsumenter. Webbplatser där en näringsidkare endast erbjuder egna varor eller tjänster är inte en marknadsplats online. Definitionen marknadsplats online omfattar inte heller webbplatser och applikationer m.m. där en näringsidkare endast erbjuder prisjämförelse av produkter eller rankar produkter

som säljs av andra näringsidkare och där konsumenten via länkar kan nå andra webbplatser där avtal ingås.

Begreppet *rankning* tar sikte på situationer där näringsidkare erbjuder onlinesökfunktioner som rangordnar kommersiella erbjudanden eller använder andra sätt för att ge vissa produkter en mer framskjuten placering än andra vid sökningar på nätet. Rankning avser den relativa position som en näringsidkares erbjudande tilldelas eller den relevans som sökresultat ges så som de presenteras, organiseras eller vidarebefordras av den som tillhandahåller sökfunktionen. Det kan vara fråga om användning av algoritmisk sekvensering, system för betyg och omdömen, visuella markeringar eller andra framhåvningsverktyg eller kombinationer av sådana (se skäl 18 och 19 i ändringsdirektivet).

12 §

Marknadsföringen är vilseledande om näringsidkaren i en framställning erbjuder konsumenter en bestämd produkt med en prisangivelse utan att följande väsentliga information framgår:

1. produktens utmärkande egenskaper i den omfattning som är lämplig för mediet och produkten,
2. pris och jämförpris angivet på det sätt som framgår av 7–10 §§ prisinformationslagen (2004:347),
3. näringsidkarens identitet och geografiska adress,
4. villkor för betalning, leverans och fullgörande om *de* avviker från vad som är normalt för branschen eller produkten i fråga,
5. information om ångerrätt eller rätt att häva ett köp som ska lämnas till konsumenten enligt lag.
6. för produkter som erbjuds på en marknadsplats online; information om huruvida den som erbjuder produkterna är näringsidkare.

Marknadsföringen är också vilseledande om näringsidkaren i en framställning erbjuder konsumenter flera bestämda produkter med en uppgift om ett gemensamt pris, utan att erbjudandet innehåller väsentlig information enligt punkterna 1–5 i första stycket.

Paragrafen reglerar informationskrav vid köperbjudanden. I paragrafen har genomförts den nya lydelsen av artikel 7.4 d i direktiv 2005/29/EG. Informationskravet när det gäller hantering av reklamationer i *fjärde punkten* har tagits bort. Övervägandena finns i avsnitt 5.4.

12 a §

I en sådan framställning som sägs i 12 § på en marknadsplats online ska den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen informera om huruvida den som erbjuder produkten är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

I paragrafen, som är ny, regleras vilken information en näringsidkare ska ge när denne tillhandahåller ett köperbudande på en marknadsplats online. Paragrafen genomför det nya ledet f) i artikel 7.4 i direktiv 2005/29/EG. Övervägandena finns i avsnitt 5.4.

Bestämmelsen gäller vid köperbudanden enligt 12 § på en marknadsplats online. Det ska alltså vara så att konsumenterna i en framställning erbjuds en bestämd produkt med en prisangivelse eller flera bestämda produkter med en uppgift om ett gemensamt pris (se prop. 2007/08:115 s. 91 f. och 150 f.). Ett motsvarande informationskrav gäller innan ett avtal ingås på en marknadsplats online enligt den föreslagna nya 2 kap. 2 b § i DAL.

En definition av begreppet marknadsplats online finns i 3 §. Det är en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som ger konsumenterna möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenterna.

Informationskravet riktar sig till den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen online. Konsumenten ska få information om huruvida den som erbjuder en produkt på marknadsplatsen är näringsidkare eller inte, baserat på dennes uppgift om det. Den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen online har alltså rätt att utgå från uppgifter om detta som säljaren lämnar och är inte skyldig att särskilt kontrollera säljarens rättsliga status.

EU-domstolen har i mål C-105/17 gett viss vägledning i fråga om begreppet näringsidkare i detta sammanhang.

Utebliven information kan medföra att marknadsföringen är vilseledande enligt 10 § MFL. För att ett sådant vilseledande ska vara otillbörligt krävs också att det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (8 § MFL).

Rankning av produkter

12 b §

En näringsidkare som ger konsumenter möjlighet att söka digitalt efter produkter ska informera om de kriterier som främst bestämmer rankningen av produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Informationen ska ges i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgängligt från den plats där sökresultaten presenteras.

Informationen enligt första stycket ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

Första stycket gäller inte leverantörer av sökmotorer enligt artikel 2.6 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster.

I paragrafen, som är ny, regleras informationskrav vid rankning av produkter. Paragrafen genomför den nya punkten 4 a i artikel 7 i direktiv 2005/29/EG. Övervägandena finns i avsnitt 5.5.

Bestämmelsen i första stycket gäller för näringsidkare som ger konsumenter möjlighet att söka digitalt efter produkter. Den omfattar inte endast marknadsplatser online utan även andra förmedlings- och jämförelsetjänster, oavsett var konsumenten ingår avtalet med den som erbjuder en produkt. Informationskravet gäller t.ex. förmedlare av prisjämförelseverktyg som ger konsumenter möjlighet att söka efter andra leverantörers erbjudanden.

Uttrycket *rankning* definieras i 3 § som den relativa position som en näringsidkare tilldelar produkter så som de presenteras, organiseras eller vidarebefordras, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran.

Rankningen av varor och tjänster kan göras utifrån olika kriterier, t.ex. pris, datumet då ett erbjudande presenterades första gången, värderingar av en produkt eller produktens popularitet. Det kan också vara så att en näringsidkare betalar för att få en högre rankning av sina produkter. Indirekt betalning kan innebära att en näringsidkare godtar ytterligare skyldigheter i förhållande till den som tillhandahåller sökfunktionen. Det kan också vara fråga om en ökad provision per transaktion eller olika ersättningsssystem som specifikt ger en högre rankning (se skäl 20–22 i ändringsdirektivet).

Näringsidkaren som tillhandahåller marknadsplatsen online behöver inte i detalj redovisa hur rankingsmekanismen fungerar, utan det är tillräckligt med en allmän beskrivning av de kriterier som främst bestämmer rankingen, dvs. de kriterier som enskilt eller tillsammans är mest betydelsefulla vid bestämmandet av rankingen (i direktivet används begreppet huvudparameter). För varje sådant kriterium ska anges vilken relativ betydelse det har jämfört med andra kriterier. Beskrivningen behöver inte presenteras på ett anpassat sätt för varje enskild sökning. (Se skäl 21–23 i ändringsdirektivet, jfr även transparenskraven vid ranking i förordningen [EU] 2019/1150, den s.k. plattformsförordningen).

Informationen ska lämnas i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet och vara direkt och lätt tillgänglig från den plats där sökresultaten presenteras. Med onlinegränssnitt avses programvara – inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation – som administreras av en näringsidkare eller för dennes räkning och som tjänar till att ge konsumenterna tillgång till näringsidkarens varor eller tjänster, se artikel 3.15 i förordning (EU) 2017/2394 och artikel 2.16 i förordning (EU) 2018/302 (geoblockeringsförordningen). Detta innebär att konsumenten t.ex. via en länk på näringsidkarens webbsida, direkt ska kunna klicka sig vidare till en webbsida där informationen finns. Informationen ska vara lätt att hitta och ta till sig för en genomsnittlig konsument.

Av *andra stycket* framgår att informationen enligt första stycket ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket. Det kan alltså bli fråga om ett vilseledande utelämnande om en näringsidkare inte lämnar information enligt första stycket. För att ett vilseledande ska vara otillbörligt krävs också att det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (8 § MFL).

Av *tredje stycket* framgår att informationsskyldigheten i första och andra styckena inte gäller för leverantörer av sökmotorer enligt artikel 2.6 i EU:s plattformsförordning. Anledningen till det är att det i artikel 5.2 i plattformsförordningen finns en skyldighet för leverantörer av sökmotorer att informera om huvudparametrarna vid bestämmandet av rangordningen på sökmotorer.

Konsumentrecensioner

12 c §

En näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huruvida näringsidkaren säkerställer att recensionerna härrör från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i så fall på vilket sätt det görs. Informationen ska anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket.

Paragrafen, som är ny, reglerar information om konsumentrecensioner. Paragrafen genomför den nya punkten 6 i artikel 7 i direktiv 2005/29/EG. Övervägandena finns i avsnitt 5.6.

Bestämmelsen gäller näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter. Den innebär inte något krav på näringsidkaren att införa ett system för att kontrollera recensioner. Om näringsidkaren inte inför ett sådant system måste näringsidkaren dock informera om att recensionernas äkthet inte kontrolleras. Ifall sådana processer eller rutiner finns, ska information ges om hur kontrollerna utförs. Det kan t.ex. vara så att näringsidkaren regelmässigt begär information från den person som lägger ut en recension för att kontrollera att konsumenten faktiskt har använt eller köpt produkten (se skäl 47 i ändringsdirektivet).

Informationen ska vara tydlig. Vid brister i informationen kan det bli fråga om ett vilseledande utelämnande. För att ett vilseledande ska vara otillbörligt krävs att det påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut (8 § MFL).

Informationskravet i paragrafen kompletteras av nya bestämmelser om konsumentrecensioner i bilagan I till direktiv 2005/29/EG, den s.k. svarta listan (23 b och 23 c i listan). Enligt punkt 23 b är det otillbörligt att uppge att recensioner av en produkt har lagts ut av konsumenter som faktiskt har använt eller köpt produkten utan att vidta rimliga och proportionella åtgärder för att säkerställa att recensionerna härrör från sådana konsumenter. Enligt punkt 23 c är det otillbörligt att lägga ut eller ge en annan juridisk eller fysisk person i uppdrag att lägga ut falska konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer, eller ge en vilseledande bild av konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer på sociala medier för att göra reklam för produkter.

Identiska varor

14 a §

En näringsidkare får vid marknadsföring av en vara inte framställa den som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater i Europeiska unionen, om varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl.

Paragrafen, som är ny, reglerar marknadsföring av varor som identiska inom EU. Den genomför ändringar i artikel 6.2 i direktiv 2005/29/EG. Övervägandena finns i avsnitt 5.3.

Bestämmelsen innebär att en näringsidkare vid marknadsföring av en vara inte får framställa varan som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater i Europeiska unionen, om varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt och det inte är motiverat av legitima och objektiva skäl. Bestämmelsen gäller endast marknadsföring av varor. Den är däremot inte tillämplig på tjänster eller andra typer av produkter.

Lagtexten är formulerad så att den tar sikte på marknadsföring i andra medlemsstater i EU. Samma formulering finns i direktivet (se artikel 6.2 c). Detta torde inte utesluta att det är tillräckligt att varan endast marknadsförs i en annan medlemsstat. Bestämmelsen gäller däremot inte varor som marknadsförs i andra länder utanför EU. I sådana fall får frågan prövas enligt förbudet mot vilseledande marknadsföring i 10 §.

En vara kan framställas som identisk med en vara om den marknadsförs under samma märke och med samma eller mycket liknande förpackningar. Det kan t.ex. vara fråga om livsmedelsprodukter. Om innehållet i de marknadsförda varorna väsentligen skiljer sig åt mellan medlemsstaterna t.ex. beträffande mängden kött eller fisk, fettinnehåll eller sötningsmedel kan det bli fråga om en överträdelse av paragrafen. En bedömning av detta får göras i varje enskilt fall. Ett vilseledande är uteslutet om skillnaden mellan varorna är lätt att identifiera för konsumenterna.

Det är inte fråga om otillbörlig marknadsföring om varornas sammansättning eller egenskaper visserligen skiljer sig åt trots att varorna framställs som identiska, men detta är motiverat av legitima och objektiva skäl. I skäl 53 i ändringsdirektivet nämns som exempel att det kan vara fråga om rättsliga krav och tillgång till råvaror. Det

kan också röra sig om frivilliga strategier som syftar till att förbättra tillgången till hälsosamma och näringsriktiga livsmedel. Vidare nämns att näringsidkare har rätt att erbjuda varor av samma märke i förpackningar med olika vikt eller volym på olika geografiska marknader.

22 a §

Vid andra avtal än distansavtal och avtal utanför affärslokaler enligt 1 kap. 2 § lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska näringsidkaren innan avtalet ingås ge konsumenten klar och begriplig information om

1. sitt namn och telefonnummer samt sin gatuadress och e-postadress,
2. produktens huvudsakliga egenskaper i den omfattning som är lämplig med hänsyn till produkten och till hur informationen ges,
3. produktens pris, inbegripet skatter och avgifter, eller, om priset inte kan anges i förväg, hur priset beräknas,
4. kostnader för leverans eller porto och andra tillkommande kostnader,
5. villkoren för betalning samt för leverans eller fullgörande på något annat sätt och tidpunkt för leverans eller fullgörande,
6. den rätt som konsumenten har att reklamera enligt lag och hur reklamation kan göras,
7. åtaganden från näringsidkaren eller tillverkaren om att, utöver vad som följer av lag, betala tillbaka det som betalats för produkten, byta ut eller reparera den eller utföra någon form av service på den, ifall produkten inte överensstämmer med uppgifter som lämnats i utfästelser eller marknadsföring eller om det finns andra avvikelser från uppgifter som lämnats på ett sådant sätt,
8. den assistans och service som gäller efter försäljningen,
9. avtalets löptid,
10. villkoren för att säga upp avtalet, om det gäller tills vidare eller förnyas automatiskt, och
11. funktionen hos *en vara med digitala delar*, digitalt innehåll eller *en digital tjänst*, inbegripet tekniska skyddsåtgärder,
12. *i den utsträckning näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.*

Informationsskyldigheten enligt första stycket gäller inte, om informationen framgår av sammanhanget. Informationsskyldigheten gäller inte heller i fråga om

1. avtal som inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten eller, i fråga om avtal om digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium eller digitala tjänster, tillhandahållande av personuppgifter på det sätt som sägs i 2 kap. 1 § andra stycket lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler,

2. vardagliga avtal som fullgörs omedelbart,

3. andra avtal om fast egendom än sådana som avser uthyrning av fast egendom, eller

4. avtal som anges i 2 kap. 1 a § första stycket 1, 2 och 6–8 samt andra stycket och i 3 kap. lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler.

I paragrafen regleras näringsidkarens informationsskyldighet innan ett konsumentavtal ingås. Ändringarna i *första stycket* genomför de nya artiklarna 5.1 g) och h) i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 8.2–8.3.

I *punkten 11* har tillagts att näringsidkaren inte endast ska informera om funktionen hos digitalt innehåll, utan även om funktionen hos varor med digitala delar och digitala tjänster, inbegripet tekniska skyddsåtgärder. Med funktionalitet avses kapaciteten att fungera på avsett vis (se definitionen i ändringsdirektivet som hänvisar till artikel 2.11 i direktiv [EU] 2019/770, direktivet om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster). Begreppen digitalt innehåll, digital tjänst och varor med digitala delar definieras i 3 §.

Enligt *punkten 12*, som är ny, ska näringsidkaren, i den utsträckning denne känner till eller rimligen kan förväntas känna till det, informera om kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster. Begreppen kompatibilitet och driftskompatibilitet definieras i 1 kap. 2 § DAL.

Bestämmelsen i *tredje stycket 1*, som är ny, innebär att informationskraven i första stycket inte gäller för avtal som inte innebär en betalningsförpliktelse för konsumenten. Med betalningsförpliktelse avses att konsumenten enligt avtalet ska betala ett pris. Gåvor och gratistjänster omfattas alltså inte längre av informationskraven. Inte heller bytesavtal omfattas. Förutsättningarna för informationsskyldig-

heten motsvarar i detta avseende det som gäller för distansavtal och avtal utanför affärslokaler (se 2 kap. 1 § första stycket DAL).

För avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och digitala tjänster gäller informationskraven i första stycket dock även om avtalet inte innebär en betalningsförpliktelse men konsumenten ska tillhandahålla sina personuppgifter på det sätt som sägs i 2 kap. 1 § andra stycket DAL. Liksom för distansavtal och avtal utanför affärslokaler gäller informationsskyldigheten alltså inte när de personuppgifter som tillhandahålls behandlas av näringsidkaren endast för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet. Det kan t.ex. röra sig om situationer där det enligt tillämplig lagstiftning krävs att konsumenten registreras i säkerhets- och identifieringssyfte.

Ändringarna i *tredje stycket 2 och 3* innebär endast att punkternas numrering ändras.

Ändringen i *tredje stycket 4* är en följd av införandet av 2 kap. 1 a §.

29 §

En näringsidkare får åläggas att betala en särskild avgift (marknadsstörningsavgift) om näringsidkaren, eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar, uppsåtligen eller av oaktsamhet har brutit mot *någon bestämmelse i denna lag eller i bilaga I till direktiv 2005/29/EG*.

Det som sägs i första stycket gäller också en näringsidkare som uppsåtligen eller av oaktsamhet väsentligt har bidragit till överträdelsen.

Avgiften tillfaller staten.

Paragrafen reglerar i vilka fall en näringsidkare får påföras marknadsstörningsavgift. Ändringarna genomför delvis ändringar i artikel 13.3 i direktiv 2005/29/EG och artikel 24.3 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.3.

Ändringarna i *första stycket* innebär att möjligheten för domstol att besluta om marknadsstörningsavgift har utvidgats till att omfatta överträdelser av bestämmelserna i MFL generellt. En näringsidkare får alltså åläggas att betala marknadsstörningsavgift även vid överträdelser av 5 och 6 §§, de nya bestämmelserna (12 a–12 c och 14 a §§) samt bestämmelserna om obeställd reklam, information om garan-

tier och information innan ett konsumentavtal ingås (19, 20 a och 21–22 a §§).

Bestämmelsen i *andra stycket* motsvarar den reglering som tidigare fanns i tredje stycket. Ändringen är en följd av att det tidigare andra stycket har tagits bort.

Bestämmelsen i tredje stycket motsvarar den som tidigare fanns i fjärde stycket.

30 §

Talan om påförande av marknadsstörningsavgift för en överträdelse får inte tas upp till prövning, om överträdelsen omfattas av ett förbud eller ett åläggande som har förenats med vite enligt denna lag och talan om utdömande av vitet har väckts.

Paragrafen innehåller ett undantag från möjligheten att påföra marknadsstörningsavgift. Förutsättningarna för att besluta om en marknadsstörningsavgift har ändrats. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.7.

Paragrafen syftar till att förhindra att samma överträdelse blir föremål för dubbla prövningar och sanktioner. Bestämmelsen tar sikte på det fallet att en näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig har meddelats ett förbud eller ett åläggande som förenats vite. Om näringsidkaren därefter gör sig skyldig till en ny överträdelse av samma slag och en ansökan om utdömande av vitet anhängiggörs vid domstol, hindrar detta ett förfarande om påförande av en marknadsstörningsavgift för överträdelsen.

Bestämmelsen hindrar däremot inte att en avgift påförs för en överträdelse som omfattas av ett förbud eller åläggande som förenats med vite, förutsatt att talan om utdömande av vitet inte har väckts.

31 §

Marknadsstörningsavgiften ska fastställas till lägst tio tusen kronor och högst tio procent *av näringsidkarens omsättning det närmast föregående räkenskapsåret*.

Om överträdelsen har skett under näringsidkarens första verksamhetsår eller om uppgifter om årsomsättning annars saknas eller

är bristfälliga, får årsomsättningen uppskattas. *Avgiften får i ett sådant fall fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst två miljoner euro.*

Riktas talan mot flera näringsidkare ska avgiften fastställas särskilt för var och en av dem.

I paragrafen regleras bl.a. beloppsgränserna för marknadsstörningsavgiften. Ändringarna genomför de nya artiklarna 13.3 och 13.4 i direktiv 2005/29/EG och 24.3 och 24.4 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.5.

Ändringen i *första stycket* innebär att avgiften inte får överstiga tio procent av näringsidkarens årsomsättning det närmast föregående räkenskapsåret. Det finns alltså inte någon fast övre beloppsgräns för avgiftens storlek. Formuleringen ”närmast föregående räkenskapsår” innebär att det är årsomsättningen det år som föregick målets slutliga avgörande som ska läggas till grund för bedömningen av avgiftens storlek.

Ändringen i *andra stycket* innebär att avgiften, i de fall då årsomsättningen får uppskattas, högst får fastställas till ett belopp i kronor som motsvarar två miljoner euro. Beloppet är inte knutet till växelkursen en viss dag. Vilket belopp som motsvarar två miljoner euro bör därför bestämmas utifrån kronkursen den dag då beslut om sanktionsavgift meddelas (jfr prop. 2016/17:173 s. 555).

32 §

När marknadsstörningsavgiften fastställs ska hänsyn tas till

1. överträdelsens allvar med beaktande särskilt av dess art, varaktighet och omfattning,

2. åtgärder som näringsidkaren har vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument eller en annan näringsidkare har lidit,

3. tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till,

4. i den utsträckning det framgår, den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelser,

5. i gränsöverskridande fall, sanktioner som har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater i Europeiska unionen, ifall information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter

som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, och

6. andra försvårande eller förmildrande omständigheter.

Avgiften får efterges om det finns synnerliga skäl för det.

I paragrafen regleras marknadsstörningsavgiftens storlek. Ändringarna genomför den nya artikel 13.2 i direktiv 2005/29/EG och den nya artikel 24.2 i direktiv 2011/83/EU. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.6.

Av första stycket framgår vilka omständigheter som ska beaktas vid bestämmandet av avgiftens storlek. *Punkten 1* tar sikte på omständigheter som hänför sig till överträdelsen som sådan. Hänsyn ska tas till överträdelsens allvar. Överträdelsens art, varaktighet och omfattning är av central betydelse för fastställande av hur allvarlig överträdelsen är. De uppräknade omständigheterna är delvis överlappande. I sak ska samma omständigheter beaktas som vid bedömningen av om marknadsstörningsavgift ska utgå (se 29 a §). Bland annat kan beaktas vilken slags marknadsföring det är fråga om och vilken målgruppen är, t.ex. barn eller äldre personer. Vidare kan beaktas vilken regel som överträtts och vikten av det skyddsintresse som uppbärs av denna. Andra omständigheter som kan påverka storleken på avgiften är graden av uppsåt liksom förslagenheten eller systematiken i handlandet. Vidare kan beaktas hur omfattande överträdelsen har varit, bl.a. vilken spridning marknadsföringen har haft och hur länge den har pågått (jfr prop. 2015/16:168 s. 33 f.).

Enligt *punkten 2* ska hänsyn tas till åtgärder som näringsidkaren kan ha vidtagit för att lindra eller avhjälpa den skada som en konsument eller en annan näringsidkare har lidit. Det kan t.ex. bli fråga om att i mildrande riktning beakta att näringsidkaren i efterhand frivilligt har gjort vad denne kunnat för att motverka eller reparera uppkomna skador.

Enligt *punkten 3* ska tidigare överträdelser som näringsidkaren har gjort sig skyldig till beaktas. Att en näringsidkare upprepar ett förfarande som tidigare lett till påföljd är en omständighet som typiskt sett bör leda till att avgiften bestäms till ett högre belopp än vad som annars hade varit fallet. Vid bedömningen bör beaktas bl.a. omfattningen av de tidigare överträdelserna i förhållande till den överträdelse som aktualiserar påförande av avgiften och det tidsmässiga sambandet mellan överträdelserna.

Enligt *punkten 4* kan den vinst som näringsidkaren har gjort eller förlust som undvikits genom överträdelsen beaktas i de fall detta framgår. Det skulle t.ex. kunna framgå av företagets bokföring att den aktuella marknadsföringen har lett till en viss försäljning av en produkt och inneburit att företaget fått inkomster.

Punkten 5 gäller det fallet att en näringsidkare har gjort sig skyldig till överträdelser av samma slag i flera EU-medlemsstater. Bestämmelser om detta finns i förordning (EU) 2017/2394. Enligt förordningen ska det finnas samordnade utrednings- och tillsynsmekanismer vid s.k. utbredda överträdelser och utbredda överträdelser med en unionsdimension. Vid skälig misstanke om en sådan överträdelse ska behöriga myndigheter som berörs av överträdelsen och kommissionen utan dröjsmål informera varandra och de centrala kontaktpunkterna som berörs av överträdelsen. Myndigheterna ska samordna de utrednings- och tillsynsåtgärder de vidtar och utbyta information. När så är lämpligt ska behöriga myndigheter som berörs av insatsen inom sin jurisdiktion förelägga näringsidkaren sanktioner, t.ex. böter, sanktionsavgifter eller viten (se artiklarna 20 och 21).

Bestämmelsen aktualiseras i situationer där det inom ramen för en sådan samordnad insats finns information tillgänglig om att sanktioner har påförts näringsidkaren i andra medlemsstater. Den omständigheten att näringsidkaren har gjort sig skyldig till överträdelser i flera medlemsstater kan i sig vara försvårande vid bedömningen av avgiftens storlek. Samtidigt bör beaktas att den samlade reaktionen i medlemsstaterna framstår som rimlig.

Punkterna är inte uttömmande och domstolen får även beakta andra försvårande eller förmildrande omständigheter (*punkten 6*). Näringsidkarens ekonomiska situation vid tidpunkten för domen är t.ex. en omständighet som kan beaktas både i skärpande och i mildrande riktning (se prop. 1994/95:123 s. 102 och MD 2012:17 p. 25). Till viss del är de nu aktuella faktorerna också överlappande eller beroende av varandra. Domstolen ska i varje enskilt fall göra en samlad bedömning av alla relevanta omständigheter när avgiftens storlek bestäms.

Ikraftträdande- och övergångsbestämmelser

1. Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.
2. Äldre bestämmelser gäller för marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet.

Enligt *punkten 1* träder lagändringarna i kraft den 28 maj 2022. De nya bestämmelserna är alltså tillämpliga i och med ikraftträdandet. Övervägandena finns i avsnitt 11.

Av *punkten 2* framgår att äldre bestämmelser ska tillämpas på marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet. Om en viss marknadsföring har vidtagits både före och efter ikraftträdandet finns det inga hinder mot att tillämpa de nya bestämmelserna.

13.5 Förslaget till lag om ändring i socialförsäkringsbalken (2010:110)

64 kap. 46 §

Marknadsföring eller försäljning av tjänster och produkter på premiepensionsområdet får inte ske via telefon.

Ett avtal som har ingåtts i strid med förbudet i första stycket är ogiltigt. Pensionsspararen är då inte skyldig att betala för några tjänster eller produkter.

Ett handlande som strider mot förbudet i första stycket ska vid tillämpning av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses som otillbörligt mot konsumenterna.

Tredje stycket i bestämmelsen har ändrats på så sätt att det inte längre anges att handlandet kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ MFL. Detta följer numera av 29 § MFL. Ändringen innebär ingen saklig ändring. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.4.

Ikraftträdandebestämmelse

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

Lagändringarna träder i kraft den 28 maj 2022. Den nya bestämmelsen är alltså tillämplig i och med ikraftträdandet.

13.6 Förslaget till lag om ändring i radio- och tv-lagen (2010:696)

17 kap. 9 §

En handling som strider mot 8 kap. 7 § första stycket, 8 och 9 §§, 14 § första och andra styckena, 9 a kap. 10 och 11 §§ och 15 kap. 4 § ska vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses vara otillbörlig marknadsföring mot konsumenter.

I paragrafen har ett tidigare andra stycke tagits bort. Av bestämmelsen framgick att överträdelse av de angivna bestämmelserna kan medföra marknadsstörningsavgift enligt 29–36 §§ MFL. Att marknadsstörningsavgift kan beslutas följer numera direkt av 29 § MFL. Ändringen innebär alltså ingen saklig ändring. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.4.

Ikraftträdandebestämmelse

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

Lagändringarna träder i kraft den 28 maj 2022. Den nya bestämmelsen är alltså tillämplig i och med ikraftträdandet.

13.7 Förslaget till lag om ändring i alkohollagen (2010:1622)

7 kap. 8 §

Ett handlande som strider mot 1–6 §§ och 7 § första stycket eller föreskrifter som utformats med stöd av 7 § andra stycket ska vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen (2008:486) anses vara otillbörlig mot konsumenter och, i fall som avses i 2 §, även mot näringsidkare.

Bestämmelsen har ändrats på så sätt att det inte längre anges att ett handlande som strider mot 3 § kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ MFL. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.4.

Ändringen innebär beträffande överträdelse av 3 § ingen ändring i sak. Som en följd av ändringen i 29 § MFL kommer överträdelser av 1–2, 4–6 och 7 §§ första stycket eller föreskrifter som utformats med stöd av 7 § andra stycket att kunna leda till påförande av marknadsstörningsavgift.

Ikraftträdandebestämmelse

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

Lagändringarna träder i kraft den 28 maj 2022. Den nya bestämmelsen är alltså tillämplig i och med ikraftträdandet.

13.8 Förslaget till lag om ändring i lagen (2018:2088) om tobak och liknande produkter

7 kap. 8 §

Konsumentverket utövar tillsyn över att denna lag och anslutande föreskrifter följs när det gäller marknadsföring, i andra fall än som avses i 3 §, enligt 4 kap. 1–8 §§.

Vid Konsumentverkets tillsyn tillämpas bestämmelserna i marknadsföringslagen (2008:486).

En marknadsföringsåtgärd som strider mot 3 kap. 3 eller 4 § eller 4 kap. 1–8 §§ ska, vid tillämpningen av 5, 23 och 26 §§ marknadsföringslagen, anses vara otillbörlig mot konsumenterna.

Tredje stycket i bestämmelsen har ändrats på så sätt att det inte längre anges att ett handlande som strider mot 4 kap. 1 § 2 eller 3, 3 §, 4 § första stycket 2 eller 5 § 2 eller 3 kan medföra marknadsstörningsavgift enligt bestämmelserna i 29–36 §§ MFL. Övervägandena finns i avsnitt 9.2.4.

Ändringen innebär beträffande överträdelse av dessa bestämmelser ingen ändring i sak. Som en följd av ändringen i 29 § MFL kommer även överträdelser av övriga bestämmelser som räknas upp i tredje stycket att kunna leda till påförande av marknadsstörningsavgift.

Ikraftträdandebestämmelse

Denna lag träder i kraft den 28 maj 2022.

Lagändringarna träder i kraft den 28 maj 2022. Den nya bestämmelsen är alltså tillämplig i och med ikraftträdandet.

Särskilt yttrande

Särskilt yttrande av experterna Ulrika Persson och Jolanda Girzl

De förslag där vi gör en annan bedömning än utredningen

Med följande undantag delar vi de förslag som utredningen har lämnat.

Det första undantaget avser förslaget om att det ska vara möjligt att föra en talan om påförande av marknadsstörningsavgift eller sanktionsavgift mot den som har överträtt ett förbud vid vite under förutsättning att någon talan om utdömande av vitet inte har väckts.

Det andra undantaget avser förslaget om att utöka möjligheterna att påföra marknadsstörningsavgift för överträdelser i sådana situationer då en utökad möjlighet inte föranleds av Sveriges åtaganden enligt unionsrätten.

Möjligheten att föra en talan om påförande av marknadsstörningsavgift eller sanktionsavgift mot den som har överträtt ett förbud vid vite

Förslaget till ändring i 30 § marknadsföringslagen (2008:486), MFL, och införandet av en motsvarande bestämmelse i 9 e § lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden, AVLK, kan komma att tillämpas t.ex. i följande situation. En näringsidkare begår en överträdelse av en bestämmelse i MFL eller AVLK. På yrkande av Konsumentombudsmannen meddelar Patent- och marknadsdomstolen ett förbud vid vite om 1 000 000 kronor för näringsidkaren att vidta vissa marknadsföringsåtgärder eller använda vissa avtalsvillkor. En tid senare överträder näringsidkaren det meddelade förbudet. Konsumentombudsmannen väcker inte en talan om utdömande av vitet utan i stället en talan om påförande av en marknadsstörningsavgift eller en sanktionsavgift om 2 000 000 kronor.

Enligt vår mening uppfyller en tillämpning i enlighet med exemplet ovan inte de krav på förutsebarhet som ställs när det gäller sanktioner av straffrättslig karaktär. Genom att ange ett till kronor bestämt vitesbelopp har domstolen i den första processen gett näringsidkaren anledning att utgå från att en överträdelse av förbudet kan leda till en sanktion som maximalt uppgår till det beloppet, dvs. till 1 000 000 kronor i exemplet ovan.

Legalitetsprincipen som kommer till uttryck i 2 kap. 10 § första stycket regeringsformen utgör en garanti för rättssäkerheten. Principen innebär att var och en ska kunna förutse när och i viss mån hur de kan komma att bli föremål för straffrättsliga ingripanden. (Se Kriminalrättens grunder, Petter Asp m.fl., s. 46).

Att lagstiftaren på senare år har infört liknande bestämmelser som i det nu aktuella förslaget på andra rättsområden medför inte någon annan bedömning från vår sida. Frågan om förutsebarhet har, såvitt vi har kunnat se, inte berörts vid antagandet av de bestämmelserna (se t.ex. prop. 2016/17:22 s. 227 ff., prop. 2017/18:165 s. 57 ff. och prop. 2020/21:51 s. 109 ff.).

Inte heller Marknadsdomstolens avgörande i MD 2015:4 ger stöd för att kravet på förutsebarhet kan anses vara uppfyllt för de föreslagna bestämmelserna. Bedömningen i nämnda avgörande avsåg en annan situation än i vårt exempel ovan. Omständigheterna i det målet var i korthet följande. Den 23 november 2011 ålade Marknadsdomstolen, med en tillämpning av konkurrenslagen (2008:579), Swedavia AB att upphöra med att ta ut vissa avgifter från taxibolag som hämtade kunder på Arlanda flygplats (se MD 2011:28). Åläggandet förenades med ett vite. Den 18 juni 2013 väckte Konkurrensverket en talan vid Stockholms tingsrätt med yrkande om att Swedavia AB skulle påföras en konkurrensskadeavgift för att ha tagit ut sådana avgifter från den 7 februari 2011 till den 23 november 2011, dvs. perioden före Marknadsdomstolens åläggande vid vite hade meddelats (se T 9131-13 s. 3 och MD 2015:4 p 42). Fråga uppkom om en tillämpning av bestämmelsen i 3 kap. 7 § konkurrenslagen – som vid den tidpunkten föreskrev att konkurrensskadeavgift inte får påföras för åtgärder som omfattas av ett åläggande som har meddelats vid vite enligt denna lag – utgjorde ett hinder mot prövningen.

Både Stockholms tingsrätt och Marknadsdomstolen konstaterade inledningsvis att det är möjligt att i samma mål sanktionera en och samma överträdelse, dvs. en överträdelse som har ägt rum under

samma period, med såväl förbud vid vite (en sanktion med framåtriktad verkan) som konkurrensskadeavgift (en följd av något som redan har hänt). Därefter tog domstolarna ställning till om det i stället för att göra detta i en rättegång var möjligt att dela upp prövningen på två mål så att frågan om åläggande vid vite prövades vid ett tillfälle och frågan om konkurrensskadeavgift vid ett annat tillfälle. Ingen av domstolarna fann att det skulle strida mot förbudet i 3 kap. 7 § konkurrenslagen.

Som framgår av redogörelsen ovan var frågan i MD 2015:4 inte om det var möjligt att väcka en talan om konkurrensskadeavgift för en överträdelse av ett åläggande vid vite, dvs. en överträdelse som ägt rum i tiden efter det att åläggandet hade meddelats. Avgörandet avsåg således en annan situation än den som våra synpunkter i detta yttrande tar sikte på. Som vi ser det finns ingenting som talar för att domstolarna i nämnda avgörande hade kommit till samma slutsats om överträdelseperioden i den senare processen hade varit en period som låg efter det att åläggandet vid vite hade meddelats. Tvärtom framstår det som att domstolarna hade kommit till en annan slutsats vid nämnda förhållande.

Härutöver anser vi att det inte finns något behov av att införa en möjlighet att föra en talan om påförande av marknadsstörningsavgift enligt MFL eller sanktionsavgift enligt AVLK mot den som har överträtt ett förbud eller åläggande vid vite.

Artikel 13.3 i direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder, som har införts genom artikel 3.6 i direktiv 2019/2161 om ändring av direktiv 93/13, 98/6, 2005/29 och 2001/83 vad gäller upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler (ändringsdirektivet), innebär bara att det ska finnas en möjlighet att påföra en marknadsstörningsavgift för överträdelser av vissa bestämmelser. Den nuvarande bestämmelsen i 30 § MFL utgör endast ett hinder för talan om marknadsstörningsavgift om det finns ett meddelat förbud eller åläggande vid vite. Att det i vissa fall finns ett förbud eller åläggande beror på att domstol, efter yrkande av Konsumentombudsmannen eller en part som enligt 47 § MFL har talerätt, har meddelat beslut om förbud eller åläggande (alternativt att Konsumentombudsmannen har meddelat ett sådant beslut med stöd av 28 § MFL). Bestämmelsen i artikel 13.3 i direktiv 2005/29/EG medför ingen skyldighet att tillse att det ska vara möjligt i varje enskilt fall och det oberoende av hur Konsumentombudsmannen, eller en

annan aktör som har talerätt enligt 47 § MFL, har agerat i samband med en tidigare överträdelse.

Härutöver kan tilläggas att det i skäl 6 i ändringsdirektivet framhålls att det även i fortsättningen bör ankomma på medlemsstaterna att välja vilken typ av sanktioner som ska åläggas.

De sanktioner som finns i MFL i dag är effektiva, proportionerliga och avskräckande. Det finns heller inte något underlag som ger stöd för ett påstående om att dessa krav inte skulle beaktas i rättstillämpningen. De vitesbelopp som domstolarna beslutar om är som regel förhållandevis höga och det även ställt i relation till de konkurrensskadeavgifter och marknadsstörningsavgifter som yrkas och påförs. Vidare kan tilläggas att ett vite enligt 9 § första stycket viteslagen (1985:206) får jämkas endast om det finns särskilda skäl för det.

Som exempel kan nämnas att i MD 2015:4 (se ovan) uppgick det vite som åläggandet mot Swedavia var förenat med till 2 000 000 kronor och Konsumentombudsmannens yrkande om konkurrensskadeavgift till 340 000 kronor. Vid sin prövning ogillade tingsrätten yrkandet om konkurrensskadeavgift. Domen överklagades inte. Ett annat exempel är att Patent- och marknadsdomstolen i mål PMT 3508-19 meddelade ett förbud vid vite om 400 000 kronor och tre ålägganden som vart och ett förenades med viten om 400 000 kronor samt påförde en marknadsstörningsavgift som uppgick till 10 000 kronor vilket var det belopp som Konsumentombudsmannen hade yrkat. Ytterligare ett exempel är att Patent- och marknadsdomstolen i PMT 13140-18 först meddelade ett intermistiskt förbud vid vite om 3 000 000 kronor för ett företag att vidta vissa marknadsföringsåtgärder. Några månader senare väckte Konsumentombudsmannen en talan om att vitet skulle dömas ut på grund av en överträdelse av det intermistiska förbudet (B 2574-19). Innan frågan om utdömande av vite avgjordes meddelade Patent- och marknadsdomstolen dom i PMT 13140-18 varvid företaget meddelades fyra förbud vid viten som vart och ett uppgick till 3 000 000 kronor samt påfördes en marknadsstörningsavgift som uppgick till 1 500 000 kronor. Kort därefter dömde domstolen ut vitet om 3 000 000 kronor för överträdelsen av det intermistiska beslutet.

Om lagstiftaren trots allt väljer att gå vidare med förslaget vore det önskvärt om den samtidigt tar ställning till om förbudet vid vite fortfarande ska gälla efter det att en överträdelse av förbudet har lett

till att marknadsstörningsavgift har påförts och om bestämmelsen även ska vara tillämplig vid överträdelser av intermistiska förbud.

Som framgår av kommentaren till 4 § viteslagen (se Viteslagstiftningen, Rune Lavin, JUNO version 3B) förbrukas ett vite som inte är löpande efter det att vitet har dömts ut. Förslaget om ändring i 30 § MFL, och införandet av motsvarande bestämmelse i 9 e § AVLK, berör inte frågan om ett förbud vid ett ordinärt vite, dvs. ett vite som inte är löpande, fortsatt ska gälla när en överträdelse av förbudet har sanktionerats med en marknadsstörningsavgift eller en sanktionsavgift.

Som föreslaget är utformat skulle det vara möjligt att föra en talan om marknadsstörningsavgift eller sanktionsavgift även för en överträdelse av ett intermistiskt förbud. Interimistiska förbud fattas många gånger på ett begränsat underlag och beviskravet för sådana beslut är lägre än för slutliga beslut.

Förslaget om utökade möjligheter att påföra marknadsstörningsavgift

Enligt vår mening saknas det underlag för att kunna konstatera att det finns ett behov av bestämmelser om marknadsstörningsavgift i sådana situationer som inte föranleds av Sveriges åtaganden enligt unionsrätten. Det finns inte några exempel från rättstillämpningen som visar att det inte skulle vara möjligt att få överträdelser att upphöra genom att använda de sanktioner som finns i dag.

Att det i många fall har varit svårt att närmare precisera och ge exempel på vilka överträdelser som ska anses vara så allvarliga att de bör kunna sanktioneras med en marknadsstörningsavgift kommer troligtvis leda till att det tar lång tid innan det bildas en tydlig praxis. Detta särskilt eftersom antalet mål i vilka yrkanden om marknadsstörningsavgift framställs är få. Här ska även noteras att utredningens bedömning är att de förslag som lämnas kan komma att leda till en viss, men alltså inte en hög, ökning av antalet mål av detta slag (se kapitel 12).

Kommittédirektiv 2020:13

Ett moderniserat konsumentkydd

Beslut vid regeringssammanträde den 13 februari 2020

Sammanfattning

En särskild utredare ska ta ställning till hur ett nytt EU-direktiv om ett moderniserat konsumentkydd ska genomföras i svensk rätt. Direktivet reviderar fyra befintliga konsumentkyddsdirektiv som rör avtalsvillkor, prisinformation, otillbörliga affärsmetoder respektive konsumenträttigheter. Vidare ska utredaren analysera vissa frågor gällande det skriftlighetskrav vid telefonförsäljning som trädde i kraft 2018.

Utredaren ska bl.a.

- analysera hur svensk rätt förhåller sig till direktivet om ett moderniserat konsumentkydd,
- bedöma om det utrymme som lämnas till medlemsstaterna, att utforma regelverket på ett sätt som innebär ett mer långtgående konsumentkydd
- eller att välja olika alternativa regleringar, bör utnyttjas och i sådant fall på vilket sätt,
- föreslå nödvändiga författningsändringar och andra åtgärder, och så långt som möjligt och lämpligt ansluta till den systematik och terminologi som används i svensk rätt, och

- när det gäller konsumentskyddet vid telefonförsäljning, följa upp tillämpningen av skriftlighetskravet, ta ställning till om kravet bör utvidgas till att omfatta fler varor och tjänster samt överväga behovet av att justera reglerna i övrigt eller vidta andra åtgärder.

Uppdraget ska redovisas senast den 13 augusti 2021.

Nytt EU-direktiv som reviderar befintliga EU-regler

Direktivet om ett moderniserat konsumentskydd

Dagens konsumentmarknader utvecklas i ett högt tempo där digitaliseringen är drivande för en framväxt av nya produkter, marknadsföringsmetoder och försäljningsmodeller. Europeiska kommissionen har genomfört en översyn av konsumenträtten inom EU, för att bedöma om den är ändamålsenlig i förhållande till den snabba utvecklingen. Översynen resulterade i ett förslag om revidering av fyra befintliga direktiv på konsumentområdet. De direktiv som berörs är

- rådets direktiv 93/13/EEG av den 5 april 1993 om oskälliga villkor i konsumentavtal,
- Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna,
- Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets Direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004, och
- Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG.

Ett nytt direktiv, Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler, som reviderar de ovan angivna direktiven, antogs av Europeiska unionens råd och Europaparlamentet den 27 november 2019. Direktivet ska vara genomfört i nationell rätt senast den 28 november 2021.

Det nya direktivet innebär en viss harmonisering av påföljderna vid överträdelse av de fyra direktivens konsumentskyddsregler. Harmoniseringen innebär att medlemsstaterna ska införa sanktionsavgifter vid allvarliga överträdelser av regler som genomför direktiven om oskäligen villkor i konsumentavtal, otillbörliga affärsmetoder och konsumenträttigheter. Det lägsta takbeloppet på sådana sanktionsavgifter anges till fyra procent av det felande företagets omsättning på den relevanta marknaden, som kan vara en eller flera medlemsstater. I samtliga fyra direktiv harmoniseras dessutom i viss utsträckning kriterierna för hur allvaret i en överträdelse ska bedömas, oavsett vilken påföljd som aktualiseras.

Direktivet innehåller därutöver bl.a. vissa ändringar av direktiven om otillbörliga affärsmetoder, prisinformation respektive konsumenträttigheter. Exempelvis ställs krav på att näringsidkare ska informera om vilka kriterier som ligger till grund för rankning av sökresultat och marknadsplatser på internet åläggs att informera om huruvida säljare som använder sig av marknadsplatsen uppger sig vara näringsidkare eller privatpersoner. Vidare innebär ändringarna krav på reklammarkering av betalda sökresultat och förbud mot automatiserade köp av biljetter till evenemang inom ramen för en andrahandsförsäljning. Direktivet innebär även vissa anpassningar till reglerna i de nya direktiven om köprättsliga regler för varor (Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, om ändring av förordning (EU) 2017/2394 och direktiv 2009/22/EG samt om upphävande av direktiv 1999/44/EG) respektive digitalt innehåll (Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster). I direktivet om otillbörliga affärsmetoder införs dessutom ett krav på att medlemsstaterna ska se till att civilrättsliga på-

följder i vissa fall finns tillgängliga vid överträdelse av direktivets regler.

Direktivet lämnar i viss utsträckning utrymme åt medlemsstaterna att utforma regelverket på ett sätt som innebär ett mer långtgående konsumentskydd eller att välja olika alternativa regleringar. Detta gäller bl.a. regler om aggressiv hemförsäljning, informationskrav på plattformar och nivån på sanktioner vid överträdelse.

Nuvarande regler

De fyra direktiven som revideras av det nya direktivet har i svensk rätt genomförts i ett antal olika lagar. Direktivet 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal genomfördes i svensk rätt genom införandet av lagen (1994:1512) om avtalsvillkor i konsumentförhållanden. Lagen innehåller både marknadsrättsliga och civilrättsliga bestämmelser som reglerar hur skäligheten i konsumentavtalsvillkor som inte förhandlats individuellt ska bedömas och hur sådana avtalsvillkor som bedömts oskäliga ska beivras. Direktivet 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsument genomfördes genom ändringar i den dåvarande prisinformationslagen (1991:601), som därefter ersatts med den nu gällande prisinformationslagen (2004:347). Lagen innehåller regler om när och hur prisinformation ska lämnas till konsument vid försäljning av varor och andra produkter. Direktivet 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder genomfördes huvudsakligen genom införandet av den nya marknadsföringslagen (2008:486). Marknadsföringslagen är den övergripande marknadsrättsliga regleringen på konsumentområdet och innehåller bl.a. regler om vitesförelägganden och marknadsstörningsavgift. I stor utsträckning hänvisar övrig konsumentskyddslagstiftning till marknadsföringslagen när det gäller förelägganden och ålägganden vid vite vid bristande information. I fråga om civilrättsliga påföljder vid felaktig marknadsföring kan noteras att det finns en särskild skadeståndsbestämmelse i marknadsföringslagen samt tillämpliga bestämmelser i konsumentköplagen (1990:932), konsumenttjänstlagen (1985:716) och lagen (1915:218) om avtal och andra rättshandlingar på förmögenhetsrättens område. Direktivet 2011/83/EU om konsumenträttigheter har genomförts genom ändringar i ett flertal lagar, främst lagen (2005:59) om distans-

avtal och avtal utanför affärslokaler (distansavtalslagen), men även konsumentköplagen, marknadsföringslagen, konsumentkreditlagen (2010:1846), lagen (1991:351) om handelsagentur och lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden. Distansavtalslagen innehåller informationsbestämmelser och regler om ångerrätt vid distansköp och köp utanför affärslokaler.

Uppdraget att genomföra EU-direktivet om ett moderniserat konsumentskydd

Utredaren ska bedöma hur direktivets regler ska genomföras i svensk rätt. Ett EU-direktiv är bindande för medlemsstaterna när det gäller det resultat som ska uppnås, men staterna får bestämma de närmare formerna för hur detta ska ske. Sverige har alltså vid genomförandet av direktivet ett visst utrymme att anpassa reglerna till svensk rätt i övrigt.

Utredaren ska

- analysera hur svensk rätt förhåller sig till direktivet,
- förklara och tydliggöra bestämmelserna och begreppen i direktivet, samtidigt som den EU-gemensamma uppfattningen om direktivets innebörd beaktas,
- bedöma om det utrymme som lämnas till medlemsstaterna, att utforma regelverket på ett sätt som innebär ett mer långtgående konsumentskydd eller att välja olika alternativa regleringar, bör utnyttjas och i sådant fall på vilket sätt, och
- föreslå nödvändiga författningsändringar och andra åtgärder, och så långt som möjligt och lämpligt ansluta till den systematik och terminologi som används i svensk rätt.

Utredaren ska redovisa för- och nackdelar med de olika alternativ för att genomföra direktivet som finns.

Åtgärder för att förbättra konsumentskyddet vid telefonförsäljning

Nuvarande regler och tillkännagivande från riksdagen

Den 1 september 2018 infördes ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning i syfte att stärka konsumentskyddet. Skriftlighetskravet innebär att det inte längre är möjligt att ingå ett distansavtal muntligen när näringsidkaren på eget initiativ kontaktar konsumenten per telefon. För att ett giltigt avtal ska ingås krävs att konsumenten efter telefonsamtalet skriftligen accepterar näringsidkarens anbud.

Skriftlighetskravet gäller för de varor och tjänster som regleras av lagen (2005:59) om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (distansavtalslagen). Detta medför att bl.a. lotterier och andra speltjänster och paketresor inte omfattas av kravet (jfr prop. 2017/18:129 s. 27 och prop. 2017/18:225 s. 96).

Riksdagen tillkännagav i samband med sin behandling av propositionen om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning att regeringen bör påbörja ett arbete med att utreda om ett skriftlighetskrav vid telefonförsäljning till konsumenter bör gälla för ytterligare varor och tjänster, som bl.a. lotterier och paketresor, och återkomma med förslag (bet. 2017/18:CU36 punkt 2, rskr. 2017/18:404).

Nya konsumentskyddande regler om paketresor infördes den 1 augusti 2018 och en ny spellag med regler som stärker konsumentskyddet på spelmarknaden infördes den 1 januari 2019.

Uppdraget om skriftlighetskravet vid telefonförsäljning

Skriftlighetskravet vid telefonförsäljning har tillämpats en viss tid. Det är, i enlighet med vad regeringen uttalade i samband med att kravet infördes, lämpligt att nu följa upp reformen och dess konsekvenser för att säkerställa att syftet med reformen uppnås och att det samtidigt finns förutsättningar för en konkurrenskraftig utveckling av företag (se prop. 2017/18:129 s. 40). Om det av uppföljningen framkommer behov av att i något avseende ytterligare stärka konsumentskyddet och få en mer välfungerande marknad för telefonförsäljning bör det finnas utrymme att kunna justera regelverket eller vidta andra åtgärder.

Utredaren ska

- följa upp hur regleringen om skriftlighetskrav vid telefonförsäljning har fungerat i praktiken och om syftet med reformen har uppnåtts,
- överväga om regleringen i något avseende behöver ändras eller om ytterligare åtgärder behöver vidtas för att syftet med reformen ska uppnås,
- ta ställning till om skriftlighetskravet vid telefonförsäljning bör utvidgas till att omfatta fler varor och tjänster, och
- föreslå nödvändiga författningsändringar och andra åtgärder.

Konsekvensbeskrivningar

Utredaren ska bedöma förslagets ekonomiska konsekvenser och konsekvenser i övrigt för enskilda, företag och det allmänna. Utredaren ska beräkna påverkan på statens inkomster och utgifter. Om förslag som lämnas innebär offentligfinansiella kostnader, ska förslag till finansiering lämnas. Förslagen ska även i övrigt redovisas enligt vad som anges i kommittéförordningen (1998:1474).

Utredaren ska vidare redovisa om förslagen har någon påverkan på jämställdheten mellan kvinnor och män.

Kontakter och redovisning av uppdraget

Utredaren ska följa genomförandet av direktivet om ett moderniserat konsumentskydd i de berörda nordiska länderna och i de andra länder som utredaren bedömer vara av intresse i sammanhanget.

Utredaren ska även hålla sig informerad om det pågående genomförandet av direktivet (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om tillhandahållande av digitalt innehåll respektive varudirektivet (EU) 2019/771 samt annat relevant arbete som pågår i Regeringskansliet.

Utredaren ska i den utsträckning det är lämpligt ta hänsyn till relevanta erfarenheter när det gäller telefonförsäljning i andra länder i Europa.

Utredaren ska i den utsträckning det är lämpligt inhämta synpunkter från berörda myndigheter, organisationer och företag.
Uppdraget ska redovisas senast den 13 augusti 2021.

(Finansdepartementet)

DIREKTIV

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV (EU) 2019/2161

av den 27 november 2019

om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktionssätt, särskilt artikel 114,

med beaktande av Europeiska kommissionens förslag,

efter översändande av utkastet till lagstiftningsakt till de nationella parlamenten,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande ⁽¹⁾,i enlighet med det ordinarie lagstiftningsförfarandet ⁽²⁾, och

av följande skäl:

- (1) I artikel 169.1 och 169.2 a i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt (EUF-fördraget) föreskrivs att unionen ska bidra till att uppnå en hög konsumentskyddsnivå genom åtgärder som beslutas enligt artikel 114 i EUF-fördraget. Enligt artikel 38 i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna (nedan kallad *stadgan*) ska en hög nivå i fråga om konsumentskydd tryggas i unionens politik.
- (2) Konsumentskyddslagstiftningen bör tillämpas på ett effektivt sätt i hela unionen. I den övergripande kontroll av ändamålsenligheten i konsumentskydds- och marknadsföringslagstiftning som kommissionen genomförde under 2016 och 2017 inom ramen för programmet om lagstiftningens ändamålsenlighet och resultat (Refit-programmet) slogs det emellertid fast att ändamålsenligheten i unionens konsumentskyddslagstiftning äventyras av en bristande medvetenhet hos både näringsidkare och konsumenter och att befintliga möjligheter till kompensation skulle kunna utnyttjas oftare.
- (3) Unionen har redan vidtagit ett antal åtgärder för att förbättra medvetenheten bland konsumenter, näringsidkare och rättstillämpare om konsumenternas rättigheter och för att förbättra upprätthållandet av konsumenters rättigheter och möjligheter till kompensation. Det finns dock fortfarande brister i nationell rätt när det gäller verkligt effektiva och proportionella sanktioner för att avskräcka från och ålägga sanktioner för överträdelser inom unionen, otillräckliga individuella avhjälpande åtgärder för konsumenter som skadats av överträdelser av den nationella lagstiftning varigenom Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG ⁽³⁾ införlivas och brister när det gäller förfarandet för förbuds föreläggande enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/22/EG ⁽⁴⁾. Översyn av förfarandet för förbuds föreläggande bör åtgärdas i ett separat instrument varigenom direktiv 2009/22/EG ändras och ersätts.

⁽¹⁾ EUT C 440, 6.12.2018, s. 66.

⁽²⁾ Europaparlamentets ståndpunkt av den 17 april 2019 (ännu ej offentliggjord i EUT) och rådets beslut av den 8 november 2019.

⁽³⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22).

⁽⁴⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/22/EG av den 23 april 2009 om förbuds föreläggande för att skydda konsumenternas intressen (EUT L 110, 1.5.2009, s. 30).

- (4) Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG^(*), 2005/29/EG och 2011/83/EU^(*) innehåller krav på att medlemsstaterna ska föreskriva effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner för att åtgärda överträdelser av nationella bestämmelser varigenom de direktiven införlivas. I artikel 21 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394^(*) krävs det dessutom att medlemsstaterna vidtar tillsynsåtgärder, inbegripet föreläggande av sanktioner, på ett ändamålsenligt, effektivt och samordnat sätt för att se till att utbredda överträdelser eller utbredda överträdelser med en unionsdimension upphör eller förbjuds.
- (5) De aktuella nationella reglerna om sanktioner varierar betydligt inom unionen. I synnerhet har inte samtliga medlemsstater säkerställt att effektiva, proportionella och avskräckande sanktionsavgifter kan åläggas näringsidkare som är ansvariga för utbredda överträdelser eller utbredda överträdelser med en unionsdimension. Därför bör de befintliga reglerna om sanktioner i direktiven 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU förbättras, och samtidigt bör nya regler om sanktioner i rådets direktiv 93/13/EEG^(*) införas.
- (6) Det bör även i fortsättningen ankomma på medlemsstaterna att välja vilken typ av sanktioner som ska åläggas och att i nationell rätt fastställa relevanta förfaranden för åläggande av sanktioner i händelse av överträdelser av direktiven 93/13/EEG, 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU i deras ändrade lydelse enligt det här direktivet.
- (7) För att underlätta en mer konsekvent tillämpning av sanktioner, särskilt vid överträdelser inom unionen, utbredda överträdelser och utbredda överträdelser med en unionsdimension enligt definitionen i förordning (EU) 2017/2394, bör det införas gemensamma icke-uttömmande och vägledande kriterier för tillämpning av sanktioner i direktiven 93/13/EEG, 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU. Dessa kriterier bör exempelvis inbegripa överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet och eventuell kompensation som näringsidkaren ger konsumenter för orsakad skada. Upprepade överträdelser av samma näringsidkare visar på en benägenhet att begå sådana överträdelser och är därför en mycket viktig indikator på agerandets allvar och följaktligen behovet av att höja nivån på sanktionen för att uppnå en ändamålsenlig avskräckande verkan. Den ekonomiska vinst som erhållits eller förlust som undvikits till följd av överträdelsen bör beaktas om relevanta uppgifter finns tillgängliga. Andra försvarande eller förmildrande faktorer som är tillämpliga på omständigheterna i fallet kan också beaktas.
- (8) Det är möjligt att dessa gemensamma icke-uttömmande och vägledande kriterier för tillämpning av sanktioner inte är relevanta när det beslutas om sanktioner avseende varje överträdelse, särskilt i fråga om överträdelser som inte är allvarliga. Medlemsstaterna bör också ta hänsyn till andra allmänna rättsprinciper som är tillämpliga vid åläggande av sanktioner, såsom principen *ne bis in idem*.
- (9) I enlighet med artikel 21 i förordning (EU) 2017/2394 ska de behöriga myndigheter i medlemsstaterna som berörs av den samordnade insatsen inom sin jurisdiktion vidta alla nödvändiga tillsynsåtgärder mot den näringsidkare som är ansvarig för den utbredda överträdelsen eller den utbredda överträdelsen med en unionsdimension för att se till att överträdelsen upphör eller förbjuds. När så är lämpligt ska de förelägga den näringsidkare som är ansvarig för den utbredda överträdelsen eller den utbredda överträdelsen med en unionsdimension sanktioner, till exempel sanktionsavgifter eller viten. Tillsynsåtgärder ska vidtas på ett ändamålsenligt, effektivt och samordnat sätt för att den utbredda överträdelsen eller den utbredda överträdelsen med en unionsdimension ska upphöra eller förbjudas. De behöriga myndigheter som berörs av den samordnade insatsen ska sträva efter att vidta tillsynsåtgärder samtidigt i de medlemsstater som berörs av den överträdelsen.
- (10) För att säkerställa att medlemsstaternas myndigheter kan ålägga effektiva, proportionella och avskräckande sanktioner vid utbredda överträdelser och utbredda överträdelser med en unionsdimension som är föremål för samordnade utrednings- och tillsynsåtgärder i enlighet med förordning (EU) 2017/2394, bör sanktionsavgifter införas som en av sanktionerna för sådana överträdelser. I syfte att säkerställa att sanktionsavgifterna har en

(*) Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna (EGT L 80, 18.3.1998, s. 27).

(*) Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG (EUT L 304, 22.11.2011, s. 64).

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004 (EUT L 345, 27.12.2017, s. 1).

(*) Rådets direktiv 93/13/EEG av den 5 april 1993 om oskäliga villkor i konsumentavtal (EGT L 95, 21.4.1993, s. 29).

avskräckande effekt bör medlemsstaterna i sin nationella rätt fastställa den maximala nivån på sanktionsavgiften för sådana överträdelser till minst 4 % av näringsidkarens årliga omsättning i den eller de berörda medlemsstaterna. I vissa fall kan näringsidkaren även vara en grupp av företag.

- (11) Enligt artiklarna 9 och 10 i förordning (EU) 2017/2394 ska vederbörlig hänsyn beroende på vad som är lämpligt tas till överträdelsens art, allvar och varaktighet när sanktioner åläggs. Åläggandet av sanktioner bör vara proportionellt och förenligt med unionsrätt och nationell rätt, inklusive med tillämpliga rättssäkerhetsgarantier och principerna i stadgan. Slutligen bör de sanktioner som åläggs vara lämpliga i förhållande till karaktären hos och den övergripande faktiska eller potentiella skadan av överträdelsen av unionslagstiftning som skyddar konsumenternas intressen. Befogenhet att besluta om sanktioner ska utövas antingen direkt av de behöriga myndigheterna inom ramen för deras egen myndighetsutövning, eller när så är lämpligt med bistånd av andra behöriga myndigheter eller andra myndigheter, eller i tillämpliga fall genom att ge uppdrag åt utsedda organ, eller genom ansökan till domstolar som är behöriga att fatta det nödvändiga beslutet, inbegripet, i lämpliga fall, genom överklagande, om ansökan om att fatta det nödvändiga beslutet avslås.
- (12) När en behörig myndighet i den mening som avses i förordning (EU) 2017/2394 till följd av den samordnade insatsen enligt den förordningen ålägger den näringsidkare som är ansvarig för den utbredda överträdelsen eller den utbredda överträdelsen med en unionsdimension en sanktionsavgift, bör den kunna ålägga en sanktionsavgift på minst 4 % av näringsidkarens årliga omsättning i alla medlemsstater som berörs av den samordnade tillsynsåtgärden.
- (13) Medlemsstaterna bör inte hindras från att behålla eller i nationell rätt införa maximala omsättningsbaserade sanktionsavgifter för utbredda överträdelser och utbredda överträdelser med en unionsdimension. Det bör även vara möjligt för medlemsstaterna att basera sådana sanktionsavgifter på näringsidkarens sammanlagda omsättning i hela världen eller att utvidga reglerna om sanktionsavgifter till att omfatta andra överträdelser som inte omfattas av bestämmelserna i detta direktiv, men som har samband med artikel 21 i förordning (EU) 2017/2394. Kravet på att sanktionsavgiften ska fastställas till en nivå som inte understiger 4 % av näringsidkarens årliga omsättning bör inte tillämpas på eventuella ytterligare regler i medlemsstaterna om viten, såsom löpande vite, för underlåtenhet att följa ett beslut, ett föreläggande, en interimistisk åtgärd, ett åtagande från näringsidkaren eller någon annan åtgärd i syfte att avbryta överträdelsen.
- (14) Regler om sanktioner bör införas i direktiv 93/13/EEG i syfte att öka direktivets avskräckande effekt. Det står medlemsstaterna fritt att besluta om administrativa eller rättsliga förfaranden för tillämpningen av sanktioner för överträdelser av det direktivet. I synnerhet kan administrativa myndigheter eller nationella domstolar ålägga sanktioner när de slår fast att avtalsvillkor är oskäliga, även på grundval av rättsliga förfaranden som har inletts av en administrativ myndighet. Nationella domstolar eller administrativa myndigheter kan även ålägga sanktioner om näringsidkaren använder avtalsvillkor som uttryckligen definieras som oskäliga under alla omständigheter enligt nationell rätt och om näringsidkaren använder avtalsvillkor som har fastställts vara oskäliga enligt ett slutligt bindande avgörande. Medlemsstaterna kan besluta att administrativa myndigheter även har rätt att slå fast att avtalsvillkor är oskäliga. Administrativa myndigheter eller nationella domstolar kan även ålägga en sanktion genom samma avgörande som fastställer att avtalsvillkor är oskäliga. Medlemsstaterna kan fastställa lämpliga samordningsmekanismer för åtgärder på nationell nivå beträffande individuell kompensation och sanktioner.
- (15) När medlemsstaterna fördelar intäkter från sanktionsavgifter bör de överväga att öka skyddet av konsumenternas allmänna intressen samt andra skyddade allmänintressen.
- (16) Medlemsstaterna bör säkerställa att konsumenter som skadats av otillbörliga affärsmetoder har tillgång till avhjälpande åtgärder i syfte att undanröja samtliga följder av dessa otillbörliga metoder. En tydlig ram för individuella avhjälpande åtgärder skulle underlätta privata insatser för att upprätthålla lagstiftningen. Konsumenterna bör på ett proportionellt och ändamålsenligt sätt ha rätt till skadestånd och, i tillämpliga fall, till prisavdrag eller rätt att avsluta avtalet. Medlemsstaterna bör inte hindras från att behålla eller införa rätten till andra avhjälpande åtgärder såsom reparation eller omleverans för de konsumenter som skadats av otillbörliga affärsmetoder i syfte att säkerställa att följderna av sådana metoder undanröjs fullständigt. Medlemsstaterna bör inte hindras från att fastställa villkor för tillämpning av avhjälpande åtgärder och effekterna av dessa för konsumenterna. Vid tillämpning av avhjälpande åtgärder kan den otillbörliga affärsmetodens allvar och art, den skada som konsumenten har lidit och andra relevanta omständigheter, såsom försummelse eller överträdelse av avtalet från näringsidkaren sida beaktas när så är lämpligt.

- (17) Vid kontrollen av ändamålsenligheten i konsumentskydds- och marknadsföringslagstiftningen och den parallella utvärderingen av direktiv 2011/83/EU identifierades även ett antal områden där de befintliga unionskonsumentskyddsreglerna bör moderniseras. Med tanke på den kontinuerliga utvecklingen av digitala verktyg är det nödvändigt att anpassa unionskonsumentskyddslagstiftningen.
- (18) När leverantörer av onlinesökfunktioner rankar kommersiella erbjudanden högre eller använder andra sätt för att ge dem en mer framskjutet placering i resultat vid sökningar på nätet har detta en stor inverkan på konsumenterna.
- (19) Rankning avser den relativa position som näringsidkarnas erbjudanden tilldelas eller den relevans som sökresultat ges såsom de presenteras, organiseras eller vidarebefordras av leverantörer av onlinesökfunktioner, inklusive till följd av användningen av algoritmisk sekvensering, system för betyg och omdömen, visuella markeringar eller andra framhåvningsverktyg eller kombinationer av sådana.
- (20) I detta avseende bör bilaga I till direktiv 2005/29/EG ändras för att klargöra att det bör vara förbjudet att använda metoder genom vilka en näringsidkare tillhandahåller en konsument information i form av sökresultat som svar på konsumentens sökning på internet utan att i fall då det rör sig om betald reklam eller då betalning skett specifikt för att uppnå en högre ranking av produkter i sökresultaten tydligt informera om detta. Om en näringsidkare direkt eller indirekt har betalat en leverantör av onlinesökfunktioner för en högre ranking av en produkt i sökresultaten bör leverantören av onlinesökfunktionen informera kunderna om denna omständighet i en kortfattad, lättillgänglig och begriplig form. Indirekt betalning kan ha formen av en näringsidkares godtagande av alla former av ytterligare skyldigheter gentemot leverantören av onlinesökfunktionen vilket specifikt resulterar i en högre ranking. En indirekt betalning kan bestå av ökad provision per transaktion samt olika ersättningsystem som specifikt leder till en högre ranking. Betalning för allmänna tjänster, såsom listningsavgifter eller medlemskapsabonnemang, som avser ett stort antal olika funktioner som leverantören av onlinesökfunktionen erbjuder näringsidkaren, bör inte anses utgöra en betalning som sker specifikt för att uppnå en högre ranking av produkter, förutsatt att sådana betalningar inte är avsedda att uppnå en högre ranking. Onlinesökfunktioner kan tillhandahållas av olika typer av e-handlare, inbegripet förmedlare, såsom marknadsplatser online, sökmotorer och webbplatser som jämför priser.
- (21) Transparenskrav för de huvudparametrar som bestämmer rankingen regleras även genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150^(*). Transparenskraven enligt den förordningen omfattar ett stort antal onlinebaserade förmedlingstjänster, inbegripet marknadsplatser online, men kraven är endast tillämpliga mellan näringsidkare och onlinebaserade förmedlare. Liknande transparenskrav bör därför införas i direktiv 2005/29/EG för att säkerställa lämplig transparens gentemot konsumenterna, med undantag för leverantörer av sökmotorer, som enligt den förordningen redan är skyldiga att ange huvudparametrarna, vilka enskilt eller tillsammans är mest betydelsefulla vid bestämmandet av rankingen samt dessa huvudparametrars relativa betydelse, genom att tillhandahålla en lättillgänglig och allmänt tillgänglig beskrivning, som är enkelt och begripligt formulerad, på sina sökmotorer.
- (22) Näringsidkare som ger konsumenter möjlighet att söka efter varor och tjänster, såsom resor, inkvartering och fritidsaktiviteter som erbjuds av olika näringsidkare eller av konsumenter, bör informera konsumenterna om de standardiserade huvudparametrar som bestämmer rankingen av de erbjudanden som presenteras för konsumenterna till följd av sökningen samt deras relativa betydelse jämfört med andra parametrar. Denna information bör vara konkret och göras tillgänglig på ett enkelt, väl synligt och direkt sätt. Parametrar som bestämmer rankingen avser alla allmänna kriterier, processer, specifika signaler som införlivats med algoritmer eller andra anpassnings- eller nedprioriteringsmekanismer som används i samband med rankingen.
- (23) Informationskravet beträffande de huvudparametrar som bestämmer rankingen påverkar inte tillämpningen av Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/943^(**). Näringsidkarna bör inte vara skyldiga att i detalj redovisa hur deras rankingsmekanismer fungerar, inklusive algoritmer. Näringsidkarna bör tillhandahålla en allmän beskrivning av de huvudparametrar som bestämmer rankingen som de använder och deras relativa betydelse jämfört med andra parametrar, men beskrivningen måste inte presenteras på ett anpassat sätt för varje enskild sökning.

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättsliga villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster (EUT L 186, 11.7.2019, s. 57).

(**) Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/943 av den 8 juni 2016 om skydd mot att icke röjd know-how och företagsinformation (företagshemligheter) olagligen anskaffas, utnyttjas och röjs (EUT L 157, 15.6.2016, s. 1).

- (24) När konsumenterna erbjuds produkter på marknadsplatser online är både leverantören av marknadsplatsen online och tredjepartsleverantören delaktiga i tillhandahållandet av den förhandsinformation som ska ges innan avtal ingås som krävs enligt direktiv 2011/83/EU. På grund av detta är det möjligt att konsumenterna som använder marknadsplatsen online inte klart förstår vilka som är deras avtalsparter och hur deras rättigheter och skyldigheter påverkas.
- (25) Marknadsplatser online bör i direktiven 2005/29/EG och 2011/83/EU definieras på ett liknande sätt som i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 524/2013⁽¹⁾ och Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/1148⁽²⁾. Definitionen av *marknadsplats online* bör dock uppdateras och göras mer teknikneutral för att omfatta ny teknik. Det är därför lämpligt att i stället för att hänvisa till en *webbplats*, hänvisa till programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning i enlighet med begreppet *onlinegränssnitt* i förordning (EU) 2017/2394 och Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/302⁽³⁾.
- (26) Det bör därför anges särskilda informationskrav för marknadsplatser online i direktiven 2005/29/EG och 2011/83/EU för att informera konsumenterna via marknadsplatser online om de huvudsakliga parametrarna som bestämmer rankingen av erbjudandena, och om huruvida de ingår ett avtal med en näringsidkare eller med någon som inte är näringsidkare, t.ex. en annan konsument.
- (27) Leverantörer av marknadsplatser online bör informera konsumenterna om huruvida den tredje part som erbjuder varor, tjänster eller digitalt innehåll är näringsidkare eller inte, på grundval av den tredje partens förklaring till marknadsplatsen online. När den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet förklarar sig inneha status som icke-näringsidkare bör leverantörerna av marknadsplatserna online tillhandahålla ett kortfattat meddelande om att konsumenträttigheterna enligt unionens konsumentskyddslagstiftning inte är tillämpliga på det ingångna avtalet. Konsumenterna bör dessutom informeras om hur skyldigheterna enligt avtalet är uppdelade mellan tredje parter som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet och leverantörerna av marknadsplatser online. Denna information bör tillhandahållas på ett tydligt och begripligt sätt och inte bara i standardvillkoren eller i liknande avtalshandlingar. Informationskraven för leverantörerna av marknadsplatser online bör vara proportionella. Kraven måste avspegla en balans mellan en hög konsumentskyddsnivå och konkurrenskraften för leverantörerna av marknadsplatser online. Leverantörerna av marknadsplatser online bör inte vara skyldiga att ange specifika konsumenträttigheter när de informerar konsumenterna om att de inte är tillämpliga. Detta påverkar inte de konsumentinformationskraven som anges i direktiv 2011/83/EU, särskilt i artikel 6.1 i det direktivet. Den information som ska lämnas om ansvaret för att säkerställa konsumenträttigheterna beror på avtalsarrangemangen mellan leverantörerna av marknadsplatser online och de relevanta utomstående tredjepartsnäringsidkarna. Leverantören av marknadsplatsen online kan ange att en tredjepartsnäringsidkare ensam ansvarar för att säkerställa konsumenträttigheterna eller beskriva sitt egna specifika ansvar när den leverantören åtar sig ansvaret för vissa aspekter av avtalet, till exempel leverans eller utövande av ångerrätten.
- (28) I enlighet med artikel 15.1 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG⁽⁴⁾ bör leverantörerna av marknadsplatser online inte vara skyldiga att kontrollera tredjepartsleverantörers rättsliga status. I stället bör leverantörerna av marknadsplatser online kräva att tredjepartsleverantörer på marknadsplatsen online anger sin status som näringsidkare eller icke-näringsidkare med avseende på tillämpning av konsumentskyddslagstiftning och att de lämnar denna information till leverantören av marknadsplatsen online.
- (29) Med hänsyn till den snabba tekniska utvecklingen i fråga om marknadsplatser online och behovet av att säkerställa en hög konsumentskyddsnivå bör medlemsstaterna kunna införa eller behålla särskilda ytterligare åtgärder för detta ändamål. Sådana bestämmelser bör vara proportionella och icke-diskriminerande och bör inte påverka direktiv 2000/31/EG.

⁽¹⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 524/2013 av den 21 maj 2013 om tvistlösning online vid konsumentvister och om ändring av förordning (EG) nr 2006/2004 och direktiv 2009/22/EG (förordningen om tvistlösning online vid konsumentvister) (EUT L 165, 18.6.2013, s. 1).

⁽²⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/1148 av den 6 juli 2016 om åtgärder för en hög gemensam nivå på säkerhet i nätverks- och informationssystem i hela unionen (EUT L 194, 19.7.2016, s. 1).

⁽³⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/302 av den 28 februari 2018 om åtgärder mot oömsertad geoblockering och andra former av diskriminering på grund av kundernas nationalitet, bostättningsort eller etableringsort på den inre marknaden och om ändring av förordningarna (EG) nr 2006/2004 och (EU) 2017/2394 samt direktiv 2009/22/EG (EUT L 60 I, 2.3.2018, s. 1).

⁽⁴⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden ("Direktiv om elektronisk handel") (EGT L 178, 17.7.2000, s. 1).

- (30) Definitionerna av digitalt innehåll och digitala tjänster i direktiv 2011/83/EU bör anpassas till definitionerna i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770⁽¹⁵⁾. Digitalt innehåll som omfattas av direktiv (EU) 2019/770 täcker ett enda tillhandahållande, en rad enskilda tillhandahållanden eller kontinuerligt tillhandahållande över en tidsperiod. Det bör inte nödvändigtvis krävas långvarigt tillhandahållande för att det ska vara fråga om kontinuerligt tillhandahållande. När det rör sig om fall såsom strömmande via nätet av ett videoklipp bör detta betraktas som kontinuerligt tillhandahållande under en tidsperiod, oavsett den audiovisuella filens faktiska längd. Det kan därför vara svårt att göra åtskillnad mellan vissa typer av digitalt innehåll och digitala tjänster, eftersom båda kan omfatta kontinuerligt tillhandahållande från näringsidkaren under avtalets löptid. Exempel på digitala tjänster är video- och ljudledningstjänster och annan fillagring, ordbehandling eller spel som erbjuds i molntjänster, molnlagring, webbaserad e-post, sociala medier och molnapplikationer. Tjänsteleverantörens kontinuerliga engagemang berättigar tillämpningen av bestämmelserna om ångerrätt i direktiv 2011/83/EU som gör det möjligt för konsumenter att prova tjänsten och, under en 14-dagarsperiod från det att avtalet ingåtts, besluta om de vill behålla den eller inte. Många avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium kännetecknas av att näringsidkaren genom ett enda tillhandahållande tillhandahåller konsumenten digitalt innehåll bestående av en eller flera specifika delar, t.ex. specifika musik- eller videofiler. Avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium fortsätter att omfattas av undantaget från ångerrätten som anges i artikel 16 första stycket m i direktiv 2011/83/EU, enligt vilket konsumenten förlorar sin ångerrätt när avtalets utförande inleds, såsom nedladdning eller strömning av innehållet, på villkor att konsumenten har gett sitt uttryckliga förhandssamtycke till att utförandet ska påbörjas innan ångerfristen löper ut och medgett att konsumentens ångerrätt därigenom går förlorad. I fall där det är tveksamt huruvida avtalet är ett avtal om tjänster eller ett avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium bör reglerna om ångerrätten för tjänster vara tillämpliga.
- (31) Digitalt innehåll och digitala tjänster tillhandahålls ofta på internet enligt avtal enligt vilka konsumenten inte betalar ett pris, utan tillhandahåller näringsidkaren personuppgifter. Direktiv 2011/83/EU är redan tillämpligt på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium (dvs. tillhandahållande av digitalt innehåll på internet), oavsett om konsumenten betalar ett pris i pengar eller tillhandahåller personuppgifter. Det direktivet är emellertid endast tillämpligt på tjänsteavtal, inbegripet avtal om digitala tjänster, enligt vilka konsumenten betalar eller åtar sig att betala ett pris. Följaktligen är det direktivet inte tillämpligt på avtal om digitala tjänster enligt vilka konsumenten tillhandahåller näringsidkaren personuppgifter utan att betala ett pris. Med tanke på likheterna och utbytarheten mellan betaldigitaltjänster och digitala tjänster som tillhandahålls i utbyte mot personuppgifter bör de omfattas av samma regler enligt det direktivet.
- (32) Samstämmighet bör säkerställas mellan tillämpningsområdet för direktiv 2011/83/EU och direktiv (EU) 2019/770, vilket tillämpas på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll eller digitala tjänster där konsumenten tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla näringsidkaren personuppgifter.
- (33) Därför bör tillämpningsområdet för direktiv 2011/83/EU utvidgas till att även omfatta avtal enligt vilka näringsidkaren tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla konsumenten en digital tjänst och konsumenten tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla personuppgifter. På ett liknande sätt som avseende avtal för tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium bör det direktivet alltid tillämpas när konsumenten tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla näringsidkaren personuppgifter, utom när de personuppgifter som konsumenten har tillhandahållit enbart behandlas av näringsidkaren för att tillhandahålla det digitala innehållet eller den digitala tjänsten, och näringsidkaren inte behandlar dessa uppgifter för något annat ändamål. All behandling av personuppgifter bör vara förenlig med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679⁽¹⁶⁾.
- (34) För att säkerställa fullständig anpassning till direktiv (EU) 2019/770, när digitalt innehåll och digitala tjänster inte tillhandahålls mot ett pris, bör direktiv 2011/83/EU inte heller tillämpas på situationer där näringsidkaren samlar in personuppgifter enbart för att uppfylla rättsliga krav som gäller för näringsidkaren. Sådana situationer kan till exempel inbegripa fall där det enligt tillämplig lagstiftning krävs att konsumenten registreras i säkerhets- och identifieringssyfte.

⁽¹⁵⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster (EUT L 136, 22.5.2019, s. 1).

⁽¹⁶⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) (EUT L 119, 4.5.2016, s. 1).

- (35) Direktiv 2011/83/EU bör inte heller tillämpas på situationer där näringsidkaren endast samlar in metadata, såsom information om konsumentens enhet eller webbhistorik, utom när denna situation betraktas som ett avtal enligt nationell rätt. Det bör inte heller tillämpas på situationer där konsumenten utan att ha ingått ett avtal med näringsidkaren exponeras för reklam uteslutande i syfte att få tillgång till digitalt innehåll eller en digital tjänst. Det bör dock stå medlemsstaterna fritt att utvidga tillämpningen av det direktivet till sådana situationer eller att på annat sätt reglera sådana situationer, vilka är undantagna från tillämpningsområdet för det direktivet.
- (36) Begreppet funktionalitet bör anses avse de sätt på vilka digitalt innehåll eller en digital tjänst kan användas. Exempelvis skulle avsaknaden eller förekomsten av tekniska begränsningar, till exempel skydd i form av förvaltning av digitala rättigheter eller regionkodning, kunna påverka kapaciteten hos det digitala innehållet eller den digitala tjänsten att i alla avseenden fungera på avsett vis. Begreppet driftskompatibilitet avser huruvida och i vilken utsträckning digitalt innehåll eller en digital tjänst kan fungera med annan hårdvara eller programvara än med vilken digitalt innehåll eller digitala tjänster av samma typ normalt används. Framgångsrik funktionalitet skulle exempelvis kunna vara kapaciteten hos det digitala innehållet eller den digitala tjänsten att utbyta information med sådan annan programvara eller hårdvara och att använda den information som utbyts. Begreppet driftskompatibilitet definieras i direktiv (EU) 2019/770.
- (37) Enligt artiklarna 7.3 och 8.8 i direktiv 2011/83/EU krävs det att näringsidkaren, vid avtal utanför fasta affärslokaler respektive distansavtal, erhåller konsumentens uttryckliga förhandssamtycke till att utförandet inleds innan ångerfristen löper ut. I artikel 14.4 a i det direktivet föreskrivs en avtalsenlig sanktion när detta krav inte uppfylls av näringsidkaren, nämligen att konsumenten inte behöver betala för de tjänster som tillhandahållits. Kravet på att erhålla konsumentens uttryckliga förhandssamtycke är därför endast relevant för tjänster, inbegripet digitala tjänster, som tillhandahålls mot att ett pris betalas. Det är därför nödvändigt att ändra artiklarna 7.3 och 8.8 så att kravet på näringsidkare att erhålla konsumentens uttryckliga förhandssamtycke endast är tillämpligt på tjänsteavtal som innebär en betalningsskyldighet för konsumenten.
- (38) I artikel 16 första stycket m i direktiv 2011/83/EU föreskrivs ett undantag från ångerrätten i fråga om digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium om konsumenten på förhand gett sitt uttryckliga förhandssamtycke till att utförandet inleds innan ångerfristen löpt ut och medgett att konsumentens ångerrätt därigenom går förlorad. I artikel 14.4 b i det direktivet föreskrivs en avtalsenlig sanktion när detta krav inte uppfylls av näringsidkaren, nämligen att konsumenten inte behöver betala för det digitala innehållet som konsumerats. Kravet på att erhålla konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande är därför endast relevant för digitalt innehåll som tillhandahålls mot att ett pris betalas. Det är därför nödvändigt att ändra artikel 16 första stycket m så att kravet på näringsidkare att erhålla konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande endast är tillämpligt på avtal som innebär en betalningsskyldighet för konsumenten.
- (39) I artikel 7.4 i direktiv 2005/29/EG fastställs informationskrav för ett köperbudande avseende en produkt till ett visst pris. Dessa informationskrav gäller redan på reklamstadiet, medan det genom direktiv 2011/83/EU ställs samma och andra mer detaljerade informationskrav för det senare skedet innan avtal ingås (dvs. precis innan konsumenten ingår ett avtal). Därför kan näringsidkare vara skyldiga att tillhandahålla samma information på reklamstadiet (t.ex. i onlinereklam på en mediewebplats) som i skedet innan avtal ingås (t.ex. på sidorna i sina nätbutiker).
- (40) Informationskraven enligt artikel 7.4 i direktiv 2005/29/EG inbegriper information till konsumenterna om näringsidkarens hantering av reklamationer. Resultaten från kontrollen av ändamålsenligheten i konsument- och marknadsföringslagstiftningen visar att denna information är mest relevant i skedet innan avtal ingås, vilket regleras i direktiv 2011/83/EU. Kravet på att tillhandahålla denna information i köperbudanden på reklamstadiet enligt direktiv 2005/29/EG bör därför utgå.
- (41) I artikel 6.1 h i direktiv 2011/83/EU åläggs näringsidkarna att tillhandahålla konsumenterna förhandsinformation om ångerrätten, inklusive den standardblankett för utövande av ångerrätten som finns i bilaga I B till direktivet. I artikel 8.4 i det direktivet föreskrivs enklare krav på förhandsinformation om avtalet ingås med hjälp av ett medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen, t. ex. per telefon, via en röststyrd shoppingassistent eller via sms. Den obligatoriska förhandsinformation som ska tillhandahållas på eller via det särskilda medlet för distanskommunikation omfattar den information om ångerrätten som avses i artikel 6.1 h. I enlighet med detta omfattar den också tillhandahållande av den standardblankett för utövande av ångerrätten som finns i bilaga I B. Det är dock omöjligt att tillhandahålla ångerbrevet när avtalet

ingås genom ett medel såsom telefon eller en röststyrd shoppingassistent och det kanske inte är tekniskt möjligt att göra det på ett användarvänligt sätt genom de andra medel för distanskommunikation som omfattas av artikel 8.4. Det är därför lämpligt att undanta tillhandahållande av standardblanketten för utövande av ångerrätten från den information som näringsidkare måste lämna under alla omständigheter på eller via det särskilda medel för distanskommunikation som användes vid avtalets ingående enligt artikel 8.4.

- (42) I artikel 16 första stycket a i direktiv 2011/83/EU föreskrivs ett undantag från ångerrätten avseende tjänsteavtal som utförts fullständigt, såvida tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad efter det att näringsidkaren utfört avtalet fullständigt. Enligt artiklarna 7.3 och 8.8 i det direktivet, som rör näringsidkares skyldigheter i situationer där utförandet av avtalet inletts innan ångerfristen har löpt ut, krävs däremot endast att näringsidkaren erhåller konsumentens uttryckliga förhandssamtycke men inte konsumentens medgivande av att ångerrätten går förlorad när avtalet utförts. För att säkerställa enhetlighet mellan dessa bestämmelser är det nödvändigt att i artiklarna 7.3 och 8.8 lägga till en skyldighet för näringsidkaren att även inhämta konsumentens medgivande av att ångerrätten går förlorad när avtalet utförts, om avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten. Dessutom bör ordalydelsen i artikel 16 första stycket a ändras för att beakta ändringarna av artiklarna 7.3 och 8.8 genom vilka kravet på näringsidkare att erhålla konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande endast är tillämpligt på tjänsteavtal som innebär en betalningsskyldighet för konsumenten. Medlemsstaterna bör dock ges möjligheten att inte tillämpa kravet att erhålla konsumentens medgivande av att ångerrätten går förlorad när avtalet utförts på tjänsteavtal där konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer. Artikel 16 första stycket c i det direktivet innehåller ett undantag från ångerrätten när det gäller avtal avseende tillhandahållande av varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel. Detta undantag omfattar exempelvis tillverkning och montering av möbler som har anpassats till kundens hem när de tillhandahålls enligt ett enskilt försäljningsavtal.
- (43) Undantaget från ångerrätten enligt artikel 16 första stycket b i direktiv 2011/83/EU bör även anses vara tillämpligt på avtal om enskilda leveranser av energi som inte tillhandahålls genom energinätet, eftersom priset på sådan energi är beroende av svängningar på råvaru- eller energimarknaderna som näringsidkaren inte kan påverka och som kan uppstå under den tid då ångerfristen löper.
- (44) I artikel 14.4 i direktiv 2011/83/EU anges under vilka förutsättningar, i händelse av att konsumenten utövar sin ångerrätt, konsumenten inte ska stå för kostnaderna för utförda tjänster, tillhandahållande av allmännyttiga tjänster och tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium. Om något av dessa villkor är uppfyllt behöver konsumenten inte betala priset för den tjänst, de allmännyttiga tjänster eller det digitala innehåll som mottagits innan ångerrätten utövats. När det gäller digitalt innehåll är ett av dessa icke-kumulativa villkor, närmare bestämt enligt artikel 14.4 b iii, underlåtenhet att ge bekräftelse på avtalet, inbegripet en bekräftelse på konsumentens uttryckliga förhandssamtycke till att avtalets utförande inleds innan ångerfristen löper ut och medgivande av att ångerrätten går förlorad till följd av detta. Detta villkor ingår dock inte bland villkoren för förlust av ångerrätten i artikel 16 första stycket m i det direktivet, vilket skapar osäkerhet när det gäller konsumenternas möjlighet att åberopa artikel 14.4 b iii när de två andra villkor som anges i artikel 14.4 b är uppfyllda och ångerrätten till följd av detta går förlorad enligt artikel 16 första stycket m. Det villkor som anges i artikel 14.4 b iii bör därför läggas till i artikel 16 första stycket m så att konsumenterna kan utöva sin ångerrätt när det villkoret inte är uppfyllt och således göra gällande de rättigheter som anges i artikel 14.4.
- (45) Näringsidkare kan personanpassa priset på sina erbjudanden till specifika konsumenter eller specifika grupper av konsumenter baserat på automatiserat beslutsfattande och profilering av konsumentbeteende, som ger näringsidkarna möjlighet att bedöma konsumenternas köpkraft. Konsumenterna bör därför tydligt informeras när det pris som anges har personanpassats på grundval av automatiserat beslutsfattande, så att de kan ta hänsyn till eventuella risker när de fattar sitt köpbeslut. Därför bör ett specifikt informationskrav läggas till i direktiv 2011/83/EU så att konsumenten informeras när priset har personanpassats på grundval av automatiserat beslutsfattande. Detta informationskrav bör inte vara tillämpligt på tekniker såsom s.k. dynamisk prissättning eller prissättning i realtid som innebär att priset förändras på ett mycket flexibelt och snabbt sätt som svar på marknads efterfrågan när

dessa tekniker inte omfattar personanpassning på grundval av automatiserat beslutsfattande. Detta informationskrav påverkar inte tillämpningen av förordning (EU) 2016/679, som bland annat föreskriver att enskilda har rätt att inte bli föremål för automatiserat beslutsfattande, inklusive profilering.

- (46) Med tanke på den tekniska utvecklingen är det nödvändigt att ta bort hänvisningen till faxnummer från förteckningen över de kommunikationsmedel som finns i artikel 6.1 c i direktiv 2011/83/EU eftersom fax nu sällan används och har blivit inaktuell.
- (47) Konsumenter förlitar sig i allt högre grad på konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer när de fattar köpbeslut. När näringsidkare tillhandahåller konsumentrecensioner av produkter bör de därför informera konsumenterna om huruvida de har processer eller rutiner för att säkerställa att de publicerade recensionerna härrör från konsumenter som faktiskt har använt eller köpt produkterna. Om sådana processer eller rutiner finns bör näringsidkarna tillhandahålla information om hur kontrollerna utförs och ge tydlig information till konsumenter om hur recensioner behandlas, till exempel om alla recensioner, oavsett om de är positiva eller negativa, läggs ut eller om dessa recensioner har sponsrats eller påverkats av en avtalsförbindelse med en näringsidkare. Det bör därför betraktas som en otillbörlig affärsmetod att vilsledda konsumenter genom att påstå att recensioner av en produkt har lagts ut av konsumenter som faktiskt använt eller köpt den produkten när inga rimliga och proportionella åtgärder har vidtagits för att säkerställa att recensionerna verkligen härrör från sådana konsumenter. Sådana åtgärder skulle kunna inkludera tekniska medel för att kontrollera tillförlitligheten hos den person som lägger ut en recension, till exempel genom att begära information för att kontrollera att konsumenten faktiskt har använt eller köpt produkten.
- (48) Bestämmelserna i detta direktiv om konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer påverkar inte sedvanlig och legitim praxis att i reklam göra överdrivna påståenden eller påståenden som inte är avsedda att uppfattas i bokstavlig mening.
- (49) Det bör även vara förbjudet för näringsidkare att lägga ut falska konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer, såsom s.k. gillanden på sociala medier, eller att ge andra i uppdrag att göra detta för att göra reklam för sina produkter, samt att manipulera konsumentrecensioner och konsumentrekommendationer, exempelvis genom att endast publicera positiva recensioner och radera negativa recensioner. Sådana metoder kan även förekomma genom extrapolering av rekommendationer från sociala medier i fall då en användares positiva interaktion med visst onlineinnehåll kopplas eller överförs till ett annat, men relaterat innehåll, vilket skapar ett intryck av att användaren även har en positiv inställning till det relaterade innehållet.
- (50) Det bör vara förbjudet för näringsidkare att till konsumenterna vidaresälja biljetter till kultur- och idrottsevenemang som de har förvärvat genom användning av programvara såsom s.k. bottar, vilken ger näringsidkarna möjlighet att köpa biljetter utöver de tekniska begränsningar som tillämpas av den primära biljettförsäljaren eller att kringgå andra tekniska medel som den primära försäljaren har infört för att säkerställa att biljetter finns tillgängliga för alla. Detta förbud påverkar inte eventuella andra nationella åtgärder som medlemsstaterna kan vidta för att skydda konsumenternas berättigade intressen, säkra sin kulturpolitik och bred tillgång för alla till kultur- och idrottsvenemang, exempelvis att reglera vidareförsäljningspriser på biljetter.
- (51) I artikel 16 i stadgan garanteras näringsfriheten i enlighet med unionsrätten samt nationell lagstiftning och praxis. Marknadsföring i alla medlemsstater av varor såsom identiska varor när deras sammansättning eller egenskaper i själva verket väsentligt skiljer sig åt kan emellertid vilsledda konsumenterna och medföra att de fattar ett affärsbeslut som de annars inte skulle ha fattat.
- (52) En sådan metod kan därför anses strida mot direktiv 2005/29/EG på grundval av en bedömning från fall till fall av relevanta delar. För att underlätta för medlemsstaternas konsument- och livsmedelsmyndigheter att tillämpa befintlig unionsrätt tillhandahålls vägledning om tillämpningen av unionens nuvarande regler på situationer med kvalitetsskillnader mellan livsmedel i kommissionens tillkännagivande av den 29 september 2017 med titeln *Tillämpningen av EU:s livsmedels- och konsumentskyddslagstiftning på produkter med kvalitetsskillnader – Det specifika fallet livsmedel*. I detta sammanhang presenterade kommissionens gemensamma forskningscentrum den 25 april 2018 ett dokument med titeln *Framework for selecting and testing of food products to assess quality related characteristics: EU harmonised testing methodology*.
- (53) Erfarenheterna från tillsynen har dock visat att det kan vara oklart för konsumenter, näringsidkare och nationella behöriga myndigheter vilka affärsmetoder som kan strida mot direktiv 2005/29/EG när det saknas en uttrycklig bestämmelse. Därför bör det direktivet ändras för att säkerställa rättssäkerhet för både näringsidkare och tillsynsmyndigheter genom att uttryckligen reglera vad som gäller då en vara marknadsförs som identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater, när varornas sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig

åt. De behöriga myndigheterna bör bedöma och hantera sådana metoder från fall till fall i enlighet med direktiv 2005/29/EG, i dess lydelse enligt det här direktivet. Vid sin bedömning bör den behöriga myndigheten ta hänsyn till huruvida det är lätt för konsumenter att identifiera sådana skillnader, en näringsidkares rätt att anpassa varor av samma märke till olika geografiska marknader på grund av legitima och objektiva faktorer, såsom nationell rätt, tillgång till råvaror eller råvarors säsongsbundenhet eller frivilliga strategier som syftar till att förbättra tillgången till hälsosamma och näringsriktiga livsmedel samt näringsidkarnas rätt att erbjuda varor av samma märke i förpackningar med olika vikt eller volym på olika geografiska marknader. De behöriga myndigheterna bör bedöma huruvida konsumenterna lätt kan identifiera sådana skillnader genom att undersöka tillgången till information och huruvida den är tillräcklig. Det är viktigt att konsumenterna informeras om skillnader mellan varor på grund av legitima och objektiva faktorer. Det bör stå näringsidkarna fritt att tillhandahålla sådana uppgifter på olika sätt som ger konsumenterna tillgång till den nödvändiga informationen. Generellt bör näringsidkarna helst välja alternativ till att tillhandahålla sådan information i varornas märkning. Unionens relevanta sektors specifika regler och regler för varors fria rörlighet bör följas.

- (54) Försäljning utanför fasta affärslokaler utgör visserligen en berättigad och väletablerad försäljningskanal, t.ex. försäljning i näringsidkarens fasta affärslokaler och distansförsäljning, men vissa särskilt aggressiva eller vilsledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder i samband med besök i konsumentens hem eller under utflykter enligt artikel 2.8 i direktiv 2011/83/EU kan utsätta konsumenterna för påtryckningar att köpa varor eller tjänster som de annars inte skulle köpa eller inköp till mycket höga priser, ofta med omedelbar betalning. Sådana metoder riktar sig ofta mot äldre personer eller andra utsatta konsumenter. Vissa medlemsstater anser att dessa metoder inte är önskvärda och bedömer att det är nödvändigt att begränsa vissa former och aspekter av försäljning utanför fasta affärslokaler i den mening som avses i direktiv 2011/83/EU, såsom aggressiv och vilsledande marknadsföring eller försäljning av en produkt i samband med ett icke begärt besök i konsumentens hem eller utflykter. När sådana begränsningar antas på andra grunder än konsumentskydd, såsom allmän ordning eller den respekt för konsumenternas privatliv som skyddas genom artikel 7 i stadgan, faller de utanför tillämpningsområdet för direktiv 2005/29/EG.
- (55) I enlighet med subsidiaritetsprincipen och för att underlätta upprätthållande av efterlevnaden bör det förtydligas att direktiv 2005/29/EG inte påverkar medlemsstaternas frihet att anta nationella bestämmelser för att ytterligare skydda konsumenternas berättigade intressen mot otillbörliga affärsmetoder i samband med näringsidkarens icke begärda besök i deras hem i syfte att erbjuda eller sälja produkter eller utflykter som anordnas av näringsidkaren, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter, när sådana bestämmelser är berättigade med hänsyn till konsumentskyddet. Sådana bestämmelser bör vara proportionella och icke-diskriminerande och bör inte innebära ett förbud mot dessa försäljningskanaler som sådana. Nationella bestämmelser som antas av medlemsstaterna skulle exempelvis kunna föreskriva vilken tid på dagen besök i konsumenternas hem utan deras uttryckliga begäran inte är tillåtna eller förbud mot sådana besök när konsumenterna på ett synligt sätt har angett att de inte godtar sådana besök, eller föreskriva betalningsrutiner. Sådana bestämmelser kan dessutom föreskriva mer skyddande regler på de områden som är harmoniserade genom direktiv 2011/83/EU. Direktiv 2011/83/EU bör därför ändras för att ge medlemsstaterna möjlighet att anta nationella åtgärder för att föreskriva en längre ångerfrist och avvika från specifika undantag från ångerrätten. Medlemsstaterna bör vara skyldiga att underrätta kommissionen om alla nationella bestämmelser som antagits i detta avseende så att kommissionen kan göra denna information tillgänglig för alla berörda parter och övervaka huruvida dessa rättsakter är proportionella och lagenliga.
- (56) När det gäller aggressiva och vilsledande affärsmetoder i samband med evenemang som anordnas på andra platser än i näringsidkarens lokaler påverkar direktiv 2005/29/EG inte eventuella etableringsvillkor eller tillståndssystem som medlemsstaterna kan införa för näringsidkare. Det direktivet påverkar inte heller nationell avtalsrätt, särskilt inte regler om avtals giltighet, ingående eller verkan. Aggressiva och vilsledande affärsmetoder i samband med evenemang som anordnas på andra platser än i näringsidkarens lokaler kan förbjudas på grundval av en bedömning från fall till fall i enlighet med artiklarna 5–9 i det direktivet. Bilaga I till det direktivet innehåller dessutom ett allmänt förbud mot metoder där näringsidkaren ger intryck av att inte handla inom yrkets ramar, och metoder som ger intryck av att konsumenten inte kan lämna platsen innan ett avtal har ingåtts. Kommissionen bör bedöma huruvida de gällande reglerna ger en tillfredsställande konsumentskyddsnivå och tillhandahåller ändamålsenliga verktyg för medlemsstaterna att effektivt hantera sådana metoder.

- (57) Detta direktiv bör inte påverka sådana aspekter av nationell avtalsrätt som inte regleras av detta direktiv. Därför bör detta direktiv inte påverka nationell avtalsrätt som reglerar exempelvis ett avtals ingående eller giltighet i fall såsom bristande samtycke eller otillåten kommersiell verksamhet.
- (58) För att säkerställa att medborgarna har tillgång till uppdaterad information om sina konsumenträttigheter och om alternativ tvistlösning bör den kontaktpunkt online som kommissionen ska inrätta så långt som möjligt vara användarvänlig, vara möjlig att nå via mobiltelefon, vara lättillgänglig och kunna användas av alla, inbegripet personer med funktionsnedsättning (s.k. design för alla).
- (59) I enlighet med den gemensamma politiska förklaringen av den 28 september 2011 från medlemsstaterna och kommissionen om förklarande dokument ⁽¹⁷⁾, har medlemsstaterna åtagit sig att, när det är motiverat, låta anmälan av införlivandeåtgärder åtföljas av ett eller flera dokument som förklarar förhållandet mellan de olika delarna i direktivet och motsvarande delar i de nationella instrumenten för införlivande. Lagstiftaren anser att det är motiverat att sådana dokument översänds avseende detta direktiv.
- (60) Eftersom målen för detta direktiv, nämligen bättre upprätthållande och modernisering av konsumentskyddslagstiftningen, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna utan snarare, på grund av problemets unionsomfattande art, kan uppnås bättre på unionsnivå, kan unionen vidta åtgärder i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i fördraget om Europeiska unionen. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går detta direktiv inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå dessa mål.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Ändring av direktiv 93/13/EEG

I direktiv 93/13/EEG ska följande artikel införas:

Artikel 8b

1. Medlemsstaterna ska fastställa regler om sanktioner för överträdelse av nationella bestämmelser som antagits enligt detta direktiv och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de tillämpas. Sanktionerna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande.
2. Medlemsstaterna får begränsa sådana sanktioner till situationer där avtalsvillkoren uttryckligen fastställts som oskäliga under alla omständigheter i nationell rätt, eller om en näringsidkare fortsätter att använda avtalsvillkor som har konstaterats vara oskäliga i ett slutligt avgörande som har fattats i enlighet med artikel 7.2.
3. Medlemsstaterna ska säkerställa att följande icke-uttömmande och vägledande kriterier beaktas vid åläggandet av sanktioner, i lämpliga fall:
 - a) Överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet.
 - b) Eventuella åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att mildra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av.
 - c) Eventuella tidigare överträdelser som begåtts av näringsidkaren.
 - d) Den ekonomiska vinst som näringsidkaren erhållit eller förlust som denna undvikit på grund av överträdelsen, om relevanta uppgifter finns tillgängliga.
 - e) I gränsöverskridande fall, sanktioner som näringsidkaren ålagts för samma överträdelse i andra medlemsstater i fall då information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets rådets förordning (EU) 2017/2394 (*).
 - f) Eventuella andra försvårande eller förmildrande faktorer som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.

⁽¹⁷⁾ EUT C 369, 17.12.2011, s. 14.

4. Utan att det påverkar tillämpningen av punkt 2 i den här artikeln ska medlemsstaterna säkerställa att när sanktioner ska åläggas i enlighet med artikel 21 i förordning (EU) 2017/2394 ska de inbegripa en möjlighet antingen att ålägga sanktionsavgifter via administrativa förfaranden eller att inleda rättsliga förfaranden för åläggande av sanktionsavgifter, eller bådadera; det högsta beloppet för sådana sanktionsavgifter ska vara minst 4 % av näringsidkarens årliga omsättning i den eller de berörda medlemsstaterna.
5. I fall där en sanktionsavgift ska åläggas i enlighet med punkt 4, men information om näringsidkarens årliga omsättning inte finns tillgänglig, ska medlemsstaterna införa en möjlighet att ålägga sanktionsavgifter till ett högsta belopp på minst 2 miljoner EUR.
6. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla de regler och åtgärder som avses i punkt 1 senast den 28 november 2021, samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004 (EUT L 345, 27.12.2017, s. 1)."

Artikel 2

Ändringar av direktiv 98/6/EG

Direktiv 98/6/EG ska ändras på följande sätt:

1. Följande artikel ska införas:

"Artikel 6a

1. Varje tillkännagivande om en prissänkning ska innehålla uppgift om det tidigare pris som näringsidkaren har tillämpat under en fastställd tidsperiod före tillämpningen av prissänkningen.
 2. Med tidigare pris avses det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat under en tidsperiod inte understigande 30 dagar före tillämpningen av prissänkningen.
 3. Medlemsstaterna får föreskriva andra regler för varor som sannolikt kan försämrats eller har kort sista förbrukningsdatum.
 4. Om produkten har funnits på marknaden i mindre än 30 dagar får medlemsstaterna även föreskriva en kortare tidsperiod än den period som anges i punkt 2.
 5. För fall då prissänkningen ökas gradvis får medlemsstaterna föreskriva att det tidigare priset är priset utan prissänkningen före den första tillämpningen av prissänkningen."
2. Artikel 8 ska ersättas med följande:

"Artikel 8

1. Medlemsstaterna ska fastställa regler om sanktioner för överträdelse av nationella bestämmelser som antagits enligt detta direktiv och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de tillämpas. Sanktionerna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande.
2. Medlemsstaterna ska säkerställa att följande icke-uttömmande och vägledande kriterier beaktas vid åläggandet av sanktioner, i lämpliga fall:
 - a) Överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet.
 - b) Eventuella åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att mildra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av.
 - c) Eventuella tidigare överträdelser som begåtts av näringsidkaren.
 - d) Den ekonomiska vinst som näringsidkaren erhållit eller förlust som denna undvikit på grund av överträdelsen, om relevanta uppgifter finns tillgängliga.
 - e) I gränsöverskridande fall, sanktioner som näringsidkaren ålagts för samma överträdelse i andra medlemsstater i fall då information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 (*).
 - f) Eventuella andra försvårande eller förmildrande faktorer som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.

3. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla de regler och åtgärder som avses i punkt 1 senast den 28 november 2021, samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004 (EUT L 345, 27.12.2017, s. 1)."

Artikel 3

Ändringar av direktiv 2005/29/EG

Direktiv 2005/29/EG ska ändras på följande sätt:

1. I artikel 2 ska första stycket ändras på följande sätt:

a) Led c ska ersättas med följande:

"c) *produkt*: alla typer av varor och tjänster, även fast egendom, digitala tjänster och digitalt innehåll samt rättigheter och skyldigheter."

b) Följande led ska läggas till:

"m) *ranking*: den relativa position som tilldelas näringsidkarnas produkter såsom de presenteras, organiseras eller vidarebefordras av näringsidkaren, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran.

n) *marknadsplats online*: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning, som ger konsumenterna möjlighet att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter."

2. I artikel 3 ska punkterna 5 och 6 ersättas med följande:

"5. Detta direktiv hindrar inte medlemsstaterna från att anta bestämmelser för att skydda konsumenternas berättigade intressen vad gäller aggressiva eller vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder, i samband med en näringsidkares besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet.

6. Medlemsstaterna ska till kommissionen utan dröjsmål anmäla eventuella nationella bestämmelser som antagits med stöd av punkt 5 samt eventuella ändringar. Kommissionen ska göra denna information lättillgänglig för konsumenter och näringsidkare på en särskild webbplats."

3. I artikel 6.2 ska följande led läggas till:

"c) marknadsföring av en vara i en medlemsstat såsom en vara som är identisk med en vara som marknadsförs i andra medlemsstater, när dessa varors sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt, såvida det inte är motiverat av legitima och objektiva faktorer."

4. Artikel 7 ska ändras på följande sätt:

a) Punkt 4 ska ändras på följande sätt:

i) Led d ska ersättas med följande:

"d) Närmare villkor för betalning, leverans och fullgörande, om de avviker från de krav god yrkessed innebär."

ii) Följande led ska läggas till:

"f) För produkter som erbjuds på en marknadsplats online, huruvida den tredje part som erbjuder produkterna är näringsidkare eller inte, på grundval av den tredje partens förklaring till leverantören av marknadsplatsen online."

b) Följande punkt ska införas:

"4a. När konsumenterna ges möjlighet att söka efter produkter som erbjuds av olika näringsidkare eller av konsumenter på grundval av en sökning i form av ett nyckelord, en fras eller annan indata, oavsett var transaktionen slutligen ingås, ska allmän information, som tillhandahålls i ett särskilt avsnitt av onlinegränssnittet och är direkt och enkelt tillgänglig från den sida där sökresultaten presenteras, om de huvudparametrar som

bestämmer rankingen av de produkter som presenteras för konsumenten till följd av sökningen och dessa parametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar anses som väsentlig. Denna punkt är inte tillämplig på leverantörer av sökmotorer enligt definitionen i artikel 2.6 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 (*).

(* Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster (EUT L 186, 11.7.2019, s. 57)."

c) Följande punkt ska läggas till:

"6. Om en näringsidkare ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska information om huruvida och på vilket sätt näringsidkaren säkerställer att de publicerade recensionerna härrör från konsumenter som faktiskt har använt eller köpt produkterna anses som väsentlig."

5. Följande artikel ska införas:

"Artikel 11a

Möjligheter till kompensation

1. Konsumenter som skadats av otillbörliga affärsmetoder ska ha tillgång till proportionella och effektiva avhjälpande åtgärder, inbegripet skadestånd för den skada som konsumenten har lidit och, i relevanta fall, prisavdrag eller rätt att avsluta avtalet. Medlemsstaterna får fastställa villkoren för tillämpningen av dessa avhjälpande åtgärder och deras effekt. Medlemsstaterna får i lämpliga fall ta hänsyn till den otillbörliga affärsmetodens allvar och art, den skada konsumenten har lidit samt andra relevanta omständigheter.

2. Dessa avhjälpande åtgärder ska inte påverka tillämpningen av andra avhjälpande åtgärder som finns tillgängliga för konsumenter enligt unionsrätten eller nationell rätt."

6. Artikel 13 ska ersättas med följande:

"Artikel 13

Sanktioner

1. Medlemsstaterna ska fastställa regler om sanktioner för överträdelse av nationella bestämmelser som antagits enligt detta direktiv och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de tillämpas. Sanktionerna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande.

2. Medlemsstaterna ska säkerställa att följande icke-uttömmande och vägledande kriterier beaktas vid åläggandet av sanktioner, i lämpliga fall:

- Överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet.
- Eventuella åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att mildra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av.
- Eventuella tidigare överträdelser som begåtts av näringsidkaren.
- Den ekonomiska vinst som näringsidkaren erhållit eller förlust som denna undvikit på grund av överträdelsen, om relevanta uppgifter finns tillgängliga.
- I gränsöverskridande fall, sanktioner som näringsidkaren ålagts för samma överträdelse i andra medlemsstater i fall då information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättas genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 (*).
- Eventuella andra försvårande eller förmildrande faktorer som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.

3. Medlemsstaterna ska säkerställa att när sanktioner ska åläggas i enlighet med artikel 21 i förordning (EU) 2017/2394 ska de inbegripa en möjlighet antingen att ålägga sanktionsavgifter via administrativa förfaranden eller att inleda rättsliga förfaranden för åläggande av sanktionsavgifter, eller båda; det högsta beloppet för sådana sanktionsavgifter ska vara minst 4 % av näringsidkarens årliga omsättning i den eller de berörda medlemsstaterna. Utan att det påverkar den förordningen får medlemsstaterna, av nationella konstitutionella skäl, begränsa åläggandet av sanktionsavgifter till

- överträdelser av artiklarna 6, 7, 8 och 9 samt av bilaga I till detta direktiv, och

- b) en näringsidkares fortsatta användning av en affärsmetod som den nationella behöriga myndigheten eller domstolen har konstaterat vara otillbörlig, när denna affärsmetod inte utgör en sådan överträdelse som avses i led a.
4. I fall där en sanktionsavgift ska åläggas i enlighet med punkt 3, men information om näringsidkarens årliga omsättning inte finns tillgänglig, ska medlemsstaterna införa en möjlighet att ålägga sanktionsavgifter till ett högsta belopp på minst 2 miljoner EUR.
5. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla de regler och åtgärder som avses i punkt 1 senast den 28 november 2021, samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004 (EUT L 345, 27.12.2017, s. 1)."

7. Bilaga I ska ändras på följande sätt:

a) Följande punkt ska införas:

"11a. Tillhandahålla sökresultat som svar på en konsuments sökning på internet utan att i fall då det rör sig om betalning reklam eller då betalning skett specifikt för att uppnå en högre ranking av produkter i sökresultaten tydligt informera om detta."

b) Följande punkter ska införas:

"23a. Till konsumenterna vidaresälja biljetter till kultur- och idrottsevenemang om näringsidkaren har förvärvat dem genom användning av automatiserade medel för att kringgå eventuella begränsningar av antalet biljetter som en person kan köpa eller andra regler som är tillämpliga på biljettköp.

23b. Uppge att recensioner av en produkt har lagts ut av konsumenter som faktiskt har använt eller köpt produkten utan att vidta rimliga och proportionella åtgärder för att säkerställa att recensionerna härrör från sådana konsumenter.

23c. Lägga ut eller ge en annan juridisk eller fysisk person i uppdrag att lägga ut falska konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer, eller ge en vilseledande bild av konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer på sociala medier för att göra reklam för produkter."

Artikel 4

Ändringar av direktiv 2011/83/EU

Direktiv 2011/83/EU ska ändras på följande sätt:

1. I artikel 2 ska första stycket ändras på följande sätt:

a) Led 3 ska ersättas med följande:

"3. *varor*: varor enligt definitionen i artikel 2.5 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 (*).

(*) Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, om ändring av förordning (EU) 2017/2394 och direktiv 2009/22/EG samt om upphävande av direktiv 1999/44/EG (EUT L 136, 22.5.2019, s. 28)."

b) Följande led ska införas:

"4a. *personuppgifter*: personuppgifter enligt definitionen i artikel 4.1 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 (*).

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) (EUT L 119, 4.5.2016, s. 1)."

c) Leden 5 och 6 ska ersättas med följande:

"5. *köpeavtal*: varje avtal där näringsidkaren överlåter eller åtar sig att överlåta äganderätten till varan till konsumenten, inbegripet avtal där avtalsföremålet är både varor och tjänster.

6. *tjänsteavtal*: varje avtal som inte är ett köpeavtal, där näringsidkaren tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla en tjänst, inbegripet en digital tjänst, till konsumenten."

d) Led 11 ska ersättas med följande:

"11. *digitalt innehåll*: digitalt innehåll enligt definitionen i artikel 2.1 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 (*).

(* Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster (EUT L 136, 22.5.2019, s. 1)."

e) Följande led ska läggas till:

"16. *digital tjänst*: en digital tjänst enligt definitionen i artikel 2.2 i direktiv (EU) 2019/770.

17. *marknadsplats online*: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning, som gör det möjligt för konsumenterna att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter.

18. *leverantör av en marknadsplats online*: en näringsidkare som tillhandahåller en marknadsplats online till konsumenterna.

19. *kompatibilitet*: kompatibilitet enligt definitionen i artikel 2.10 i direktiv (EU) 2019/770.

20. *funktionalitet*: funktionalitet enligt definitionen i artikel 2.11 i direktiv (EU) 2019/770.

21. *driftskompatibilitet*: driftskompatibilitet enligt definitionen i artikel 2.12 i direktiv (EU) 2019/770."

2. Artikel 3 ska ändras på följande sätt:

a) Punkt 1 ska ersättas med följande:

"1. Detta direktiv ska tillämpas, enligt de villkor och i den omfattning som anges i bestämmelserna i detta direktiv, på alla avtal som ingås mellan en näringsidkare och en konsument där konsumenten betalar eller åtar sig att betala priset. Det ska tillämpas på avtal om leverans av vatten, gas, el eller fjärrvärme, inklusive från offentliga leverantörer, till den del som dessa försörjningstjänster tillhandahålls på avtalsrättslig grund."

b) Följande punkt ska införas:

"1a. Detta direktiv ska också tillämpas när näringsidkaren tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium eller en digital tjänst till konsumenten och konsumenten tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla personuppgifter till näringsidkaren, utom när de personuppgifter som konsumenten tillhandahåller behandlas av näringsidkaren enbart för att tillhandahålla det digitala innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium eller den digitala tjänsten i enlighet med detta direktiv, eller för att göra det möjligt för näringsidkaren att uppfylla rättsliga krav som gäller för näringsidkaren, och näringsidkaren inte behandlar uppgifterna för något annat ändamål."

c) Punkt 3 ska ändras på följande sätt:

i) Led k ska ersättas med följande:

"k) om passagerartransporttjänster, med undantag för artiklarna 8.2, 19, 21 och 22,".

- ii) Följande led ska läggas till:
- "n) om varor som säljs exekutivt eller på annat sätt tvångsvis med stöd av lag."
3. Artikel 5.1 ska ändras på följande sätt:
- a) Led e ska ersättas med följande:
- "e) Förutom en påminnelse om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varor, digitalt innehåll och digitala tjänster, den kundassistans och produktservice som gäller efter försäljningen och de kommersiella garantier som gäller samt villkoren för dessa, om tillämpligt."
- b) Leden g och h ska ersättas med följande:
- "g) Om tillämpligt, funktionaliteten hos, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för, varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.
- h) Om tillämpligt, relevant kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till."
4. Artikel 6 ska ändras på följande sätt:
- a) Punkt 1 ska ändras på följande sätt:
- i) Led c ska ersättas med följande:
- "c) Geografisk adress där näringsidkaren är etablerad samt näringsidkarens telefonnummer och e-postadress; om näringsidkaren tillhandahåller andra medel för kommunikation via internet som garanterar att konsumenten kan lagra eventuell skriftlig korrespondens med näringsidkaren, inbegripet datum och tid för sådan korrespondens, på ett varaktigt medium ska informationen även omfatta uppgifter om dessa andra sätt; alla dessa medel för kommunikation som tillhandahålls av näringsidkaren ska göra det möjligt för konsumenten att snabbt kontakta och kommunicera effektivt med näringsidkaren; i förekommande fall ska näringsidkaren också tillhandahålla geografisk adress och identitet för den näringsidkare för vars räkning denna agerar."
- ii) Följande led ska införas:
- "ea) Om tillämpligt, att priset har personanpassats på grundval av automatiserat beslutsfattande."
- iii) Led l ska ersättas med följande:
- "l) En påminnelse om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varor, digitalt innehåll och digitala tjänster."
- iv) Leden r och s ska ersättas med följande:
- "r) Om tillämpligt, funktionaliteten hos, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för, varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.
- s) Om tillämpligt, relevant kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till."
- b) Punkt 4 ska ersättas med följande:
- "4. Informationen i punkt 1 h, i och j i den här artikeln får lämnas med hjälp av mallen för information om ångerrätt i bilaga I A. Om näringsidkaren har tillhandahållit denna informationsblankett korrekt ifylld till konsumenten är informationskraven i punkt 1 h, i och j i den här artikeln uppfyllda. Hänvisningarna till ångerfristen på 14 dagar i mallen för information om ångerrätt i bilaga I A ska ersättas med hänvisningar till en ångerfrist på 30 dagar i fall då medlemsstater har antagit bestämmelser i enlighet med artikel 9.1a."

5. Följande artikel ska införas:

"Artikel 6a

Ytterligare särskilda informationskrav för avtal som ingås på marknadsplatser online

1. Innan en konsument blir bunden av ett distansavtal eller ett motsvarande erbjudande på en marknadsplats online ska leverantören av marknadsplatsen online, utan att det påverkar tillämpningen av direktiv 2005/29/EG, klart och tydligt, och på ett sätt som är lämpligt för medlet för distanskommunikation, ge konsumenten information om följande:

- a) Allmän information, som tillhandahålls i ett särskilt avsnitt av onlinegränssnittet och är direkt och enkelt tillgänglig från den sida där sökresultatet presenteras, om de huvudparametrar som bestämmer rankingen, enligt definitionen i artikel 2.1 m i direktiv 2005/29/EG, av erbjudanden som presenteras för konsumenten till följd av sökningen och dessa parametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar.
- b) Huruvida den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet är näringsidkare eller inte, på grundval av den tredje partens förklaring till leverantören av marknadsplatsen online.
- c) När den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet inte är en näringsidkare, att konsumenträttigheterna enligt unionens konsumentskyddslagstiftning inte är tillämpliga på avtalet.
- d) I tillämpliga fall, hur skyldigheterna enligt avtalet är uppdelade mellan den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet och leverantören av marknadsplatsen online; denna information påverkar inte det ansvar som leverantören av marknadsplatsen online eller tredjepartsnäringsidkaren har när det gäller avtalet enligt annan unionsrätt eller nationell rätt.

2. Utan att det påverkar tillämpningen av direktiv 2000/31/EG hindrar denna artikel inte medlemsstaterna från att införa ytterligare informationskrav för leverantörer av marknadsplatser online. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet."

6. Artikel 7.3 ska ersättas med följande:

"3. Om en konsument vill att utförandet av tjänster eller leverans av vatten, gas eller el, i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller leverans av fjärrvärme ska inledas under den ångerfrist som föreskrivs i artikel 9.2, och avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, ska näringsidkaren kräva att konsumenten inkommer med en uttrycklig begäran på ett varaktigt medium och begära att konsumenten medger att konsumentens ångerrätt går förlorad efter det att näringsidkaren fullständigt utfört avtalet."

7. Artikel 8 ska ändras på följande sätt:

- a) Punkt 4 ska ersättas med följande:

"4. Om avtalet ingås med hjälp av ett medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen ska näringsidkaren, på eller via det särskilda medlet, innan ett sådant avtal ingås åtminstone lämna förhandsinformation om varans eller tjänstens huvudsakliga egenskaper, näringsidkarens identitet, det sammanlagda priset, ångerrätten, avtalets löptid och, när det gäller avtal med obegränsad löptid, villkoren för uppsägning av avtalet i enlighet med artikel 6.1 a, b, e, h respektive o utom den standardblankett för utövande av ångerrätten enligt bilaga I B som avses i led h. Övrig information som avses i artikel 6.1, inbegripet standardblanketten för utövande av ångerrätten, ska näringsidkaren lämna till konsumenten på lämpligt sätt i enlighet med punkt 1 i den här artikeln."

- b) Punkt 8 ska ersättas med följande:

"8. Om en konsument vill att utförandet av tjänster eller leverans av vatten, gas eller el, i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller leverans av fjärrvärme ska inledas under den ångerfrist som föreskrivs i artikel 9.2, och avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, ska näringsidkaren kräva att konsumenten inkommer med en uttrycklig begäran och begära att konsumenten medger att konsumentens ångerrätt går förlorad efter det att näringsidkaren fullständigt utfört avtalet."

8. Artikel 9 ska ändras på följande sätt:

a) Följande punkt ska införas:

"1a. I syfte att skydda konsumenternas berättigade intressen vad gäller aggressiva eller vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder, får medlemsstaterna anta bestämmelser om att den ångerfrist på 14 dagar som avses i punkt 1 förlängs till 30 dagar för avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet."

b) I punkt 2 ska inledningen ersättas med följande:

"2. Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 10 ska den ångerfrist som avses i punkt 1 i den här artikeln löpa ut efter 14 dagar eller, om medlemsstaterna har antagit bestämmelser i enlighet med punkt 1a i den här artikeln, 30 dagar räknat från".

9. Artikel 10.2 ska ersättas med följande:

"2. Om näringsidkaren har informerat konsumenten enligt punkt 1 i den här artikeln inom 12 månader räknat från den dag som avses i artikel 9.2 ska ångerfristen löpa ut 14 dagar eller, om medlemsstaterna har antagit bestämmelser i enlighet med artikel 9.1a, 30 dagar efter den dag då konsumenten mottagit informationen."

10. I artikel 13 ska följande punkter läggas till:

"4. Vad gäller konsumenternas personuppgifter ska näringsidkaren uppfylla de skyldigheter som är tillämpliga enligt förordning (EU) 2016/679.

5. Näringsidkaren ska avhålla sig från att använda något annat innehåll än personuppgifter som tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahålls av näringsidkaren, med undantag för innehåll som

- a) inte har något annat användningsområde än det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren,
- b) endast rör konsumentens verksamhet vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren,
- c) har aggregerats med andra uppgifter av näringsidkaren och inte kan delas upp eller endast kan delas upp med oproportionella ansträngningar, eller
- d) har genererats gemensamt av konsumenten och andra, och andra konsumenter kan fortsätta att använda innehållet.

6. Med undantag för de situationer som avses i punkt 5 a, b eller c ska näringsidkaren, på konsumentens begäran, för konsumenten tillgängliggöra eventuellt annat innehåll än personuppgifter som tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren.

7. Konsumenten ska ha rätt att hämta detta digitala innehåll kostnadsfritt, utan hinder från näringsidkarens sida, inom skälig tid och i ett allmänt använt, maskinläsbart format.

8. Vid frånträde av avtalet får näringsidkaren förhindra varje framtida användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten från konsumentens sida, särskilt genom att göra det digitala innehållet eller den digitala tjänsten otillgängligt för konsumenten eller genom att avaktivera konsumentens användarkonto, utan att det påverkar tillämpningen av punkt 6."

11. Artikel 14 ska ändras på följande sätt:

a) Följande punkt ska införas:

"2a. Vid frånträde av avtalet ska konsumenten avhålla sig från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att tillgängliggöra detta för tredje parter."

b) I punkt 4 b ska led i ersättas med följande:

"i) om inte konsumenten gett sitt uttryckliga förhandssamtycke till att tjänsterna börjar utföras före utgången av den 14- eller 30-dagarsperiod som avses i artikel 9,".

12. Artikel 16 ska ändras på följande sätt:

a) Första stycket ska ändras på följande sätt:

i) Led a ska ersättas med följande:

"a) Tjänsteavtal efter det att tjänsten fullständigt utförts men, om avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, enbart om tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad efter det att näringsidkaren fullständigt utfört avtalet."

ii) Led m ska ersättas med följande:

"m) Avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium om utförandet inlets och, om avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, om

i) konsumenten har lämnat ett uttryckligt förhandssamtycke till att utförandet inleds under ångerfristen,

ii) konsumenten medgett att ångerrätten därigenom går förlorad, och

iii) näringsidkaren gett bekräftelse i enlighet med artikel 7.2 eller 8.7."

b) Följande stycken ska läggas till:

"I syfte att skydda konsumenternas berättigade intressen vad gäller aggressiva eller vilsedande marknadsförings- eller försäljningsmetoder, får medlemsstaterna avvika från undantagen från ångerrätten enligt första stycket a, b, c och e i fråga om avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentenskyddet.

I fråga om tjänsteavtal som innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, där konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer, får medlemsstaterna föreskriva att konsumenterna förlorar ångerrätten efter det att tjänsten fullständigt utförts, under förutsättning att tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga förhandssamtycke."

13. Artikel 24 ska ersättas med följande:

"Artikel 24

Sanktioner

1. Medlemsstaterna ska fastställa regler om sanktioner för överträdelse av nationella bestämmelser som antagits enligt detta direktiv och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att de tillämpas. Sanktionerna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande.

2. Medlemsstaterna ska säkerställa att följande icke-uttömmande och vägledande kriterier beaktas vid åläggandet av sanktioner, i lämpliga fall:

a) Överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet.

b) Eventuella åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att mildra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av.

c) Eventuella tidigare överträdelser som begåtts av näringsidkaren.

d) Den ekonomiska vinst som näringsidkaren erhållit eller förlust som denna undvikit på grund av överträdelsen, om relevanta uppgifter finns tillgängliga.

e) I gränsöverskridande fall, sanktioner som näringsidkaren ålagts för samma överträdelse i andra medlemsstater i fall då information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättats genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 (*).

- f) Eventuella andra försvårande eller förmildrande faktorer som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.
3. Medlemsstaterna ska säkerställa att när sanktioner ska åläggas i enlighet med artikel 21 i förordning (EU) 2017/2394 ska de inbegripa en möjlighet antingen att ålägga sanktionsavgifter via administrativa förfaranden eller att inleda rättsliga förfaranden för åläggande av sanktionsavgifter, eller båda; det högsta beloppet för sådana sanktionsavgifter ska vara minst 4 % av näringsidkarens årliga omsättning i den berörda medlemsstaten eller de berörda medlemsstaterna.
4. I fall där en sanktionsavgift ska åläggas i enlighet med punkt 3, men information om näringsidkarens årliga omsättning inte finns tillgänglig, ska medlemsstaterna införa en möjlighet att ålägga sanktionsavgifter till ett högsta belopp på minst 2 miljoner EUR.
5. Medlemsstaterna ska till kommissionen anmäla de regler och åtgärder som avses i punkt 1 senast den 28 november 2021, samt utan dröjsmål eventuella ändringar som berör dem.

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddsåtgärder och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004 (EUT L 345, 27.12.2017, s. 1)."

14. Artikel 29.1 ska ersättas med följande:

"1. Om en medlemsstat utnyttjar något av de lagstiftningsval som avses i artiklarna 3.4, 6.7, 6.8, 7.4, 8.6, 9.1a och 9.3 samt artikel 16 andra och tredje styckena ska den informera kommissionen om detta senast den 28 november 2021 och om alla eventuella senare ändringar."

15. Bilaga I ska ändras på följande sätt:

- a) Del A ska ändras på följande sätt:

- i) Tredje stycket under rubriken "Ångerrätt" ska ersättas med följande:

"Vill du utöva ångerrätten ska du till näringsidkaren skicka [2] ett klart och tydligt meddelande om ditt beslut att frånträda avtalet (t.ex. ett brev som skickas per post eller e-post). Du kan använda den bifogade standardblanketten för utövande av ångerrätten, men det är inte ett krav. [3]"

- ii) Punkt 2 under rubriken "Instruktioner för komplettering av blanketten" ska ersättas med följande:

"[2.] Du ska skriva in ditt namn, din geografiska adress, ditt telefonnummer och din e-postadress."

- b) Del B första strecksatsen ska ersättas med följande:

"Till [här ska näringsidkaren skriva in sitt namn, sin geografiska adress och sin e-postadress]:"

Artikel 5

Information om konsumenträttigheter

Kommissionen ska säkerställa att medborgare som söker information om sina konsumenträttigheter eller om alternativ tvistlösning har tillgång till en kontaktpunkt online via den gemensamma digitala ingång som inrättas genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1724^(*), som gör det möjligt för dem att

- a) få tillgång till aktuell information om sina konsumenträttigheter i unionen på ett tydligt, begripligt och lättillgängligt sätt, och
- b) inge klagomål via den plattform för tvistlösning online som inrättats enligt förordning (EU) nr 524/2013 och till behörigt konsumentcentrum inom nätverket av europeiska konsumentcentrum, beroende på vilka parter som berörs.

(*) Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/1724 av den 2 oktober 2018 om inrättande av en gemensam digital ingång för tillhandahållande av information, förfaranden samt hjälp- och problemlösningstjänster och om ändring av förordning (EU) nr 1024/2012 (EUT L 295, 21.11.2018, s. 1).

Artikel 6

Kommissionens rapportering och översyn

Senast den 28 maj 2024 ska kommissionen lämna en rapport om tillämpningen av detta direktiv till Europaparlamentet och rådet. Rapporten ska framför allt innefatta en bedömning av direktivets bestämmelser om

- a) evenemang som anordnas på andra platser än i näringsidkarens fasta affärslokaler, och
- b) fall då varor marknadsförs som identiska trots att deras sammansättning eller egenskaper väsentligt skiljer sig åt, inbegripet huruvida sådana fall bör omfattas av strängare krav, inklusive förbud enligt bilaga I till direktiv 2005/29/EG och huruvida närmare bestämmelser om information om skillnader mellan varor är nödvändiga.

Rapporten ska vid behov åtföljas av ett lagstiftningsförslag.

Artikel 7

Införlivande

1. Medlemsstaterna ska senast den 28 november 2021 anta och offentliggöra de bestämmelser som är nödvändiga för att följa detta direktiv. De ska genast underrätta kommissionen om detta.

De ska tillämpa dessa bestämmelser från och med den 28 maj 2022].

När en medlemsstat antar dessa bestämmelser ska de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen ska göras ska varje medlemsstat själv utfärda.

2. Medlemsstaterna ska till kommissionen överlämna texten till de centrala bestämmelser i nationell rätt som de antar inom det område som omfattas av detta direktiv.

Artikel 8

Ikraftträdande

Detta direktiv träder i kraft den tjugonde dagen efter det att det har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

Artikel 9

Adressater

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Strasbourg den 27 november 2019.

På Europaparlamentets vägnar
D. M. SASSOLI
Ordförande

På rådets vägnar
T. TUPPURAINEN
Ordförande

393L0013

21.493

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS OFFICIELLA TIDNING

Nr L 95/29

RÅDETS DIREKTIV 93/13/EEG

av den 5 april 1993

om oskäligen villkor i konsumentavtal

EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS RÅD HAR ANTAGIT
 DETTA DIREKTIV

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska ekonomiska gemenskapen, särskilt artikel 100a i detta,

med beaktande av kommissionens förslag (¹),

i samarbete med Europaparlamentet (²),

med beaktande av Ekonomiska och sociala kommitténs yttrande (³), och

med beaktande av följande:

Det är nödvändigt att besluta om åtgärder i syfte att gradvis upprätta den inre marknaden före den 31 december 1992. Den inre marknaden omfattar ett område utan inre gränser med fri rörlighet för varor, personer, tjänster och kapital.

Medlemsstaternas lagar om avtalsvillkor mellan den som säljer varor eller tillhandahåller tjänster å ena sidan och en konsument å andra sidan är mycket olika. Följaktligen skiljer sig de nationella marknaderna för försäljning av varor och tillhandahållande av tjänster till konsumenterna från varandra och en snedvridning av konkurrensen kan uppstå bland varu- och tjänsteföretagen, i synnerhet när de verkar i andra medlemsstater.

Speciellt medlemsstaternas lagar om oskäligen villkor i konsumentavtal uppvisar påtagliga skillnader.

Det åligger medlemsstaterna att se till att avtal som sluts med konsumenterna inte innehåller oskäligen villkor.

Konsumenterna känner normalt inte till de andra medlemsländernas lagregler gällande avtal om försäljning av varor eller tillhandahållande av tjänster. Denna brist på kunskap kan få dem att avstå från direkta köp av varor eller tjänster i en annan medlemsstat.

För att underlätta upprättandet av den inre marknaden och skydda medborgaren i hans roll som konsument när han förvärfvar varor och tjänster genom avtal för vilka lagar i andra medlemsländer än hans eget gäller är det väsentligt att eliminera oskäligen villkor från sådana avtal.

Detta kommer att hjälpa varu- och tjänsteleverantörerna att sälja varor och tillhandahålla tjänster, såväl i hemlandet som på den inre marknaden. På så vis stimuleras konkurrensen, vilket bidrar till ett ökat utbud för gemenskapens medborgare i deras egenskap av konsumenterna.

Gemenskapens två konsumentpolitiska program (⁴) understryker vikten av att skydda konsumenterna mot oskäligen avtalsvillkor. Detta skydd bör föreskrivas genom lagar och andra författningar som antingen harmoniseras på gemenskapsnivå eller antas direkt på den nivån.

I enlighet med den princip som läggs fast under rubriken "Skydd av konsumenternas ekonomiska intressen" i de två programmen skall den som förvärfvar varor eller tjänster skyddas mot att näringsidkaren missbrukar sin starka ställning och speciellt mot ensidiga standardavtal och oskäligt utelämnande av väsentliga rättigheter i avtalen.

Konsumenterna kan skyddas bättre genom att enhetliga regler antas i fråga om oskäligen villkor. Dessa regler bör gälla alla avtal som sluts mellan näringsidkare och konsumenterna. Detta direktiv skall därför inte göras tillämpligt på bl.a. anställningsavtal, avtal om arvsrätt, avtal som gäller familjerättsliga rättigheter samt avtal om upprättande och organisation av bolag.

Konsumenterna måste åtnjuta samma skydd vid både muntliga och skriftliga avtal, och i det sistnämnda fallet oavsett om villkoren finns i ett eller flera dokument.

Den nationella lagstiftningen medger för närvarande bara en partiell harmonisering, och detta direktiv täcker endast avtalsvillkor som inte förhandlats fram individuellt. Medlemsstaterna bör ha möjlighet att, med iakttagande av fördraget, ge konsumenterna ett bättre skydd genom strängare nationella bestämmelser än bestämmelserna i detta direktiv.

Sådana författningsföreskrifter hos medlemsstaterna som direkt eller indirekt reglerar villkoren för konsumentavtal antas inte innehålla oskäligen villkor. Därför förefaller det inte nödvändigt att villkor som avspeglar bindande författningsföreskrifter och principer eller bestämmelser i internationella konventioner som medlemsstaterna eller gemenskapen har tillträtt underkastas bestämmelserna i

(¹) EGT nr C 73, 24.3.1992, s. 7.

(²) EGT nr C 326, 16.12.1991, s. 108 och

EGT nr C 21, 23.1.1993.

(³) EGT nr C 159, 17.6.1991, s. 34.

(⁴) EGT nr C 92, 25.4.1975, s. 1 och

EGT nr C 133, 3.6.1981, s. 1.

detta direktiv. I det avseendet omfattar uttrycket "bindande författningsföreskrifter" i artikel 1.2 även regler som enligt lagstiftningen gäller mellan de avtalslutande parterna om inget annat har avtalats.

Medlemsstaterna måste dock se till att oskäliga villkor inte ingår, speciellt som detta direktiv också gäller för näringsverksamhet av offentlig karaktär.

Det är nödvändigt att fastställa allmänna kriterier för bedömningen av om avtalsvillkor är oskäliga.

Bedömningen av om villkor är oskäliga eller inte enligt dessa allmänna kriterier, särskilt i näringsverksamhet av offentlig karaktär som tillhandahåller kollektiva tjänster baserade på solidaritet mellan konsumenterna, måste kompletteras med en metod för att göra en samlad bedömning av de olika berörda intressena; detta grundar kravet på god sed. Vid bedömningen av begreppet god sed skall särskild hänsyn tas till parternas inbördes styrkeförhållande i förhandlingshänseende, huruvida konsumenten har uppmuntrats att acceptera villkoren och om varorna eller tjänsterna sålts eller levererats på kundens särskilda beställning. Näringsidkaren kan uppfylla kravet på god sed genom att handla lojalt och rättvist mot den andre parten, vars legitima intressen han måste beakta.

Den bifogade listan med avtalsvillkor kan vid tillämpningen av detta direktiv bara ses som vägledande. På grund av direktivets karaktär av minimidirektiv får medlemsstaterna genom sin nationella lagstiftning utöka eller begränsa räckvidden för dessa villkor.

Varornas eller tjänsternas karaktär bör inverka på bedömningen av villkorens oskälighet.

Vid tillämpningen av detta direktiv skall inte bedömningen av villkorens oskälighet omfatta villkor som beskriver avtalets huvudföremål eller förhållandet mellan kvaliteten och priset på varorna eller tjänsterna. Avtalets huvudföremål och förhållandet mellan kvaliteten och priset kan likväl tas i beaktande vid bedömningen av skäligheten hos andra villkor. Härav följer bl.a. att någon sådan bedömning inte skall göras av villkor i försäkringsavtal som tydligt definierar och begränsar den försäkrade risken och försäkrarens förpliktelser, eftersom dessa restriktioner beaktas vid beräkningen av den premie som erläggs av konsumenten.

Avtalen skall formuleras på ett klart och begripligt språk och konsumenten skall ha en reell möjlighet att granska alla villkoren. I tveksamma fall skall den för konsumenten mest gynnsamma tolkningen gälla.

Medlemsstaterna skall säkerställa att oskäliga villkor inte förekommer i avtal som näringsidkare sluter med konsumenter. Om sådana villkor ändå förekommer skall de inte vara bindande för konsumenten men avtalet skall fortsätta att vara bindande för parterna på samma grunder, om det kan bestå utan de oskäliga villkoren.

Det finns en risk för att konsumenterna i vissa fall fräntas skyddet i detta direktiv genom att avtalet utpekar ett tredje lands lag som den lag som skall tillämpas på avtalet; bestämmelser skall därför tas med i detta direktiv för att avvärja denna risk.

Personer eller organisationer som anses ha ett befogat intresse i saken enligt medlemsstatens lagstiftning skall ha möjlighet att vidta rättsliga åtgärder mot standardvillkor i avtal som sluts med konsumenter, i synnerhet oskäliga villkor, antingen inför en domstol eller inför en förvaltningsmyndighet med behörighet att fatta beslut angående klagomål eller att sätta igång en lämplig rättslig process. Denna möjlighet innebär dock inte någon förhandsgranskning av de allmänna villkoren inom en given ekonomisk sektor.

Medlemsstaternas domstolar eller förvaltningsmyndigheter måste förfoga över lämpliga och effektiva medel för att förhindra fortsatt tillämpning av oskäliga villkor i konsumentavtal.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

1. Syftet med detta direktiv är att närma medlemsstaternas lagar och andra författningar till varandra i fråga om oskäliga villkor i avtal som sluts mellan en näringsidkare och en konsument.
2. Avtalsvillkor som avspeglar bindande författningsföreskrifter samt bestämmelser eller principer i internationella konventioner som medlemsstaterna eller gemenskapen har tillträtt, särskilt inom transportområdet, är inte underkastade bestämmelserna i detta direktiv.

Artikel 2

I detta direktiv avses med

- a) *oskäliga villkor*: avtalsvillkor som definieras i artikel 3,
- b) *konsument*: en fysisk person som i samband med avtal som omfattas av detta direktiv handlar för ändamål som faller utanför hans näring eller yrke,
- c) *näringsidkare*: en fysisk eller juridisk person som i samband med avtal som omfattas av detta direktiv handlar för ändamål som har samband med hans näring eller yrkesverksamhet, oavsett om den är offentlig eller privat.

Artikel 3

1. Ett avtalsvillkor som inte har varit föremål för individuell förhandling skall anses vara oskäligt om det i strid med kravet på god sed medför en betydande obalans i parternas rättigheter och skyldigheter enligt avtalet till nackdel för konsumenten.
2. Det skall alltid anses att ett avtalsvillkor inte har varit föremål för individuell förhandling om det har utarbetats i förväg och konsumenten därför inte har haft möjlighet att påverka villkorets innehåll; detta gäller särskilt i samband med i förväg formulerade standardavtal.

Den omständigheten att vissa delar av ett villkor eller ett särskilt villkor har varit föremål för individuell förhandling utesluter inte att denna artikel tillämpas på resten av avtalet, om en samlad bedömning av avtalet leder till slutsatsen att det likväl rör sig om ett i förväg formulerat standardavtal.

Om en näringsidkare hävdar att ett standardvillkor har varit föremål för individuell förhandling, har han bevisbördan för sitt påstående.

3. Bilagan innehåller en vägledande, inte uttömmande lista på villkor som kan anses oskäliga.

Artikel 4

1. Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 7 skall frågan om ett avtalsvillkor är oskäligt bedömas med beaktande av vilken typ av varor eller tjänster som avtalet avser och med hänsyn tagen, vid tiden för avtalets ingående, till alla omständigheter i samband med att avtalet ingicks samt till alla övriga villkor i avtalet eller något annat avtal som det är beroende av.

2. Bedömningen av avtalsvilkors oskälighet skall inte avse vare sig beskrivningen av avtalets huvudföremål eller å ena sidan förhållandet mellan pris och ersättning och å andra sidan sålda tjänster eller varor; detta gäller i den mån dessa villkor är klart och begripligt formulerade.

Artikel 5

I avtal där alla eller vissa villkor som erbjuds konsumenten är i skriftlig form skall dessa villkor alltid vara klart och begripligt formulerade. Vid tveksamhet om ett avtalsvilkors innebörd skall den för konsumenten mest gynnsamma tolkningen gälla. Denna tolkningsregel gäller inte vid de förfaranden som föreskrivs i artikel 7.2.

Artikel 6

1. Medlemsstaterna skall föreskriva att oskäliga villkor som används i avtal som en näringsidkare sluter med en konsument inte är, på sätt som närmare stadgas i deras nationella rätt, bindande för konsumenten och att avtalet skall förbli bindande för parterna på samma grunder, om det kan bestå utan de oskäliga villkoren.

2. Medlemsstaterna skall, för de fall då avtalet har nära anknytning till medlemsstaternas territorium, vidta de åtgärder som är nödvändiga för att säkerställa att konsumenterna inte förlorar det skydd som ges i detta direktiv på grund av att ett tredje lands lagstiftning väljs som tillämplig lag för avtalet.

Artikel 7

1. Medlemsstaterna skall se till att det i konsumenternas och konkurrenternas intresse finns lämpliga och effektiva medel för att hindra fortsatt användning av oskäliga villkor i avtal som näringsidkare sluter med konsumenter.

2. De medel som avses i punkt 1 skall omfatta bestämmelser om att personer eller organisationer, som enligt nationell rätt har ett berättigat intresse att skydda konsumenter, får inleda ett ärende enligt nationell lagstiftning

vid domstolar eller behöriga administrativa myndigheter, för att dessa skall avgöra om avtalsvillkor som utformats för allmänt bruk är oskäliga och använda lämpliga och effektiva medel för att förhindra framtida bruk av sådana villkor.

3. De rättsliga åtgärder som avses i punkt 2 får, med beaktande av nationella rättsregler, åtskilt eller gemensamt riktas mot flera sådana näringsidkare inom samma näringsområde eller dessas sammanslutningar som använder eller rekommenderar användandet av samma allmänna avtalsvillkor eller liknande villkor.

Artikel 8

För att säkerställa bästa möjliga skydd för konsumenten får medlemsstaterna, inom det område som omfattas av detta direktiv, anta eller behålla strängare bestämmelser som är förenliga med fördraget.

Artikel 9

Kommissionen skall till Europaparlamentet och till rådet överlämna en rapport om tillämpningen av detta direktiv senast fem år efter den dag som anges i artikel 10.1.

Artikel 10

1. Medlemsstaterna skall senast den 31 december 1994 sätta i kraft de lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv. De skall genast underrätta kommissionen om detta.

Dessa bestämmelser skall tillämpas på alla avtal som sluts efter den 31 december 1994.

2. När medlemsstaterna antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

3. Medlemsstaterna skall till kommissionen överlämna texterna till centrala bestämmelser i nationell lagstiftning som de antar inom det område som omfattas av detta direktiv.

Artikel 11

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Luxemburg den 5 april 1993.

På rådets vägnar

N. HELVEG PETERSEN

Ordförande

BILAGA

AVTALSVILLKOR TILL VILKA HÄNVISAS I ARTIKEL 33

1. Avtalsvillkor vars mål eller konsekvens är

- a) att utesluta eller begränsa näringsidkarens rättsliga ansvar i händelse av att konsumenten dör eller drabbas av personskada till följd av näringsidkarens handlande eller underlåtenhet,
- b) att otillbörligt utesluta eller begränsa konsumentens lagliga rättigheter gentemot näringsidkaren eller någon annan part i händelse av att näringsidkaren bryter helt eller delvis mot någon avtalsförpliktelse, däribland möjligheten för konsumenten att åberopa en fordran som han kan ha mot näringsidkaren för kvittning mot en skuld som han har till denne,
- c) att göra avtal bindande för konsumenten medan näringsidkarens prestationer är underkastade villkor vars uppfyllande beror endast på dennes vilja,
- d) att tillåta näringsidkaren att behålla pengar som betalats av konsumenten när denne avstår från att ingå eller fullfölja avtalet, utan att konsumenten ges rätt till motsvarande ersättningsbelopp från näringsidkaren då denne avstår från att ingå eller fullfölja avtalet,
- e) att kräva att en konsument som inte fullgör sina skyldigheter betalar ett oproportionerligt stort ersättningsbelopp,
- f) att tillåta näringsidkaren att säga upp avtalet på godtyckliga grunder när samma rätt inte ges konsumenten, liksom att låta näringsidkaren behålla belopp som betalats för ännu inte utförda tjänster när det är näringsidkaren själv som säger upp avtalet,
- g) att tillåta näringsidkaren — utom då viktiga skäl föreligger — att utan rimligt varsel säga upp ett avtal med obestämd varaktighet,
- h) att automatiskt förlänga ett avtal med bestämd varaktighet om konsumenten inte uttalar sig däremot, när sista dagen för konsumenten att framföra att han inte önskar förlänga avtalet ligger oskäligt tidigt,
- i) att oåterkalligen binda konsumenten vid villkor som denne inte haft någon verklig möjlighet att ta del av innan avtalet ingicks,
- j) att tillåta näringsidkaren att ensidigt ändra villkoren utan något giltigt skäl som anges i avtalet,
- k) att tillåta näringsidkaren att ensidigt och utan giltigt skäl ändra någon egenskap hos den vara eller tjänst som skall levereras,
- l) att ange att varans pris skall fastställas vid leveransen eller tillåta att näringsidkaren höjer priset utan att konsumenten i båda fallen har en motsvarande rätt att frånträda avtalet om det slutliga priset är för högt i förhållande till det pris som överenskomms när avtalet ingicks,
- m) att de näringsidkaren rätt att avgöra om den levererade varan eller tjänsten överensstämmer med avtalet, eller att ge honom rätt att ensam tolka ett avtalsvillkor,
- n) att begränsa näringsidkarens skyldighet att respektera de åtaganden som hans representanter har gjort, eller att göra näringsidkarens förpliktelser beroende av att särskilda formkrav iakttas,
- o) att förplikta konsumenten att fullgöra alla sina skyldigheter även om inte näringsidkaren fullgör sina,
- p) att ge näringsidkaren möjlighet att utan konsumentens samtycke överlåta sina rättigheter och förpliktelser enligt avtalet när detta kan minska konsumentens säkerhet,
- q) att upphäva eller inskränka konsumentens rätt att gå till domstol eller vidta andra rättsliga åtgärder, särskilt genom att kräva att konsumenten för tvister enbart till skiljeförfarande som inte är reglerat i lag, genom att orättmätigt inskränka konsumentens tillgång till bevismedel eller genom att pålägga konsumenten en bevisbörda som enligt gällande rätt bör ligga hos någon annan avtalspart.

2. Räckvidd för g, j och l

- a) En leverantör av finansiella tjänster kan utan hinder av g förbehålla sig rätten att säga upp ett avtal med obestämd varaktighet ensidigt och, om det finns giltigt skäl, utan varsel; detta förutsätter dock att näringsidkaren är förpliktad att omgående informera motparten och eventuella övriga avtalsparter.
- b) En leverantör av finansiella tjänster kan utan hinder av j förbehålla sig rätten att, utan varsel om det finns giltigt skäl, ändra den räntesats som konsumenten skall betala eller erhålla eller andra kostnader för finansiella tjänster, förutsatt att näringsidkaren är förpliktad att snarast möjligt informera motparten och eventuella övriga avtalsparter om detta och att dessa omgående kan säga upp avtalet.

Punkt j hindrar inte heller att en näringsidkare förbehåller sig rätten att ensidigt ändra villkoren i ett avtal som har träffats på obestämd tid, förutsatt att han förpliktas att underrätta konsumenten med rimligt varsel och att denne kan säga upp avtalet.

- c) Punkterna g, j och l gäller inte för
- transaktioner med värdepapper, finansiella instrument eller andra varor eller tjänster där priset varierar med förändringar i en börskurs eller ett börsindex eller en kapitalmarknadsränta som näringsidkaren inte har kontroll över,
 - avtal om köp eller försäljning av utländsk valuta, resecheckar eller internationella postanvisningar i utländsk valuta.
- d) Vad som sägs i punkt 1 hindrar inte lagliga prisindexeringsklausuler, under förutsättning att riktlinjerna för prissvängningarna beskrivs tydligt.
-

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 98/6/EG

av den 16 februari 1998

om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DETTA DIREKTIV

konsumentskydd och informationspolitik (*) bör gemensamma principer för prismärkning utarbetas.

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 129a.2 i detta,

4. Dessa principer har uppställts genom direktiv 79/581/EEG (*) om konsumentkydd i samband med prismärkning av livsmedel och i direktiv 88/314/EEG (*) om konsumentkydd i samband med prismärkning av andra varor än livsmedel.

med beaktande av kommissionens förslag (1),

5. Sambandet mellan jämförprismärkning och förpackade varor med i förväg bestämda mängder eller volymer som motsvarar värdena på de mängdserier som har fastställts på gemenskapsnivå har visat sig vara överdrivet svårt att tillämpa. Det är följaktligen nödvändigt att i konsumentens intresse överge detta samband till förmån för en ny förenklad mekanism, utan att det påverkar reglerna om standardisering av förpackningar.

med beaktande av Ekonomiska och sociala kommitténs yttrande (2),

6. Skyldigheten att ange försäljningspris och jämförpris bidrar avsevärt till att förbättra konsumentinformationen, eftersom detta är det enklaste sättet att ge konsumenterna optimala möjligheter att utvärdera och jämföra varors pris och därmed göra välgrundade val utifrån enkla jämförelser.

i enlighet med det i artikel 189b i Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapens angivna förfarandet (*) och mot bakgrund av det gemensamma utkastet som godkändes av förlikningskommittén den 9 december 1997, och

med beaktande av följande:

7. Det bör följaktligen vara en allmän skyldighet att samtidigt ange varors försäljningspris och jämförpris för alla varor utom för varor som säljs i lös vikt, för vilka försäljningspriset inte kan bestämmas förrän konsumenten anger hur mycket av varan som behövs.

1. En öppet fungerande marknad och korrekt information främjar konsumentkyddet och en sund konkurrens mellan företaget och varor.

2. Konsumenterna måste garanteras en hög skyddsnivå. Gemenskapen bör bidra till detta genom särskilda åtgärder som stöder och kompletterar medlemsstaternas politik för exakt, klar och otvetydig information till konsumenterna om priserna på de varor som erbjuds dem.

8. Det är nödvändigt att beakta att vissa varor vanligen säljs i andra mängder än ett kilo, en liter, en meter, en kvadratmeter eller en kubikmeter. Det är därför lämpligt att medlemsstaterna får tillåta att jämförpriset hänförs till en annan mängdenhet med beaktande av varans karaktär och de kvantiteter i vilka den normalt säljs i den berörda medlemsstaten.

3. Enligt rådets resolution av den 14 april 1975 om Europeiska ekonomiska gemenskapens preliminära program för konsumentkydd och informationspolitik (*) och rådets resolution av den 19 maj 1981 om Europeiska ekonomiska gemenskapens andra program för

9. Skyldigheten att ange jämförpris kan under vissa omständigheter utgöra en allför tung börda för vissa små detaljistföretag och medlemsstaterna bör därför ha rätt att avstå från att tillämpa denna skyldighet under en lämplig övergångsperiod.

(1) EGT C 260, 5.10.1995, s. 5 och

EGT C 249, 27.8.1996, s. 2.

(2) EGT C 82, 19.3.1996, s. 32.

(*) Europaparlamentets yttrande avgivet den 18 april 1996, (EGT C 141, 13.5.1996, s. 191), rådets gemensamma ståndpunkt av den 27 september 1996 (EGT C 333, 7.11.1996, s. 7) och Europaparlamentets beslut av den 18 februari 1997 (EGT C 85, 17.3.1997, s. 26), Europaparlamentets beslut av den 16 december 1997 och rådets beslut av den 18 december 1997.

(*) EGT C 92, 25.4.1975, s. 1.

(1) EGT C 133, 3.6.1981, s. 1.

(*) EGT L 158, 26.6.1979, s. 19. Direktivet senast ändrat genom direktiv 95/58/EG (EGT L 299, 12.12.1995, s. 11).

(*) EGT L 142, 9.6.1988, s. 19. Direktivet senast ändrat genom direktiv 95/58/EG (EGT L 299, 12.12.1995, s. 11).

10. Medlemsstaterna bör också ha möjlighet att medge undantag från skyldigheten att ange jämförpriset för varor för vilka denna prismärkning inte skulle vara av betydelse eller riskera att skapa förvirring, till exempel när mängdangivelsen inte är relevant för prisjämförelsen eller när olika varor saluförs i samman förpackning.
11. Medlemsstaterna får för att underlätta tillämpningen av den införda mekanismen, när det gäller andra varor än livsmedel, upprätta en förteckning över de varor eller varukategorier för vilka kravet på jämförprismärkning fortsatt skall gälla.
12. Regler på gemenskapsnivå gör det möjligt att säkerställa enhetlig och tydlig information till nytta för alla konsumenter på den inre marknaden. Det nya förenklade tillvägagångssättet är både nödvändigt och tillräckligt för att uppnå detta mål.
13. Medlemsstaterna måste se till att systemet är effektivt. Systemets öppenhet bör också behållas när euron införs. För detta ändamål bör det högsta antalet prisangivelser begränsas.
14. Särskild uppmärksamhet bör ägnas små detaljistföretag. Kommissionen bör därför i sin rapport om tillämpningen av det här direktivet, vilken skall läggas fram senast tre år efter den dag som anges i artikel 11.1, särskilt beakta de små detaljistföretagens erfarenheter av tillämpningen av det här direktivet, bland annat av teknisk utveckling och införandet av en gemensam valuta. Rapporten, som skall beakta den övergångsperiod som anges i artikel 6, bör åtföljas av förslag.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

Artikel 1

Syftet med detta direktiv är att föreskriva att försäljningspris och jämförpris skall anges på alla varor som konsumenter erbjuds av näringsidkare, för att förbättra informationen till konsumenterna och underlätta prisjämförelser.

Artikel 2

I detta direktiv avses med

- a) *försäljningspris*: det slutliga priset på en enhet eller en bestämd mängd av en vara, inklusive mervärdesskatt och alla övriga skatter,
- b) *jämförpris*: det slutliga priset, inklusive mervärdesskatt och alla övriga skatter, på ett kilo, en liter, en meter, en kvadratmeter eller en kubikmeter av en vara eller en annan mängdenhet som i den berörda medlemsstaterna i stor utsträckning och traditionellt används vid försäljning av vissa varor,
- c) *var som säljs i lös vikt*: en vara som inte är färdigförpackad och som mäts upp i konsumentens närvaro,
- d) *näringsidkare*: en fysisk eller juridisk person som säljer eller erbjuder till försäljning varor som ingår i dennes handelsverksamhet eller yrkesmässiga verksamhet,
- e) *konsument*: en fysisk person som köper en vara av skäl som inte faller inom ramen för dennes kommersiella eller yrkesmässiga verksamhet.

Artikel 3

- Försäljningspriset och jämförpriset skall anges för alla varor som avses i artikel 1, dock så att angivandet av jämförpris omfattas av artikel 5. Jämförpriset behöver inte anges om det är identiskt med försäljningspriset.
- Medlemsstaterna får besluta att inte tillämpa punkt 1 på
 - varor som erbjuds i samband med tillhandahållandet av tjänster,
 - försäljning på auktion och försäljning av konst och antikviteter.
- När varan säljs i lös vikt behöver bara jämförpriset anges.
- I reklam där försäljningspriset på varor som avses i artikel 1 nämns skall även jämförpriset anges, om inte annat följer av artikel 5.

Artikel 4

- Försäljningspriset och jämförpriset skall vara entydiga, lätta att känna igen och tydligt läsbara. Medlemsstaterna får föreskriva att det högsta antalet prisangivelser begränsas.
- Jämförpriset skall hänföra sig till en mängd som anges i enlighet med nationella bestämmelser och gemenskapsbestämmelser.

Om nettovikten och avrunnen vikt enligt nationella bestämmelser och gemenskapsbestämmelser skall anges för vissa färdigförpackade varor, skall det räcka med att jämförpriset för den avrunna vikten anges.

Artikel 5

1. Medlemsstaterna får medge undantag från skyldigheten att ange jämförpriset för varor för vilka en sådan angivelse inte skulle vara av betydelse på grund av varornas karaktär eller ändamål, eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring.

2. Medlemsstaterna får, vid genomförandet av punkt 1, när det gäller andra varor än livsmedel, upprätta en förteckning över de varor eller varukategorier för vilka kravet på angivelse av jämförpriset allttjämt skall gälla.

Artikel 6

Om skyldigheten att ange jämförpriset skulle medföra en alltför tung börda för visse små detaljsteforetag på grund av det antal varor som erbjuds till försäljning, försäljningsytan, försäljningsplatsens karaktär, specifika försäljningsförhållanden ifall varan då inte direkt är tillgänglig för konsumenten eller vissa former av affärsverksamhet, till exempel vissa typer av ambulerande försäljning, får medlemsstaterna under en övergångsperiod med början från den dag som anges i artikel 11.1 föreskriva att skyldigheten att ange jämförpriset på andra varor än dem som säljs i lös vikt och som säljs av sådana företag inte skall gälla, med förbehåll av artikel 12.

Artikel 7

Medlemsstaterna skall vidta lämpliga åtgärder för att informera alla personer som berörs om den nationella lagstiftning i vilken det här direktivet överförs i.

Artikel 8

Medlemsstaterna skall fastställa påföljderna vid överträdelse av de nationella bestämmelser som antas för tillämpningen av detta direktiv och vidta alla nödvändiga åtgärder för att säkerställa att dessa genomförs. Dessa påföljder måste vara effektiva, proportionerliga och avskräckande.

Artikel 9

1. Den övergångsperiod på nio år som anges i artikel 1 i Europaparlamentets och rådets direktiv 95/58/EG av den 29 november 1995 om ändring av direktiv 79/581/

EEG om konsumentskydd i samband med prismärkning av livsmedel och i direktiv 88/314/EEG om konsumentskydd i samband med prismärkning av andra varor än livsmedel (*) skall förlängas till och med den dag som avses i artikel 11.1.

2. Direktiven 79/581/EEG och 88/314/EEG skall upphöra att gälla från och med den dag som avses i artikel 11.1 i det här direktivet.

Artikel 10

Det här direktivet skall inte förhindra medlemsstater från att anta eller behålla bestämmelse som är mer gynnsamma när det gäller information till konsumenterna och prisjämförelser, utan att det påverkar medlemsstaternas skyldigheter enligt fördraget.

Artikel 11

1. Medlemsstaterna skall sätta i kraft de lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den 18 mars 2000. De skall genast underrätta kommissionen om detta. De bestämmelser som antas skall vara tillämpliga från och med den dagen.

När en medlemsstat antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur denna hänvisning skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

2. Medlemsstaterna skall till kommissionen överlämna texterna till de bestämmelser i nationell lagstiftning som de antar inom det område som omfattas av detta direktiv.

3. Medlemsstaterna skall överlämna sina bestämmelser som föreskrivs i artikel 8 samt alla senare ändringar av dessa.

Artikel 12

Senast tre år efter den dag som avses i artikel 11.1 skall kommissionen till Europaparlamentet och rådet överlämna en omfattande rapport om tillämpningen av detta direktiv, i synnerhet om tillämpningen av artikel 6, åtföljt av ett förslag.

(*) EGT L 299, 12.12.1995, s. 11.

L 80/30

SV

Europeiska gemenskapernas officiella tidning

18. 3. 98

Europaparlamentet och rådet skall på grundval av detta se över bestämmelserna i artikel 6 och agera, i enlighet med fördraget, inom tre år från kommissionens överlämnande av det förslag som anges i första stycket.

Artikel 13

Detta direktiv träder i kraft på dagen för dess offentliggörande i *Europeiska gemenskapernas officiella tidning*.

Artikel 14

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Bryssel den 16 februari 1998.

På Europaparlamentets vägnar

J. M. GIL-ROBLES

Ordförande

På rådets vägnar

J. CUNNINGHAM

Ordförande

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 2005/29/EG

av den 11 maj 2005

om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otillbörliga affärsmetoder)

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av Fördraget om upprättandet av Europeiska gemenskapen, särskilt artikel 95 i detta,

med beaktande av kommissionens förslag,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommitténs yttrande (1),

i enlighet med förfarandet i artikel 251 i fördraget (2), och

av följande skäl:

- (1) Enligt artikel 153.1 och 153.3 a i fördraget skall gemenskapen bidra till att uppnå hög konsumentskyddsnivå genom de åtgärder som beslutas enligt artikel 95 i detta.
- (2) I enlighet med artikel 14.2 i fördraget omfattar den inre marknaden ett område utan inre gränser, där fri rörlighet för varor och tjänster samt etableringsfrihet säkerställs. Att utveckla tillbörliga affärsmetoder på området utan inre gränser är nödvändigt för att främja utvecklingen av den gränsöverskridande verksamheten.
- (3) Medlemsstaternas lagar om otillbörliga affärsmetoder skiljer sig mycket från varandra, vilket kan leda till märkbar snedvridning av konkurrensen och hindra den inre marknaden från att fungera smidigt. Vad gäller reklam fastställs

i rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om vilseledande och jämförande reklam (3) minimikriterier för harmonisering av lagstiftning om vilseledande reklam, men medlemsstaterna hindras inte från att behålla eller anta bestämmelser för att säkerställa en högre konsumentskyddsnivå. Bestämmelserna om vilseledande reklam varierar därför betydligt mellan medlemsstaterna.

- (4) Dessa skillnader skapar ovisshet om vilka nationella bestämmelser som gäller i fråga om otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumentens ekonomiska intressen och skapar flera hinder för näringsidkare och konsumenterna. Dessa hinder medför ökade kostnader för företagen när de utnyttjar den inre marknads friheter, särskilt i samband med saluföring, reklamkampanjer och säljfrämjande åtgärder över gränserna. De innebär också att konsumenterna blir osäkra på sina rättigheter och att deras förtroende för den inre marknaden undergrävs.
- (5) I brist på enhetliga regler på gemenskapsnivå kan, mot bakgrund av Europeiska gemenskapernas domstols rättspraxis, hinder för etableringsfrihet eller för fri rörlighet för varor och tjänster över gränserna motiveras så länge syftet är att gagna erkända mål av allmänt intresse och så länge hindren står i proportion till dessa mål. Mot bakgrund av gemenskapens mål enligt fördragets och sekundärrättens bestämmelser om fri rörlighet, gemenskapens sekundärlagstiftning och i enlighet med kommissionens politik om kommersiella meddelanden – se kommissionens meddelande om uppföljning av grönboken om affärskommunikation på den inre marknaden – bör sådana hinder undanröjas. De kan bara undanröjas genom att det på gemenskapsnivå införs enhetliga regler som medför hög konsumentskyddsnivå och genom att vissa rättsliga begrepp klargörs på gemenskapsnivå i den omfattning som krävs för att den inre marknaden skall fungera väl och för att uppfylla kravet på rättsäkerhet.

(1) EUT C 108, 30.4.2004, s. 81.

(2) Europaparlamentets yttrande av den 20 april 2004 (EUT C 104 E, 30.4.2004, s. 260), rådets gemensamma ståndpunkt av den 15 november 2004 (EUT C 38 E, 15.2.2005, s. 1), Europaparlamentets ståndpunkt av den 24 februari 2005 (ännu ej offentliggjord i EUT) och rådets beslut av den 12 april 2005.

(3) EGT L 250, 19.9.1984, s. 17. Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/55/EG (EGT L 290, 23.10.1997, s. 18).

11.6.2005

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 149/23

- (6) Genom detta direktiv tillnärmas därför medlemsstaternas lagstiftning om otillbörliga affärsmetoder, inklusive otillbörlig reklam, som direkt skadar konsumenternas ekonomiska intressen och därigenom indirekt skadar legitima konkurrenters ekonomiska intressen. I enlighet med proportionalitetsprincipen skyddar detta direktiv konsumenterna från konsekvenserna av sådana otillbörliga affärsmetoder, men hänsyn har tagits till att de ibland har försumbar effekt. Det omfattar eller påverkar inte nationell lagstiftning om otillbörliga affärsmetoder som enbart skadar konkurrenters ekonomiska intressen eller som gäller transaktioner mellan näringsidkare. I full överensstämmelse med subsidiaritetsprincipen kommer medlemsstaterna, om de så önskar, att även i fortsättningen reglera sådana metoder i enlighet med gemenskapslagstiftningen. Detta direktiv omfattar eller påverkar inte heller de bestämmelser i direktiv 84/450/EEG som gäller reklam som är vilseledande för företag men inte för konsumenter och jämförande reklam. Vidare påverkas inte heller vedertagna reklam- och marknadsföringsmetoder som legitim produktplacering, märkesdifferenciering eller erbjudanden vilka legitimt kan inverka på konsumenternas uppfattning om en produkt och påverka deras beteende utan att försvaga konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.
- (7) Detta direktiv omfattar affärsmetoder som direkt syftar till att påverka konsumenternas affärsbeslut beträffande produkter. Det omfattar inte affärsmetoder som tillämpas främst i andra syften däribland kommersiella meddelanden som riktar sig till investerare, till exempel årsrapporter och reklammaterial för företag. Det omfattar inte rättsliga krav när det gäller smak och anständighet, där det finns stora variationer mellan medlemsstaterna. Sådana affärsmetoder som att i kommersiellt syfte tilltala människor på gatorna kan av kulturella skäl vara icke önskvärd i många medlemsstater. Medlemsstaterna bör därför även i fortsättningen med hänvisning till smak och anständighet kunna förbjuda affärsmetoder på sitt territorium i överensstämmelse med gemenskapsrätten även om sådana metoder inte begränsar konsumenternas valfrihet. Vid tillämpningen av detta direktiv, särskilt generalklausulerna i det, bör det göras en noggrann bedömning av omständigheterna i det enskilda fallet.
- (8) Genom detta direktiv skyddas direkt konsumenternas ekonomiska intressen mot otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter. Därigenom skyddas indirekt även legitim affärsverksamhet från konkurrenter som inte följer detta direktivs bestämmelser och sund konkurrens säkerställs inom det område direktivet omfattar. Det finns naturligtvis andra affärsmetoder som, även om de inte skadar konsumenterna, kan skada konkurrenter och företagskunder. Kommissionen bör noggrant undersöka om gemenskapen behöver vidta åtgärder mot illojal konkurrens som sträcker sig utöver direktivets ram och om så krävs lägga fram ett lagförslag som omfattar även dessa aspekter av illojal konkurrens.
- (9) Detta direktiv påverkar inte talan som väcks av enskilda personer som skadats av en otillbörlig affärsmetod. Det påverkar inte heller tillämpningen av gemenskapsbestämmelser och nationella bestämmelser om avtalsrätt, immaterialrätt, produkters hälso- och säkerhetsaspekter, etableringsvillkor och auktoriseringsförfaranden, däribland sådana som i enlighet med gemenskapens lagstiftning hänför sig till spelverksamhet, eller gemenskapens konkurrensbestämmelser och tillhörande nationella genomförandebestämmelser. Medlemsstaterna kommer alltså fortfarande att kunna behålla eller införa restriktioner och förbud mot affärsmetoder för att skydda sina konsumenters hälsa och säkerhet oavsett var näringsidkaren är etablerad, till exempel i fråga om alkohol, tobak eller farmaceutiska produkter. De finansiella tjänsternas liksom den fasta egendomens komplexitet och de allvarliga risker som är förbundna med dessa tjänster gör att utförliga krav måste fastställas, bland annat faktiska skyldigheter för näringsidkarna. När det gäller finansiella tjänster och fast egendom påverkar detta direktiv därför inte medlemsstaternas rätt att gå utöver dess bestämmelser för att skydda konsumenternas ekonomiska intressen. Det är inte lämpligt att i detta direktiv reglera certifiering och angivelser av inhåll för artiklar av ädelmetall.
- (10) Sambandet mellan detta direktiv och befintlig gemenskapslagstiftning måste vara tydligt, särskilt när detaljerade bestämmelser om otillbörliga affärsmetoder gäller specifika branscher. Genom detta direktiv ändras därför direktiv 84/450/EEG, Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG av den 20 maj 1997 om konsumentskydd vid distansavtal ⁽¹⁾, Europaparlamentets och rådets direktiv 98/27/EG av den 19 maj 1998 om förbudsföreläggande för att skydda konsumenternas intressen ⁽²⁾ samt Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/65/EG av den 23 september 2002 om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsument ⁽³⁾. Det här direktivet skall följaktligen tillämpas endast i den mån det saknas särskild gemenskapslagstiftning beträffande vissa aspekter av otillbörliga affärsmetoder, exempelvis informationskrav och

⁽¹⁾ EGT L 144, 4.6.1997, s. 19. Direktivet ändrat genom direktiv 2002/65/EG (EGT L 271, 9.10.2002, s. 16).

⁽²⁾ EGT L 166, 11.6.1998, s. 51. Direktivet senast ändrat genom direktiv 2002/65/EG.

⁽³⁾ EGT L 271, 9.10.2002, s. 16.

regler för hur informationen skall delges konsumenterna. Detta direktiv skyddar konsumenterna när det inte finns någon branschlagstiftning på gemenskapsnivå och hindrar näringsidkare från att ge ett felaktigt intryck av en produkts beskaffenhet. Detta är särskilt viktigt när det gäller komplexa produkter som innebär stora risker för konsumenten, exempelvis vissa finansiella tjänster. Detta direktiv kompletterar följaktligen de delar av gemenskapens regelverk som är tillämpliga på affärsmetoder som skadar konsumenternas ekonomiska intressen.

- (11) Den höga grad av konvergens som uppnås genom detta direktivs bestämmelser om tillnärmning av nationella bestämmelser innebär hög gemensam konsumentskyddsnivå. Genom detta direktiv fastställs ett enda generellt förbud mot de otillbörliga affärsmetoder som snedvrider konsumentens ekonomiska beteende. I detta direktiv fastställs också bestämmelser om aggressiva affärsmetoder, som för närvarande inte är reglerade på gemenskapsnivå.
- (12) Harmoniseringen medför att rättssäkerheten kommer att öka avsevärt för både konsumenter och näringsidkare. Både konsumenter och näringsidkare kommer att kunna förlita sig på en enda rättslig ram, grundad på tydligt definierade rättsliga begrepp som reglerar alla aspekter av otillbörliga affärsmetoder inom hela EU. Resultatet blir att de hinder avlägsnas som är följden av splittrade bestämmelser om otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumentens ekonomiska intressen och att en inre marknad kan upprättas på området.
- (13) För att uppnå gemenskapens mål genom att avlägsna hinder för den inre marknaden är det nödvändigt att ersätta de olika generalklausuler och rättsprinciper som medlemsstaterna tillämpar för närvarande. Det enda gemensamma generella förbudet som införs genom detta direktiv täcker därför otillbörliga affärsmetoder som snedvrider konsumentens ekonomiska beteende. För att främja konsumenternas förtroende bör det generella förbudet tillämpas på samma sätt i fråga om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas utan att ett avtalsförhållande föreligger mellan näringsidkare och konsument eller när ett avtal ingås och fullgörs. Det generella förbudet kompletteras med bestämmelser om de två typer av otillbörliga affärsmetoder som är absolut vanligast, nämligen vilseledande och aggressiva metoder.
- (14) Det är önskvärt att till vilseledande affärsmetoder räkna sådana metoder, inklusive vilseledande reklam, som genom att vilseleda konsumenten hindrar denne från att fatta ett välgrundat och därmed effektivt beslut. I detta direktiv klassificeras, i enlighet med medlemsstaters lagar och

bestämmelser om vilseledande reklam, vilseledande metoder i två kategorier, nämligen vilseledande handlingar och vilseledande underlåtenhet. Vad gäller underlåtenhet fastställs i detta direktiv ett begränsat antal viktiga upplysningar som konsumenten behöver för att kunna fatta ett välgrundat affärsbeslut. Dessa upplysningar måste inte ges i all reklam, utan bara vid köperbudanden från näringsidkaren, vilket är ett i direktivet tydligt definierat begrepp. Den strategi med fullständig harmonisering som valts för detta direktiv innebär inte ett hinder för medlemsstaterna att i nationell lag ange de viktigaste särdragen hos bestämda produkter, t.ex. samlarföremål eller elektriska varor, om ett utelämnande av sådan information skulle vara väsentligt vid ett köperbudande. Avsikten med detta direktiv är inte att inskränka konsumenternas val genom förbud mot marknadsföring av varor som liknar andra varor om inte denna likhet förvirrar konsumenterna i fråga om varans kommersiella ursprung och därmed är vilseledande. Detta direktiv bör inte påverka tillämpningen av befintlig gemenskapslagstiftning enligt vilken valet mellan flera alternativ till bestämmelser om konsumentskydd på området affärsmetoder uttryckligen överlämnas till medlemsstaterna. Detta direktiv bör i synnerhet inte påverka tillämpningen av artikel 13.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation (direktiv om integritet och elektronisk kommunikation) ⁽¹⁾.

- (15) När det i gemenskapslagstiftningen fastställs krav på information i samband med marknadskommunikation, reklam och saluföring skall denna information betraktas som väsentlig information enligt detta direktiv. Medlemsstaterna kommer att kunna behålla eller skärpa kraven på information i avtalsrättsliga sammanhang och med avtalsrättsliga konsekvenser när detta är tillåtet enligt minimiklausulerna i gemenskapens gällande rättsakter. En icke uttömmande förteckning över sådana informationskrav i regelverket återfinns i bilaga II. Med tanke på den fullständiga harmonisering som införs genom detta direktiv är det endast den information som krävs enligt gemenskapslagstiftningen som anses som väsentlig i den mening som avses i artikel 7.5 i detta direktiv. Om medlemsstaterna har infört informationskrav utöver dem som anges i gemenskapslagstiftningen, på grundval av minimiklausuler, är det enligt detta direktiv inte en underlåtenhet att utelämnas denna ytterligare information. Medlemsstaterna kan däremot, när minimiklausulerna i gemenskapslagstiftningen så tillåter, behålla eller införa striktare bestämmelser i enlighet med gemenskapslagstiftningen för att säkerställa en högre nivå för skyddet av konsumenternas individuella avtalsmässiga rättigheter.

⁽¹⁾ EGT L 201, 31.7.2002, s. 37.

11.6.2005

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 149/25

- (16) Bestämmelserna om aggressiva affärsmetoder bör omfatta de metoder som avsevärt inskränker konsumentens valfrihet. Hit hör metoder med inslag av trakasserier, tvång, inklusive fysiskt våld, och otillbörlig påverkan.
- (17) Det är önskvärt att, för större rättsäkerhet, fastställa vilka affärsmetoder som under alla omständigheter är otillbörliga. Bilaga I innehåller därför en fullständig förteckning över sådana metoder. Endast dessa affärsmetoder skall kunna bedömas som otillbörliga utan prövning från fall till fall utifrån bestämmelserna i artiklarna 5–9. Förteckningen kan ändras endast genom en översyn av detta direktiv.
- (18) Det är på sin plats att skydda alla konsumenter från otillbörliga affärsmetoder; emellertid har Europeiska gemenskapernas domstol, vid de avgöranden som rört fall om annonsering efter det att direktiv 84/450/EEG antagits, funnit det nödvändigt att bedöma deras inverkan på en tänkt typisk konsument. I enlighet med proportionalitetsprincipen, och för att det skydd som direktivet innebär faktiskt skall kunna förverkligas, utgår detta direktiv från genomsnittskonsumenten som är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst, med beaktande av sociala, kulturella och språkliga faktorer och i enlighet med domstolens tolkning, men direktivet innehåller också bestämmelser för att förhindra exploatering när kunders egenskaper gör dem särskilt sårbara för otillbörliga affärsmetoder. Om en affärsmetod är särskilt riktad till en viss konsumentgrupp, till exempel barn, är det önskvärt att affärsmetodens inverkan bedöms ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp. Därför är det lämpligt att i förteckningen över metoder som under alla omständigheter skall betraktas som otillbörliga infoga en bestämmelse som, utan att innebära ett totalförbud mot reklam riktad till barn, skyddar barn från direkta uppmaningar att köpa. Begreppet genomsnittskonsument är inte ett statistiskt begrepp. De nationella domstolarna och myndigheterna måste använda sitt eget omdöme, med beaktande av domstolens rättspraxis, när de fastställer genomsnittskonsumentens typiska reaktion i ett givet fall.
- (19) När särskilda förhållanden som ålder, fysiska eller psykiska handikapp eller lättrogenhet gör vissa konsumenter särskilt känsliga för en affärsmetod eller för den produkt metoden avser, och endast dessa konsumenters ekonomiska betedande torde snedvridas av metoden på ett sätt som näringsidkaren rimligen kan förutse, bör det säkerställas att dessa får tillräckligt skydd genom att metoden bedöms ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp.
- (20) Det är lämpligt att ge uppförandekoderna en roll som gör det möjligt för näringsidkarna att faktiskt tillämpa detta direktivs principer på specifika ekonomiska områden. Inom branscher där särskilda tvingande krav reglerar näringsidkarnas uppförande är det lämpligt att kraven även omfattar krav på god yrkessed inom branschen. Den kontroll som utförs av kodutfärdaren, nationellt eller på gemenskapsnivå, i syfte att undanröja otillbörliga affärsmetoder bör uppmuntras, eftersom den kan innebära att administrativa eller rättsliga åtgärder inte behöver tillgripas. För att få till stånd en hög konsumentskyddsnivå kan konsumentorganisationerna informeras och engageras i utformningen av uppförandekoder.
- (21) Personer eller organisationer som enligt nationell lagstiftning anses ha berättigat intresse i frågan måste ha laglig möjlighet att inleda förfaranden mot otillbörliga affärsmetoder, antingen inför domstol eller inför en förvaltningsmyndighet med behörighet att fatta beslut i frågor som rör klagomål, eller inleda relevanta rättsliga förfaranden. Bevisbördan måste fastställas i nationell lagstiftning, men domstolar och administrativa myndigheter bör ges möjlighet att kräva att näringsidkare lägger fram bevis för riktigheten av faktapåståenden som de har gjort.
- (22) Det är nödvändigt att medlemsstaterna fastställer sanktioner vid överträdelse av bestämmelserna i detta direktiv och se till att dessa verkställs. Sanktionerna skall vara effektiva, proportionella och avskräckande.
- (23) Eftersom målen med detta direktiv, att undanröja de hinder på den inre marknaden som orsakas av nationell lagstiftning om otillbörliga affärsmetoder och att säkerställa en hög gemensam konsumentskyddsnivå genom tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om otillbörliga affärsmetoder, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna utan bättre kan uppnås på gemenskapsnivå, kan gemenskapen vidta åtgärder i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i fördraget. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går detta direktiv inte utöver vad som är nödvändigt för att undanröja hindren på den inre marknaden och uppnå en hög konsumentskyddsnivå.
- (24) Detta direktiv bör ses över, så att det säkerställs att hindren på den inre marknaden har motverkats och att en hög konsumentskyddsnivå uppnås. Översynen kan medföra att kommissionen lägger fram ett förslag till ändring av detta direktiv, där det kan ingå en begränsad utvidgning av

undantaget i artikel 3.5 och/eller ändringar av annan konsumentskyddslagstiftning som återspeglar kommissionens konsumentskyddsstrategi med dess åtagande att se över det befintliga regelverket för att uppnå en hög gemensam nivå på konsumentskyddet.

- (25) Detta direktiv står i överensstämmelse med de grundläggande rättigheter och principer som erkänns bland annat i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

KAPITEL 1

ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

Artikel 1

Syfte

Syftet med detta direktiv är att bidra till att den inre marknaden fungerar korrekt och att säkerställa en hög konsumentskyddsnivå genom att tillnärma medlemsstaternas lagar och andra författningar avseende otillbörliga affärsmetoder som skadar konsumenternas ekonomiska intressen.

Artikel 2

Definitioner

I detta direktiv används följande beteckningar med de betydelse som här anges:

- a) *konsument*: en fysisk person som, med avseende på affärsmetoder som omfattas av detta direktiv, handlar för ändamål som ligger utanför dennes näringsverksamhet, affärsverksamhet, hantverk eller yrke.
- b) *näringsidkare*: en fysisk eller juridisk person som, med avseende på de affärsmetoder som omfattas av detta direktiv, handlar för ändamål som ligger inom ramen för dennes näringsverksamhet, affärsverksamhet, hantverk eller yrke samt den som handlar i näringsidkarens namn eller för dennes räkning.
- c) *produkt*: alla typer av varor och tjänster, även fast egendom, rättigheter och skyldigheter.
- d) *affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsument* (nedan även kallade *affärsmetoder*): en näringsidkarens handling, underlåtenhet, beteende, företrädande eller kommersiella meddelande (inklusive reklam och saluföring) i direkt relation till marknadsföring, försäljning eller leverans av en produkt till en konsument.
- e) *att avsevärt snedvrida konsumentens ekonomiska beteende*: att använda en affärsmetod i syfte att i märkbar mån försämra konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat beslut och därmed få konsumenten att fatta ett annat affärsbeslut än vad som annars skulle ha varit fallet.
- f) *uppförandekod*: en överenskommelse eller en uppsättning regler som inte föreskrivs i en medlemsstats lagar och andra författningar om hur näringsidkare som förbinder sig att iaktta koden skall förhålla sig till en eller flera angivna affärsmetoder eller inom en eller flera angivna branscher.
- g) *kodutfärdare*: det organ, vilket även kan vara en näringsidkare eller en grupp av näringsidkare, som ansvarar för att utforma och se över en uppförandekod och/eller övervaka att koden efterlevs av dem som förbundit sig att iaktta den.
- h) *god yrkessed*: den nivå av fackmässighet och aktsamhet som en näringsidkare skäligen kan förväntas visa gentemot konsumenterna motsvarande hederlig marknadspraxis och/eller den allmänna principen om god tro i näringsidkarens bransch.
- i) *köperbudande*: kommersiellt meddelande som beskriver en produkts egenskaper och pris, på ett sätt som är lämpligt för den typ av kommersiellt meddelande det gäller, och på så sätt gör det möjligt för en kund att köpa produkten.
- j) *otillbörlig påverkan*: utnyttjande av en maktställning i förhållande till konsumenten för att utöva påtryckning, även utan fysiskt våld eller hot om sådant, på ett sätt som avsevärt inskränker konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat beslut.
- k) *affärsbeslut*: ett beslut som fattas av en konsument om huruvida, hur och under vilka förutsättningar en produkt skall köpas, om hela eller delar av köpesumman skall betalas, om produkten skall behållas eller överlåtas eller om en avtalsenlig rättighet i samband med produkten skall utnyttjas oavsett om konsumenten beslutar att handla eller att avstå från att handla.
- l) *reglerat yrke*: en eller flera former av yrkesverksamhet där bestämda yrkeskvalifikationer direkt eller indirekt krävs genom lagar och andra författningar för tillträde till eller utövande av verksamheten eller någon form av denna.

Artikel 3

Tillämpningsområde

1. Detta direktiv skall tillämpas på otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på det sätt som anges i artikel 5, före, under och efter en affärstransaktion som gäller en produkt.

2. Detta direktiv skall inte påverka avtalsrättslig lagstiftning, särskilt inte regler om avtals giltighet, ingående eller verkan.

3. Detta direktiv skall inte påverka några bestämmelser på gemenskapsnivå eller nationell nivå avseende produkters hälso- och säkerhetsaspekter.

4. Om bestämmelserna i detta direktiv står i strid med andra gemenskapsbestämmelser som reglerar specifika aspekter av otillbörliga affärsmetoder, skall de senare ha företräde och tillämpas på dessa specifika aspekter.

5. Medlemsstaterna skall under en period på sex år från och med den 12 juni 2007 fortsätta att få tillämpa nationella bestämmelser, inom det område som tillnärmas genom detta direktiv, vilka är mer inskränkande eller mer föreskrivande än bestämmelserna i detta direktiv och vilka genomför direktiv som innehåller klausuler om minsta harmonisering. Dessa åtgärder måste vara väsentliga för att tillförsäkra att konsumenterna ges tillräckligt skydd mot otillbörliga affärsmetoder och måste stå i proportion till detta mål. Den översyn som anges i artikel 18 får, om så anses lämpligt, inbegripa ett förslag om att förlänga undantaget för ytterligare en begränsad period.

6. Medlemsstaterna skall omgående underrätta kommissionen om eventuella nationella bestämmelser som tillämpas med stöd av punkt 5.

7. Detta direktiv skall inte påverka de bestämmelser som reglerar domstolars behörighet.

8. Detta direktiv skall inte påverka de villkor som medlemsstaterna enligt gemenskapslagstiftningen får ålägga yrkesutövare för etablering eller auktorisation, etiska uppförandekoder eller andra särskilda bestämmelser för reglerade yrken som syftar till att vidmakthålla högt ställda integritetsnormer för yrkesutövaren.

9. När det gäller "finansella tjänster" enligt definitionen i direktiv 2002/65/EG och fast egendom får medlemsstaterna på det område som tillnärmas genom detta direktiv ställa mer inskränkande eller mer föreskrivande krav än enligt det här direktivet.

10. Detta direktiv skall inte gälla tillämpningen av medlemsstaternas lagar och andra författningar om certifiering och angivelse av finhalt för artiklar av ädelmetall.

Artikel 4

Inre marknaden

Medlemsstaterna får inte begränsa friheten att tillhandahålla tjänster eller den fria rörligheten för varor av anledningar som omfattas av det område som tillnärmas genom detta direktiv.

KAPITEL 2

OTILLBÖRLIGA AFFÄRSMETODER

Artikel 5

Förbud mot otillbörliga affärsmetoder

1. Otillbörliga affärsmetoder skall vara förbjudna.

2. En affärsmetod skall vara otillbörlig om den

a) strider mot god yrkessed,

och

b) innebär, eller sannolikt kommer att innebära, avsevärd snedvridning av det ekonomiska beteendet i förhållande till produkten hos den genomsnittskonsumert som affärsmetoden riktar sig till eller som nås av metoden, eller den genomsnittliga gruppmedlemmen om affärsmetoden riktar sig till en viss konsumentgrupp.

3. Affärsmetoder som sannolikt kommer att innebära avsevärd snedvridning av det ekonomiska beteendet endast hos en tydligt identifierbar grupp av konsumenter som på grund av mentala eller fysiska handikapp, ålder eller lättrogenhet är särskilt känsliga för metoden eller den produkt metoden avser, på ett sätt som näringsidkaren rimligen kan förväntas förutse, skall bedömas ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp. Detta skall inte påverka sedvanlig och legitim praxis att i reklam göra överdrivna påståenden eller påståenden som inte är avsedda att uppfattas i bokstavig mening.

4. Affärsmetoder skall anses otillbörliga om de
- a) är vilseledande enligt artiklarna 6 och 7,
- eller
- b) aggressiva enligt artiklarna 8 och 9.
5. Bilaga I innehåller förteckningen över de affärsmetoder som under alla omständigheter skall betraktas som otillbörliga. Samma förteckning skall gälla i alla medlemsstater och får ändras endast genom en översyn av detta direktiv.

Avsnitt 1

Vilseledande affärsmetoder

Artikel 6

Vilseledande handlingar

1. En affärsmetod skall anses vara vilseledande om den inbegriper oriktig information och således är falsk eller om den på något sätt, även genom den allmänna utformningen – även om informationen är korrekt i sak – vilseleder eller sannolikt kommer att vilseleda genomsnittskonsumenten i ett eller flera av följande avseenden, samt i endera fallet medför eller sannolikt kommer att medföra att denne fattar ett affärsbeslut som han annars inte skulle ha fattat:
- a) Produktens förekomst eller beskaffenhet.
- b) Produktens utmärkande egenskaper, som t.ex. dess tillgänglighet, fördelar, risker, utförande, sammansättning, tillbehör, kundservice efter försäljning och reklamationshantering, metod och datum för tillverkning eller tillhandahållande, leverans, ändamålsenlighet, användningsområde, kvantitet, specifikation, geografiskt eller kommersiellt ursprung eller det resultat som kan förväntas av användningen, eller resultat och egenskaper som framkommit vid provningar eller undersökningar som utförts på produkten ifråga.
- c) Omfattningen av näringsidkarens åtaganden, motivet för affärsmetoden och typen av säljförfarande, eventuella uttalanden eller symboler som gäller direkt eller indirekt stöd för eller godkännande av näringsidkaren eller produkten.
- d) Priset eller hur priset beräknas, eller förekomsten av särskilda prisfördelar.
- e) Behovet av service, reservdelar, byte eller reparation.

- f) Typen av näringsidkare eller agent, deras kännetecken och rättigheter, t.ex. identitet och tillgångar, meriter, status, godkännande, tillhörighet eller anslutning samt innehav av industriella, kommersiella eller immateriella rättigheter, eller priser och belöningar som näringsidkaren tilldelats.
- g) Konsumentens rättigheter, inklusive bytes- eller återbetalningsrätt enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG av den 25 maj 1999 om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier⁽¹⁾, och de risker denne kan utsättas för.
2. En affärsmetod skall också anses vara vilseledande om den, i sitt sammanhang, med beaktande av alla dess särdrag och av omständigheterna kring den, medför eller sannolikt kommer att medföra att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne normalt inte skulle ha fattat, och metoden omfattar

- a) marknadsföring av en produkt, inbegripet jämförande reklam, som orsakar förväxling med en konkurrens produkter, varumärken, varunamn eller särskiljande kännetecken,
- b) underlåtenhet från näringsidkarens sida att fullgöra åtaganden i uppförandekoder som näringsidkaren åtagit sig att följa, om
- i) åtagandet inte utgör en målsättning utan är fast och kan kontrolleras,
- och
- ii) näringsidkaren inom ramen för en affärsmetod anger att han måste följa koden.

Artikel 7

Vilseledande underlåtenhet

1. En affärsmetod skall anses vara vilseledande om den, i sitt sammanhang och med beaktande av alla dess särdrag och omständigheterna kring den samt av kommunikationsmediets begränsningar, innebär att näringsidkaren underlåter att lämna väsentlig information som genomsnittskonsumenten, beroende på sammanhanget, behöver för att fatta ett välgrundat affärsbeslut och därigenom medför, eller sannolikt kommer att medföra, att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat.

⁽¹⁾ EGT L 171, 7.7.1999, s. 12.

11.6.2005

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 149/29

2. Det skall även anses vara vilseledande underlåtenhet om en näringsidkare, med hänsyn till de omständigheter som beskrivs i punkt 1, döljer sådan väsentlig information som avses i den punkten eller ger sådan information på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller olämpligt sätt, eller inte anger affärsmetodens kommersiella syfte om detta inte redan framgår av sammanhanget och när något av dessa fall innebär, eller sannolikt kommer att innebära, att genomsnittskonsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat.

3. När det kommunikationsmedium som används för affärsmetoden medför begränsningar av utrymme eller tid, skall dessa begränsningar och de åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att på annat sätt delge konsumenterna informationen tas i beaktande för att avgöra huruvida information har utelämnats.

4. Vid ett köperbudande skall följande information anses som väsentlig, om den inte framgår av sammanhanget:

- a) Produktens utmärkande egenskaper i den omfattning som är lämplig för mediet och produkten.
 - b) Näringsidkarens geografiska adress och identitet, till exempel företagsnamn och, där så är tillämpligt, geografisk adress och identitet för den näringsidkare på vars uppdrag han agerar.
 - c) Priset inklusive skatter eller, om produktens art innebär att priset rimligen inte kan beräknas i förväg, det sätt på vilket priset beräknats och alla eventuella ytterligare kostnader för frakt, leverans eller porto eller, om dessa rimligen inte kan beräknas i förväg, uppgift om att sådana ytterligare kostnader kan tillkomma.
 - d) Närmare villkor för betalning, leverans, fullgörande och hantering av reklamationer, om de avviker från de krav god yrkessed innebär.
 - e) Uppgift om ånger- eller hävningsrätt för produkter och transaktioner för vilka det finns en sådan rätt.
5. Informationskrav som avser kommersiella meddelanden inklusive reklam eller marknadsföring och som har fastställts i gemenskapslagstiftningen – en icke uttömmande förteckning över denna lagstiftning återfinns i bilaga II – skall betraktas som väsentliga.

Avsnitt 2

Aggressiva affärsmetoder

Artikel 8

Aggressiva affärsmetoder

En affärsmetod skall anses vara aggressiv om den, i sitt sammanhang och med beaktande av alla dess särdrag och av omständigheterna kring den, genom trakasseri, tvång, inbegripet fysiskt våld, eller otillbörlig påverkan avsevärt inskränker eller som sannolikt kommer att avsevärt inskränka genomsnittskonsumentens valfrihet eller handlande avseende produkten och därigenom medför eller sannolikt kommer att medföra att konsumenten fattar ett affärsbeslut som denne annars inte skulle ha fattat.

Artikel 9

Trakasseri, tvång och otillbörlig påverkan

När det skall fastställas om en affärsmetod innebär trakasseri, tvång, inbegripet fysiskt våld, eller otillbörlig påverkan skall följande beaktas:

- a) Tidpunkt, plats, art och varaktighet.
- b) Användningen av hotfullt eller kränkande språk eller beteende.
- c) Om näringsidkaren för att påverka konsumentens beslut avseende produkten utnyttjar ett speciellt missöde eller omständigheter som näringsidkaren känner till och som är av sådan vikt att de försämrar konsumentens omdöme.
- d) Betungande eller oproportionerliga hinder som inte följer av avtalet och som näringsidkaren använder sig av när en konsument vill utöva sina rättigheter enligt avtalet, inbegripet rätten att häva ett avtal eller att byta till en annan produkt eller en annan näringsidkare.
- e) Hot om att vidta åtgärder som inte lagligen kan genomföras.

KAPITEL 3

UPPFÖRANDEKODER

Artikel 10

Uppförandekoder

Detta direktiv utesluter inte att en kontroll – som medlemsstaterna kan uppmuntra – av otillbörliga affärsmetoder kan genomföras av kodutfärdare och inte heller att sådana organ anlitas av de personer eller organisationer som avses i artikel 11, om förfaranden vid sådana organ äger rum utöver de domstolsförfaranden eller förvaltningsförfaranden som avses i den artikeln.

Att ett sådant kontrollorgan anlitas skall aldrig innebära att rätten att vidta de rättsliga åtgärder eller förvaltningsåtgärder som avses i artikel 11 förverkas.

KAPITEL 4

SLUTBESTÄMMELSER

Artikel 11

Efterlevnad av bestämmelserna

1. Medlemsstaterna skall i konsumenternas intresse se till att det finns adekvata och effektiva metoder för att bekämpa otillbörliga affärsmetoder så att efterlevnaden av bestämmelserna i detta direktiv säkerställs.

Sådana medel skall innefatta rättsliga bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer, som enligt den nationella lagstiftningen anses ha ett rättmätigt intresse av att otillbörliga affärsmetoder bekämpas, inbegripet konkurrenter, får

a) vidta rättsliga åtgärder mot otillbörliga affärsmetoder,

och/eller

b) anmäla sådana otillbörliga affärsmetoder till en förvaltningsmyndighet som är behörig antingen att fatta beslut rörande klagomål eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.

Det skall ankomma på varje enskild medlemsstat att avgöra vilken av dessa möjligheter som skall tillämpas, och om domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna skall få rätt att kräva att andra etablerade medel för att behandla klagomål först skall tillgripas, däribland de som nämns i artikel 10. Dessa möjligheter skall kunna utnyttjas oavsett om de berörda konsumenterna

befinner sig i den medlemsstat där näringsidkaren finns eller i en annan medlemsstat.

Det skall ankomma på varje medlemsstat att avgöra

a) om dessa rättsliga medel får riktas mot en enskild näringsidkare eller mot en grupp näringsidkare från samma näringsgren,

och

b) om dessa rättsliga medel får riktas mot en kodutfärdare, om den tillämpliga koden gör det lättare att kringgå de rättsliga kraven.

2. Genom de bestämmelser som avses i punkt 1 skall medlemsstaterna, i de fall de anser sådana åtgärder nödvändiga, med hänsyn till alla inblandades och särskilt det allmännas intressen, ge domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna befogenheter

a) att besluta att de otillbörliga affärsmetoderna skall upphöra, eller att inleda lämpligt rättsligt förfarande för att få fram ett sådant beslut,

eller

b) att besluta om förbud mot den otillbörliga affärsmetoden, om den ännu inte tillämpats men tillämpningen är nära förestående, eller inleda ett lämpligt rättsligt förfarande för att få fram ett sådant beslut,

även om det inte finns bevis för faktisk förlust eller skada eller för uppsåt eller vårdslöshet från näringsidkarens sida.

Medlemsstaterna skall också ombesörja att de åtgärder som avses i första stycket vidtas skyndsamt

— antingen med tillfällig verkan,

eller

— med slutgiltig verkan,

varvid varje enskild medlemsstat får avgöra vilket av de två alternativen som skall väljas.

11.6.2005

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 149/31

För att förhindra fortsatt verkan av otillbörliga affärsmetoder, som skall upphöra enligt ett slutgiltigt beslut, kan medlemsstaterna vidare ge domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna befogenhet

a) att kräva att detta beslut offentliggörs helt eller delvis, och i sådan form de bedömer lämplig,

b) att dessutom kräva publicering av ett beriktigande.

3. De förvaltningsmyndigheter som avses i punkt 1 skall

a) vara så sammansatta att det inte finns anledning att tvivla på deras opartiskhet,

b) när de behandlar ett klagomål, ha tillräckliga befogenheter att övervaka och säkerställa efterlevnaden av sina beslut,

c) som regel motivera sina beslut.

När de befogenheter som avses i punkt 2 utövas uteslutande av en förvaltningsmyndighet, skall skälen till besluten alltid anges. Vidare måste det i detta fall fastställas ett förfarande så att varje otillbörlig eller oskälig myndighetsutövning eller underlåtenhet att utöva dessa befogenheter kan bli föremål för rättslig prövning.

Artikel 12

Domstolar och förvaltningsmyndigheter: styrkande av påståenden

Medlemsstaterna skall ge domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna befogenhet att i domstolsförfarandena eller förvaltningsförfarandena enligt artikel 11

a) kräva att näringsidkaren lägger fram bevis för riktigheten av faktapåståenden om en affärsmetod under förutsättning att ett sådant krav, med beaktande av det rättmätiga intresse näringsidkaren eller annan part i förfarandet har, förefaller lämpligt mot bakgrund av omständigheterna i det särskilda fallet,

och

b) betrakta faktapåståenden som oriktiga, om de bevis som begärts in enligt a inte läggs fram eller bedöms otillräckliga av domstolen eller förvaltningsmyndigheten.

Artikel 13

Sanktioner

Medlemsstaterna skall fastställa sanktionerna vid överträdelse av de nationella bestämmelser som antas för tillämpningen av detta direktiv och vidta alla nödvändiga åtgärder för att se till att dessa verkställs. Sanktionerna skall vara effektiva, proportionella och avskräckande.

Artikel 14

Ändringar av direktiv 84/450/EEG

Direktiv 84/450/EEG ändras härmed på följande sätt:

1. Artikel 1 skall ersättas med följande:

"Artikel 1

Avsikten med detta direktiv är att skydda näringsidkarna mot vilseledande reklam och de otillbörliga följderna av denna, samt att ange under vilka förutsättningar jämförande reklam är tillåten."

2. I artikel 2

— skall punkt 3 ersättas med följande:

"3. *säljare* eller *leverantör* (nedan kallad *näringsidkare*): en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som ligger inom ramen för dennes näringsverksamhet, hantverk, affärsverksamhet eller yrke samt den som handlar i näringsidkarens namn eller för dennes räkning."

— skall följande punkt läggas till:

"4. *kodutfärdare*: det organ, vilket även kan vara en näringsidkare eller en grupp av näringsidkare, som ansvarar för att utforma och se över en uppförandedekod och/eller övervaka att koden efterlevs av dem som förbundit sig att iaktta den."

3. Artikel 3a skall ersättas med följande:

”Artikel 3a

1. Jämförande reklam skall, såvitt avser själva jämförelsen, vara tillåten under förutsättning att
 - a) den inte är vilseledande enligt artikel 2.2, artikel 3 och artikel 7.1 i detta direktiv eller artiklarna 6 och 7 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (*),
 - b) den jämför varor eller tjänster som svarar mot samma behov eller är avsedda för samma ändamål,
 - c) den på ett objektivt sätt jämför en eller flera väsentliga, relevanta, kontrollerbara och utmärkande egenskaper hos dessa varor och tjänster, bland vilka även priset kan ingå,
 - d) den varken misskrediterar eller uttrycker sig nedsättande om en konkurrents varumärke, firmanamn eller andra kännetecken, varor, tjänster, verksamhet eller förhållanden,
 - e) den i fråga om produkter med ursprungsbeteckning alltid avser produkter med samma beteckning,
 - f) den inte drar otillbörlig fördel av det anseende som en konkurrents varumärke, firmanamn eller andra kännetecken åtnjuter eller av en konkurrerande produkts ursprungsbeteckning,
 - g) den inte framställer en vara eller tjänst som en imitation av eller ersättning för en vara eller tjänst som har ett skyddat varumärke eller firmanamn,
 - h) den inte skapar förvirring bland näringsidkare, mellan annonsören och en konkurrent eller mellan annonsörens varumärken, firmanamn, andra utmärkande kännetecken, varor eller tjänster och en konkurrents.

(*) EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.”

4. Artikel 4.1 skall ersättas med följande:

”1. Medlemsstaterna skall i näringsidkarnas liksom även i konkurrenternas intresse se till att det finns lämpliga och effektiva metoder för att bekämpa vilseledande reklam och att bestämmelserna om jämförande reklam följs. Sådana metoder skall innefatta rättsliga bestämmelser enligt vilka personer eller organisationer, som enligt den nationella lagstiftningen anses ha ett rättmätigt intresse av att bekämpa vilseledande reklam eller reglera jämförande reklam, får

- a) vidta rättsliga åtgärder mot sådan reklam,

eller

- b) anmäla sådan reklam till en förvaltningsmyndighet som är behörig antingen att besluta rörande klagomål eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.

Det skall ankomma på varje enskild medlemsstat att avgöra vilken av dessa möjligheter som skall finnas tillgängliga, och om domstolarna eller förvaltningsmyndigheterna skall få rätt att kräva att andra etablerade medel för att behandla klagomål först skall tillgripas, däribland de som nämns i artikel 5.

Det skall ankomma på varje enskild medlemsstat att avgöra

- a) om dessa rättsliga medel får riktas mot en enskild näringsidkare eller mot en grupp näringsidkare från samma näringsgren,

och

- b) om dessa rättsliga medel får riktas mot en kodutfärdare om den tillämpliga koden gör det lättare att kringgå de rättsliga kraven.”

5. Artikel 7.1 skall ersättas med följande:

”1. Detta direktiv skall inte hindra medlemsstaterna från att bibehålla eller anta bestämmelser som avser att tillförsäkra näringsidkare och konkurrenter ett mera omfattande skydd avseende vilseledande reklam.”

11.6.2005

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 149/33

Artikel 15

Ändring av direktiv 97/7/EG och 2002/65/EG

1. Artikel 9 i direktiv 97/7/EG skall ersättas med följande:

"Artikel 9

Leverans utan föregående beställning

Med beaktande av förbudet mot affärsmetoder som innebär leverans utan föregående beställning enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (*) skall medlemsstaterna vidta nödvändiga åtgärder för att frita konsumenterna från fullgörande av motprestation vid leverans utan föregående beställning eftersom ett uteblivet svar inte är liktydigt med samtycke.

(*) EUT L 149, 11.6.2005, s. 22."

2. Artikel 9 i beslut 2002/65/EG skall ersättas med följande:

"Artikel 9

Med beaktande av förbudet mot affärsmetoder som innebär leverans utan föregående beställning enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (*) och utan att det påverkar medlemsstaternas bestämmelser om automatisk förlängning av distansavtal skall medlemsstaterna, när automatisk förlängning är tillåten enligt dessa bestämmelser, vidta åtgärder för att frita konsumenterna från varje skyldighet vid leverans utan föregående beställning eftersom ett uteblivet svar inte är liktydigt med samtycke.

(*) EUT L 149, 11.6.2005, s. 22."

Artikel 16

Ändring av direktiv 98/27/EG och förordning (EG) nr 2006/2004

1. I bilagan till direktiv 98/27/EG skall punkt 1 ersättas med följande:

"1. Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.)"

2. I bilagan till Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheterna som ansvarar för konsumentskyddslagsstiftningen ("förordningen om konsumentskyddssamarbete") (*) skall följande punkt läggas till:

"16. Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22)."

Artikel 17

Information

Medlemsstaterna skall vidta lämpliga åtgärder för att informera konsumenterna om den nationella lag genom vilken detta direktiv införlivas och skall, där så är lämpligt, uppmantra näringsidkare och kodutfärdare att informera konsumenterna om sina uppförandekoder.

Artikel 18

Översyn

1. Senast den 12 juni 2011 skall kommissionen överlämna en sammanfattande rapport till Europaparlamentet och rådet om genomförandet av detta direktiv, särskilt artikel 3.9 och artikel 4 och bilaga I, om ramen för ytterligare harmonisering och förenkling av gemenskapsrätten avseende konsumentskydd och, med beaktande av artikel 3.5, om åtgärder som behöver vidtas på gemenskapsnivå för att se till att lämpliga nivåer av konsumentskydd upprätthålls. Rapporten skall vid behov åtföljas av ett förslag om översyn av detta direktiv eller andra tillämpliga delar av gemenskapsrätten.

2. Europaparlamentet och rådet skall sträva efter att i enlighet med fördraget agera inom två år efter det att kommissionen har lagt fram ett förslag i enlighet med punkt 1.

Artikel 19

Införlivande

Medlemsstaterna skall anta och offentliggöra de bestämmelser i lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv senast den 12 juni 2007. De skall genast underrätta kommissionen om detta och om eventuella ändringar.

(*) EUT L 364, 9.12.2004, s. 1.

L 149/34

SV

Europeiska unionens officiella tidning

11.6.2005

Medlemsstaterna skall tillämpa dessa bestämmelser senast den 12 december 2007. När en medlemsstat antar dessa bestämmelser skall de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen skall göras skall varje medlemsstat själv utfärda.

*Artikel 20***Ikraftträdande**

Detta direktiv träder i kraft dagen efter det att det har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

*Artikel 21***Adressater**

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Strasbourg den 11 maj 2005.

På Europaparlamentets vägnar
J. P. BORRELL FONTELLES
Ordförande

På rådets vägnar
N. SCHMIT
Ordförande

BILAGA I

AFFÄRSMETODER SOM UNDER ALLA OMSTÄNDIGHETER ÄR OTILLBÖRLIGA

Vilsedande affärsmetoder

- 1) Påstå att näringsidkaren har undertecknat en uppförandekod när så inte är fallet.
- 2) Uppvisa en förtroendemärkning, kvalitetsmärkning eller motsvarande utan att ha erhållit det nödvändiga tillståndet.
- 3) Påstå att en uppförandekod rekommenderas av ett offentligt eller annat organ när så inte är fallet.
- 4) Påstå att en näringsidkare (inklusive dennes affärsmetoder) eller en produkt har godkänts, rekommenderats eller sanktionerats av ett offentligt eller privat organ när så inte är fallet eller påstå detta utan att villkoren för godkännandet, rekommendationen eller sanktioneringen iakttas.
- 5) Erbjudna produkter till ett angivet pris utan att näringsidkaren uppger att han har rimliga skäl att tro att han inte kommer att kunna leverera, själv eller med hjälp av underleverantör, dessa eller likvärdiga produkter till det angivna priset inom en tid och i sådan mängd som är rimligt med beaktande av produkten, omfattningen av reklamen för produkten och det pris som erbjudits (otillbörligt lockerbjudande).
- 6) Erbjudna produkter till ett angivet pris och sedan
 - a) vägra att visa konsumenten produkten ifråga,

eller
 - b) vägra att ta emot en beställning eller leverera produkten inom rimlig tid,

eller
 - c) förevisa ett defekt exemplar av den,

i avsikt att istället försöka sälja en annan produkt (en typ av otillbörligt lockerbjudande).
- 7) Oriktigt ange att en produkt kommer att vara tillgänglig enbart under mycket begränsad tid, eller att den kommer att vara tillgänglig enbart på särskilda villkor under en mycket begränsad tid, för att få konsumenten att fatta ett omedelbart beslut utan att ha tillräcklig tid eller möjlighet att fatta ett välgrundat beslut.
- 8) Åta sig att ge service efter försäljningen till kunder med vilka näringsidkaren före köpet har kommunicerat på ett språk som inte är ett officiellt språk i den medlemsstat där näringsidkaren är lokaliserad och sedan ge sådan service enbart på ett annat språk utan att tydligt informera konsumenten om detta innan denne förbinder sig att köpa produkten.
- 9) Ange eller på annat sätt skapa intryck av att det är lagligt att sälja en produkt när så inte är fallet.

- 10) Framställa konsumenters lagliga rättigheter som utmärkande för näringsidkarens erbjudande.
- 11) Använda material från medierna för att göra reklam för en produkt om näringsidkaren själv har betalat för materialet och detta inte framgår av reklamen eller av bilder eller ljud som tydligt kan identifieras av konsumenten (annons i redaktionell form). Detta skall inte påverka tillämpningen av direktiv 89/552/EEG (1).
- 12) Göra ett i sak oriktigt påstående om arten och omfattningen av den risk konsumenten utsätter sig själv eller sin familj för om han eller hon inte köper produkten.
- 13) Försöka att sälja en produkt som liknar en annan produkt, som görs av en särskild tillverkare, på ett sätt som avsiktligt förespeglar konsumenten att produkten är gjord av samma tillverkare, trots att så inte är fallet.
- 14) Inrätta, driva eller göra reklam för pyramidspel där konsumenten lockas att delta på grund av möjligheten att få ersättning och denna främst grundas på att andra konsumenter värvas till spelet, snarare än på försäljning eller konsumtion av en produkt.
- 15) Oriktigt påstå att näringsidkaren står i begrepp att upphöra med sin verksamhet eller flytta till nya lokaler.
- 16) Påstå att produkter kan underlätta vinst i hasardspel.
- 17) Oriktigt påstå att en produkt förmår bota sjukdomar, funktionsrubbingar eller missbildningar.
- 18) Förmedla i sak oriktig information om marknadsvillkor eller möjligheten att finna produkten i avsikt att förmå konsumenten att förvärva produkten på mindre fördelaktiga villkor än de marknaden normalt kan erbjuda.
- 19) Som affärsmetod påstå sig anordna tävlingar eller säljfrämjande åtgärder med priser utan att dela ut de priser som beskrivs eller någon skäligen motsvarighet till dessa.
- 20) Beskriva en produkt som "gratis", "kostnadsfri", "utan avgift" eller liknande om konsumenten måste betala annat än den oundvikliga kostnaden för att svara på affärsmetoden och hämta eller betala för leverans av produkten.
- 21) I marknadsföringsmaterialet inkludera en faktura eller liknande betalningshandling som ger konsumenten intryck av han redan har beställt den marknadsförda produkten när så inte är fallet.
- 22) Oriktigt påstå eller skapa intryck av att näringsidkaren inte agerar i syften som hänför sig till dennes näringsverksamhet, affärsverksamhet, yrkeskår eller yrkesområde, eller felaktigt uppträda som konsument.
- 23) Oriktigt skapa intryck av att produktservice efter försäljning är tillgänglig i en annan medlemsstat än den där produkten säljs.

(1) Rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television (EGT L 298, 17.10.1989, s. 23). Direktivet ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG (EGT L 202, 30.7.1997, s. 60).

Aggressiva affärsmetoder

- 24) Ge intryck av att konsumenten inte kan lämna platsen innan ett avtal har utarbetats.
- 25) Göra personliga besök i konsumentens hem och ignorera dennes anmodan om att lämna hans hem eller inte komma tillbaka, utom under de omständigheter och i den utsträckning som enligt nationell lagstiftning är motiverat för att få en avtalsmässig skyldighet fullgjord.
- 26) Ta upprepade och oönskade kontakter per telefon, fax, e-post eller annat medium utom under de förhållanden och i den utsträckning som enligt nationell lagstiftning är motiverat för att få en avtalsmässig skyldighet fullgjord. Detta skall inte påverka tillämpningen av artikel 10 i direktiv 97/7/EG och direktiven 95/46/EG ⁽¹⁾ och 2002/58/EG.
- 27) Kräva att en konsument, som gör anspråk på ersättning från en försäkring, lägger fram dokument som inte rimligen kan anses relevanta för huruvida anspråket är giltigt, eller systematiskt underlåta att svara på relevant korrespondens i ärendet, om detta sker i syfte att förmå konsumenten att avstå från att utöva sina avtalsenliga rättigheter.
- 28) Att i en annons direkt uppmana barn att köpa eller att övertala sina föräldrar eller andra vuxna att köpa de utannonserade produkterna åt dem. Denna bestämmelse påverkar inte tillämpningen av artikel 16 i direktiv 89/552/EEG om sändningsverksamhet för television.
- 29) Kräva omedelbar eller uppskjuten betalning för eller återsändande eller förvaring av produkter som näringsidkaren tillhandahållit men som konsumenten inte beställt (leverans utan föregående beställning) utom om produkten är en sådan ersättning som tillhandahållits i överensstämmelse med artikel 7.3 i direktiv 97/7/EG.
- 30) Uttryckligen informera konsumenten om att näringsidkarens arbete eller försörjning står på spel om konsumenten inte köper produkten eller tjänsten.
- 31) Oriktigt skapa intryck av att konsumenten redan har vunnit eller kommer att vinna ett pris eller annan motsvarande förmån, eventuellt efter att först ha utfört en särskild handling.
- när det i själva verket inte finns något pris eller någon annan motsvarande förmån,
 - eller
 - när möjligheten att göra anspråk på priset eller en annan motsvarande förmån är beroende av att konsumenten betalar pengar eller ådrar sig en kostnad.

⁽¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 95/46/EG av den 24 oktober 1995 om skydd för enskilda personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter (EGT L 281, 23.11.1995, s. 31). Direktivet ändrat genom förordning (EG) nr 1882/2003 (EUT L 284, 31.10.2003, s. 1).

BILAGA II

**GEMENSKAPSLAGSTIFTNING MED BESTÄMMELSER FÖR REKLAM OCH
MARKNADSKOMMUNIKATION**

Artiklarna 4 och 5 i direktiv 97/7/EG

Artikel 3 i rådets direktiv 90/314/EEG av den 13 juni 1990 om paketresor, semesterpaket och andra paketarrangemang ⁽¹⁾

Artikel 3.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 94/47/EG av den 26 oktober 1994 om skydd för köparna vad avser vissa aspekter i avtal om nyttjanderätten till fast egendom på tidsdelningsbasis ⁽²⁾

Artikel 3.4 i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna ⁽³⁾

Artiklarna 86–100 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/83/EG av den 6 november 2001 om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel ⁽⁴⁾

Artiklarna 5 och 6 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (direktiv om elektronisk handel) ⁽⁵⁾

Artikel 1 d i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/7/EG av den 16 februari 1998 om ändring av rådets direktiv 87/102/EEG om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om konsumentkrediter ⁽⁶⁾

Artiklarna 3 och 4 i direktiv 2002/65/EG

Artikel 1.9 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/107/EG av den 21 januari 2002 om ändring av rådets direktiv 85/611/EEG om samordning av lagar och andra författningar som avser företag för kollektiva investeringar i överlåtbara värdepapper (fondföretag) i syfte att införa regler för förvaltningsbolag och förenklade prospekt ⁽⁷⁾

Artiklarna 12 och 13 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/92/EG av den 9 december 2002 om försäkringsförmedling ⁽⁸⁾

Artikel 36 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/83/EG av den 5 november 2002 om livförsäkring ⁽⁹⁾

⁽¹⁾ EGT L 158, 23.6.1990, s. 59.

⁽²⁾ EGT L 280, 29.10.1994, s. 83.

⁽³⁾ EGT L 80, 18.3.1998, s. 27.

⁽⁴⁾ EGT L 311, 28.11.2001, s. 67. Direktivet senast ändrat genom direktiv 2004/27/EG (EUT L 136, 30.4.2004, s. 34).

⁽⁵⁾ EGT L 178, 17.7.2000, s. 1.

⁽⁶⁾ EGT L 101, 1.4.1998, s. 17.

⁽⁷⁾ EGT L 41, 13.2.2002, s. 20.

⁽⁸⁾ EGT L 9, 15.1.2003, s. 3.

⁽⁹⁾ EGT L 345, 19.12.2002, s. 1. Direktivet ändrat genom rådets direktiv 2004/66/EG (EUT L 168, 1.5.2004, s. 35).

11.6.2005

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 149/39

Artikel 19 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2004/39/EG av den 21 april 2004 om marknader för finansiella instrument ⁽¹⁾

Artiklarna 31 och 43 i rådets direktiv 92/49/EEG av den 18 juni 1992 om samordning av lagar och andra författningar som avser annan direkt försäkring än livförsäkring ⁽²⁾ (tredje direktivet om annan direkt försäkring än livförsäkring)

Artiklarna 5, 7 och 8 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2003/71/EG av den 4 november 2003 om de prospekt som skall offentliggöras när värdepapper erbjuds till allmänheten eller tas upp till handel på en reglerad marknad ⁽³⁾

⁽¹⁾ EUT L 145, 30.4.2004, s. 1.

⁽²⁾ EGT L 228, 11.8.1992, s. 1. Direktivet senast ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/87/EG (EUT L 35, 11.2.2003, s. 1).

⁽³⁾ EUT L 345, 31.12.2003, s. 64.

DIREKTIV

EUROPAPARLAMENTETS OCH RÅDETS DIREKTIV 2011/83/EU

av den 25 oktober 2011

om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG

(Text av betydelse för EES)

EUROPAPARLAMENTET OCH EUROPEISKA UNIONENS RÅD HAR
ANTAGIT DETTA DIREKTIV

med beaktande av fördraget om Europeiska unionens funktions-
sätt, särskilt artikel 114,

med beaktande av Europeiska kommissionens förslag,

med beaktande av Europeiska ekonomiska och sociala kommit-
téns yttrande ⁽¹⁾,

med beaktande av Regionkommitténs yttrande ⁽²⁾,

i enlighet med det ordinarie lagstiftningsförfarandet ⁽³⁾, och

av följande skäl:

(1) Ett antal bestämmelser om konsumenträttigheter i avtals-
förhållanden anges i rådets direktiv 85/577/EEG av den
20 december 1985 för att skydda konsumenten i de fall
då avtal ingås utanför fasta affärslokaler ⁽⁴⁾ och Europa-
parlamentets och rådets direktiv 97/7/EG av den 20 maj
1997 om konsumentskydd vid distansavtal ⁽⁵⁾.

(2) Dessa direktiv har med hänsyn till erfarenheterna setts
över i syfte att förenkla och uppdatera gällande bestäm-
melser, undanröja inkonsekvenser och åtgärda oönskade

brister i bestämmelserna. Översynen visade att de två
direktiven bör ersättas med ett enda direktiv. Detta direk-
tiv bör därför innehålla standardbestämmelser för gemen-
samma aspekter på distansavtal och avtal utanför fasta
affärslokaler och inte längre bygga på en minimiharmo-
niseringsstrategi som de tidigare direktiven, samtidigt
som det bör vara möjligt för medlemsstaterna att behålla
eller anta nationella bestämmelser med avseende på vissa
aspekter.

(3) Enligt artikel 169.1 och 169.2 a i fördraget om Europe-
iska unionens funktionsätt (EUF-fördraget) ska unionen
bidra till att uppnå en hög konsumentskyddsnivå genom
åtgärder som beslutas enligt artikel 114 i fördraget.

(4) Enligt artikel 26.2 i EUF-fördraget ska den inre mark-
naden omfatta ett område utan inre gränser, där fri rör-
lighet för varor och tjänster samt etableringsfrihet säker-
ställs. En harmonisering av vissa aspekter av distansavtal
och avtal utanför fasta affärslokaler krävs för att främja
en verklig inre marknad för konsumenter med en god
balans mellan en hög konsumentskyddsnivå och konkur-
renskraftiga företag, samtidigt som subsidiaritetsprincipen
respekteras.

(5) Möjligheterna med distansförsäljning över gränserna, som
borde vara ett av de mer påtagliga resultaten av den inre
marknaden, utnyttjas inte fullt ut. Jämfört med den stora
ökningen av den inhemska distansförsäljningen under de
senaste åren har den gränsöverskridande distansförsälj-
ningen ökat i begränsad utsträckning. Denna skillnad är
särskilt påtaglig i fråga om näthandel, där det finns stora
möjligheter till ytterligare tillväxt. De gränsöverskridande
möjligheterna när det gäller avtal som ingås utanför fasta
affärslokaler (direktförsäljning) begränsas av vissa fakto-
rer, till exempel de skilda nationella konsumentskydds-
bestämmelser som näringslivet måste rätta sig efter. Jäm-
fört med ökningen av den inhemska direktförsäljningen
under de senaste åren, särskilt inom tjänstesektorn (t.ex.
försörjningstjänster), är antalet konsumenter som utnytt-
jar denna kanal för inköp över gränserna fortfarande lågt.
Med hänsyn till de ökade affärsmöjligheterna i många
medlemsstater bör små och medelstora företag (inklusive

⁽¹⁾ EUT C 317, 23.12.2009, s. 54.

⁽²⁾ EUT C 200, 25.8.2009, s. 76.

⁽³⁾ Europaparlamentets ståndpunkt av den 23 juni 2011 (ännu ej of-
fentliggjord i EUT) och rådets beslut av den 10 oktober 2011.

⁽⁴⁾ EGT L 372, 31.12.1985, s. 31.

⁽⁵⁾ EGT L 144, 4.6.1997, s. 19.

- enskilda näringsidkare) eller ombud för företag som bedriver direktförsäljning vara mer benägna att söka affärsmöjligheter i andra medlemsstater, särskilt i gränsregioner. En fullständig harmonisering av vissa bestämmelser om konsumentinformation och ångerrätt i distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler kommer därför att bidra till en hög konsumentskyddsnivå och till att den inre marknaden fungerar bättre i förhållandet mellan näringsidkare och konsumenter.
- (6) Vissa skillnader skapar betydande hinder på den inre marknaden som påverkar näringsidkare och konsumenter. Dessa skillnader gör att kostnaderna för att följa regelverket ökar för de näringsidkare som vill sälja varor eller tillhandahålla tjänster över gränserna. Denna oproportionerliga fragmentering undergräver också konsumenternas förtroende för den inre marknaden.
- (7) En fullständig harmonisering av vissa huvudaspekter i lagstiftningen bör leda till betydligt större rättsäkerhet för både konsumenter och näringsidkare. Både konsumenter och näringsidkare bör kunna förlita sig på ett enda regelverk grundat på tydligt definierade rättsliga begrepp som reglerar vissa aspekter i avtal mellan näringsidkare och konsumenter i hela unionen. Effekten av en sådan harmonisering bör bli att de hinder som följer av de fragmenterade bestämmelserna undanröjs och att den inre marknaden fullbordas på detta område. Dessa hinder kan bara undanröjas genom att det införs enhetliga unionsbestämmelser. Konsumenterna bör också tillförsäkras en hög enhetlig skyddsnivå i hela unionen.
- (8) De regleringsaspekter som ska harmoniseras bör endast beröra avtal som ingås mellan näringsidkare och konsumenter. Därför bör detta direktiv inte påverka nationell lagstiftning beträffande anställningsavtal, avtal om arvsrätt, avtal om familjerätt och avtal om upprättande och organisation av bolag eller partnerskapsavtal.
- (9) I detta direktiv fastställs bestämmelser om information som ska lämnas för distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler och avtal av annat slag än de nyssnämnda. Detta direktiv reglerar också ångerrätten i samband med distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler och harmoniserar vissa föreskrifter om fullgörande och vissa andra aspekter på avtal mellan näringsidkare och konsument.
- (10) Detta direktiv bör inte påverka tillämpningen av bestämmelserna i Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 593/2008 av den 17 juni 2008 om tillämplig lag för avtalsförpliktelser (Rom I-förordningen) ⁽⁴⁾.
- (11) Detta direktiv bör inte påverka unionsbestämmelserna för särskilda sektorer, såsom humanläkemedel, medicintekniska produkter, integritet och elektronisk kommunikation, patienträttigheter vid gränsöverskridande hälso- och sjukvård, märkning av livsmedel och den inre marknaden för el och naturgas.
- (12) Informationskraven i detta direktiv bör komplettera informationskraven i Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden ⁽⁵⁾ och Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden (direktivet om elektronisk handel) ⁽⁶⁾. Medlemsstaterna bör behålla möjligheten att införa ytterligare informationskrav för de tjänsteleverantörer som är etablerade inom deras territorium.
- (13) Medlemsstaterna bör förbli behöriga, i enlighet med unionsrätten, att tillämpa bestämmelserna i detta direktiv på områden som inte faller inom dess tillämpningsområde. Medlemsstaterna får således behålla eller införa nationell lagstiftning som motsvarar bestämmelserna i detta direktiv eller vissa av dess bestämmelser i förhållande till avtal som inte omfattas av direktivets tillämpningsområde. Medlemsstaterna får t.ex. besluta att utvidga tillämpningen av bestämmelserna i detta direktiv till juridiska personer eller fysiska personer som inte är "konsumenter" i den mening som avses i detta direktiv, såsom icke-statliga organisationer, nystartade företag eller små och medelstora företag. Medlemsstaterna får likaledes tillämpa bestämmelserna i detta direktiv på avtal som inte är "distansavtal" i den mening som avses i detta direktiv, exempelvis för att de inte ingåtts med stöd av ett organiserat system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans. Dessutom får medlemsstaterna också behålla eller införa nationella bestämmelser om frågor som inte särskilt tas upp i detta direktiv, t.ex. ytterligare bestämmelser om köpeavtal, bland annat när det gäller leverans av varor eller krav på tillhandahållande av information under ett avtals löptid.
- (14) Detta direktiv bör inte påverka nationell lagstiftning på avtalsrättsens område för avtalsrättsliga aspekter som inte regleras i detta direktiv. Därför bör detta direktiv inte påverka nationell lagstiftning som reglerar exempelvis ett avtals ingående eller giltighet (t.ex. bristande samtycke). Inte heller bör detta direktiv påverka nationell lagstiftning om de allmänna rättsmedlen i avtalsfrågor, bestämmelserna om den allmänna ekonomiska ordningen (t.ex. bestämmelser om oskäligt höga priser och ockerpriser) och bestämmelserna om oetiska juridiska transaktioner.

⁽⁴⁾ EUT L 177, 4.7.2008, s. 6.

⁽⁵⁾ EUT L 376, 27.12.2006, s. 36.

⁽⁶⁾ EGT L 178, 17.7.2000, s. 1.

- (15) Detta direktiv bör inte harmonisera språkliga krav som tillämpas på konsumentavtal. Följaktligen får medlemsstaterna i nationell lagstiftning behålla eller införa språkliga krav beträffande information vid avtals ingående och avtalsvillkor.
- (16) Detta direktiv bör inte påverka nationell lagstiftning om juridiska företrädare, såsom bestämmelserna om personer som agerar i näringsidkarens namn eller på hans vägnar (t.ex. ett ombud eller en förvaltare). Medlemsstaterna bör behålla sin behörighet på detta område. Detta direktiv bör vara tillämpligt på alla näringsidkare, offentliga såväl som privata.
- (17) Definitionen av begreppet konsument bör omfatta fysiska personer som agerar för ändamål som faller utanför den egna närings- eller yrkesverksamheten. Om, beträffande avtal med dubbla syften, ett avtal ingås för ändamål som dels faller inom, dels faller utanför personens egna närings- eller yrkesverksamhet och näringssyftet är så begränsat att det inte dominerar avtalets övergripande sammanhang bör den personen även anses såsom konsument.
- (18) Detta direktiv påverkar inte medlemsstaternas frihet att i enlighet med unionslagstiftningen definiera vad de anser vara tjänster av allmänt ekonomiskt intresse, hur dessa tjänster bör organiseras och finansieras i enlighet med reglerna för statligt stöd samt vilka särskilda krav de bör underställas.
- (19) Med digitalt innehåll avses data som produceras och levereras i digital form, såsom datorprogram, applikationer, spel, musik, videor eller texter, oavsett om åtkomsten skett genom nedladdning, direktuppspelning, från ett fysiskt medium eller på vilket annat sätt som helst. Avtal om leverans av digitalt innehåll bör omfattas av detta direktiv. Om det digitala innehållet levereras på ett fysiskt medium, såsom cd eller dvd, bör det anses som en vara i den mening som avses i detta direktiv. Liksom avtal om leverans av vatten, gas eller el, i de fall försäljningen inte omfattar en begränsad volym eller fastställd kvantitet, eller avtal om leverans av fjärrvärme, bör avtal om digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium klassificeras varken som köpeavtal eller tjänsteavtal vid tillämpningen av detta direktiv. Avtal av detta slag bör innefatta en ångerrätt för konsumenten, om inte konsumenten samtyckt till att avtalet börjar fullgöras redan under ångerfristen och sålunda gått med på att ångerrätten går förlorad. Förutom de allmänna informationskraven bör näringsidkaren upplysa konsumenten om det digitala innehållets funktion samt om dess relevanta driftskompatibilitet. Med funktion bör här avses hur det digitala innehållet kan användas till exempel för att spåra konsumenternas beteende; begreppet bör också avse avsaknaden eller förekomsten av tekniska begränsningar, till exempel skydd i form av förvaltning av digitala rättigheter eller regionkodning. Med relevant driftskompatibilitet menas information om vilken standardmaskinvara och programvaruomgivning som det digitala innehållet är kompatibelt med, till exempel operativsystem, nödvändig version och vissa egenskaper hos maskinvaran. Kommissionen bör undersöka behovet av ytterligare harmoniserade bestämmelser i fråga om digitalt innehåll, och vid behov lägga fram ett lagstiftningsförslag för att ta itu med frågan.
- (20) Definitionen av distansavtal bör omfatta samtliga fall då avtal ingås mellan en näringsidkare och en konsument med stöd av ett organiserat system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans och enbart med utnyttjande av ett eller flera medel för distanskommunikation (t.ex. postorder, internet, telefon eller fax), fram till och inbegripet den tidpunkt då avtalet ingås. Den definitionen bör också omfatta situationer då konsumenten besöker affärslokaler endast för att få upplysningar om varan eller tjänsten och de därpå följande förhandlingarna och ingående av avtalet sköts på distans. Däremot bör ett avtal som förhandlas fram i näringsidkarens affärslokaler och slutligen ingås genom distanskommunikation inte betraktas som ett distansavtal. Inte heller bör ett avtal som initieras genom distanskommunikation men slutligen ingås i näringsidkarens affärslokaler betraktas som ett distansavtal. Inte heller bör begreppet distansavtal omfatta bokningar som konsumenten gjort genom ett medel för distanskommunikation för att beställa tillhandahållande av en yrkesmässig tjänst, som när en kund ringer för att boka tid hos frisören. I begreppen organiserade system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans bör ingå system som erbjuds av tredje man, annan än näringsidkaren, men används av näringsidkaren, såsom en webbplats. Det bör emellertid inte omfatta fall där webbplatserna endast ger information om näringsidkaren, hans varor och/eller tjänster samt kontaktuppgifter.
- (21) Ett avtal utanför fasta affärslokaler bör definieras som ett avtal som ingås mellan en näringsidkare och en konsument som samtidigt är fysiskt närvarande, på ett annat ställe än i näringsidkarens fasta affärslokaler, t.ex. i konsumentens bostad eller på dennes arbetsplats. Utanför fasta affärslokaler kan konsumenten stå under potentiellt psykologiskt tryck eller kan ställas inför ett överraskningsmoment, oavsett om konsumenten har beställt besöket av näringsidkaren eller inte. Definitionen av avtal utanför fasta affärslokaler bör också inbegripa situationer där konsumenten tilltalas personligen och enskilt utanför fasta affärslokaler men avtalet omedelbart därefter ingås i näringsidkarens affärslokaler eller genom ett medel för distanskommunikation. Definitionen av ett avtal utanför fasta affärslokaler bör inte omfatta situationer då näringsidkaren först kommer till konsumentens bostad enbart

- för att ta mått eller lägga fram en uppskattning, utan att konsumenten förbinder sig till något som helst, och där avtalet ingås först längre fram, antingen i näringsidkarens fasta affärslokaler eller genom ett medel för distanskommunikation, utgående från näringsidkarens uppskattning. I sådana fall bör avtalet inte anses ha ingåtts omedelbart efter det att näringsidkaren tilltalat konsumenten, om konsumenten haft tid att fundera över näringsidkarens uppskattning innan avtalet ingicks. Inköp som görs under en utflykt organiserad av näringsidkaren, där de förvärvade produkterna marknadsförs och utbjuds till försäljning, bör betraktas som avtal utanför fasta affärslokaler.
- (22) Fasta affärslokaler bör omfatta alla typer av lokaler (t.ex. affärer, stånd eller lastbilar) som näringsidkaren använder som fast eller vanlig plats för sin affärsverksamhet. Marknads- och mästand bör betraktas som fasta affärslokaler om de uppfyller detta villkor. Detaljhandelslokaler där näringsidkaren utövar sin verksamhet säsongvis, t.ex. under turistsäsongen på en skid- eller badort, bör betraktas som fasta affärslokaler eftersom de är det ställe där näringsidkaren vanligen utövar sin verksamhet. Offentliga platser, t.ex. gator, köpcentrum, badstränder, idrottsanläggningar och allmänna transportmedel, som näringsidkaren i undantagsfall använder för sin affärsverksamhet, samt privata bostäder och arbetsplatser bör inte betraktas som fasta affärslokaler. De affärslokaler som tillhör en person som agerar i en näringsidkarens namn eller för dennes räkning i enlighet med detta direktiv bör anses vara affärslokaler i den mening som avses i detta direktiv.
- (23) Varaktiga medier bör göra det möjligt för konsumenten att lagra information så länge denne behöver den för att kunna skydda sina från förbindelsen med näringsidkaren härrörande intressen. Begreppet varaktigt medium bör särskilt omfatta papper, usb-minnen, cd-rom, dvd, minneskort eller datorers hårddiskvar liksom e-post.
- (24) En offentlig auktion innebär att näringsidkare och konsument är närvarande eller har möjlighet att närvara personligen vid auktionen. Varorna eller tjänsterna bjuds ut av näringsidkaren till konsumenten genom ett budgivningsförfarande, som i vissa medlemsstater kräver lagligt tillstånd, för att sälja varor eller tjänster till allmänheten. Den som lagt ett vinnande bud är skyldig att köpa varorna eller tjänsterna. Användningen av webbplattformar för auktioner som är tillgängliga för konsument och näringsidkare bör inte betraktas som en offentlig auktion enligt detta direktiv.
- (25) Avtal som avser fjärrvärme bör omfattas av detta direktiv i likhet med avtal om leverans av vatten, gas eller el. Med fjärrvärme avses leverans av värme, till exempel i form av ånga eller varmt vatten, från en central produktionskälla via ett överförings- och distributionssystem till flera byggnader för uppvärmningsändamål.
- (26) Avtal som rör överlåtelse av fast egendom eller av rättigheter till fast egendom eller skapandet eller förvärvandet av sådan fast egendom eller sådana rättigheter, avtal om uppförande av nya byggnader, avtal om omfattande ombyggnad av befintliga byggnader samt avtal om uthyrning för bostadsändamål är redan föremål för ett antal specifika krav enligt nationell lagstiftning. Till dessa avtal hör till exempel försäljningen av fastigheter som ännu inte bebyggs och hyrköp. Bestämmelserna i detta direktiv lämpar sig inte för sådana avtal, vilka därför inte bör omfattas av direktivets tillämpningsområde. Med omfattande ombyggnad menas att en byggnad byggs om på ett sätt som är jämförbart med uppförande av en ny byggnad, t.ex. när endast den gamla byggnadens fasad bevaras. I synnerhet tjänsteavtal om tillbyggnad (t.ex. av ett garage eller en veranda) och tjänsteavtal som rör annan reparation och renovering av byggnader än omfattande ombyggnad av dem bör omfattas av detta direktiv liksom avtal som rör fastighetsmäklarens tjänster och avtal som rör uthyrning för andra ändamål än bostadsändamål.
- (27) Transporttjänster omfattar passagerartransport och transport av varor. Passagerartransport bör inte omfattas av detta direktiv eftersom den redan är föremål för annan unionslagstiftning, eller, när det gäller kollektivtrafik och taxibilar, för reglering på nationell nivå. Bestämmelserna i detta direktiv om skydd för konsumenter mot oskäliga avgifter för användningen av olika betalningsmedel eller mot dolda kostnader bör dock också gälla för avtal om passagerartransporter. Däremot bör konsumenterna i samband med varutransport och biluthyrning, som är tjänster, åtnjuta skydd genom detta direktiv, med undantag för ångerrätten.
- (28) För att undvika administrativa bördor för näringsidkare får medlemsstaterna besluta att inte tillämpa detta direktiv när varor eller tjänster av ringa värde säljs utanför fasta affärslokaler. Gränsen för beloppet bör sättas tillräckligt lågt, så att endast inköp av ringa betydelse undantas. Medlemsstaterna bör kunna fastställa detta värde i nationell lagstiftning, förutsatt att det inte överskrider 50 EUR. När flera avtal vars innehåll har samband med varandra ingås samtidigt av konsumenten bör den totala kostnaden beaktas vid tillämpningen av denna gräns.

- (29) Sociala tjänster har fundamentalt särpräglade drag som återspeglas i sektorsspecifik lagstiftning, dels på unionsnivå, dels på nationell nivå. Sociala tjänster inbegriper å ena sidan tjänster för särskilt missgynnade personer eller personer med särskilt låga inkomster samt tjänster för personer och familjer som behöver hjälp med rutinmässiga vardagssysslor och å andra sidan tjänster för alla människor som har ett särskilt behov av hjälp, stöd, skydd eller uppmuntran under en bestämd livsfas. Sociala tjänster omfattar bland annat tjänster för barn och ungdomar, biståndstjänster för familjer, ensamstående föräldrar och äldre människor, tjänster för migranter. Sociala tjänster omfattar både kortfristiga och långfristiga vård- och omsorgstjänster, t.ex. tjänster som tillhandahålls av hemtjänster eller i serviceboenden och äldreboenden (vårdhem). Sociala tjänster omfattar inte bara sådana som tillhandahålls av staten på nationell, regional eller lokal nivå av tillhandahållare på uppdrag av staten eller av staten erkända välgörenhetsorganisationer utan även sådana som tillhandahålls av privata aktörer. Bestämmelserna i detta direktiv är inte lämpliga för sociala tjänster, som därför bör undantas från dess tillämpningsområde.
- (30) Hälso- och sjukvård kräver särskilda regler på grund av sin tekniska komplexitet, sin betydelse för tjänster av allmänt intresse och på grund av sin omfattande offentliga finansiering. Hälso- och sjukvård definieras i Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/24/EU av den 9 mars 2011 om tillämpningen av patienträttigheter vid gränsöverskridande hälso- och sjukvård⁽¹⁾ som "hälso- och sjukvårdstjänster som hälso- och sjukvårdspersonal tillhandahåller patienter i syfte att bedöma, bibehålla eller återställa deras hälsotillstånd, inbegripet förskrivning, utlämning och tillhandahållande av läkemedel och medicinska hjälpmedel". Hälso- och sjukvårdspersonal är enligt definitionen i detta direktiv läkare, sjuksköterskor med ansvar för allmän hälso- och sjukvård, tandläkare, barnmorskor eller farmaceuter enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/36/EG av den 7 september 2005 om erkännande av yrkeskvalifikationer⁽²⁾, eller annan person som utövar yrkesverksamhet inom hälso- och sjukvårdssektorn som är begränsad till ett reglerat yrke enligt definitionen i artikel 3.1 a i direktiv 2005/36/EG, eller en person som anses tillhöra hälso- och sjukvårdspersonalen enligt lagstiftningen i den medlemsstat där behandlingen sker. Bestämmelserna i detta direktiv är inte lämpliga för hälso- och sjukvård, som därför bör undantas från dess tillämpningsområde.
- (31) Spelverksamhet bör undantas från detta direktivs tillämpningsområde. Spelverksamhet innebär att insatser med penningvärde görs i hasardspel, t.ex. lotterier, kasinospel och vadslagningar. Medlemsstaterna bör kunna införa andra, också strängare, konsumentskyddsåtgärder i samband med sådana verksamheter.
- (32) Gällande unionslagstiftning om bland annat finansiella tjänster till konsumenter, paketresor och tidsdelat boende innehåller åtskilliga bestämmelser om konsumentskydd. Därför bör detta direktiv inte vara tillämpligt på avtal inom dessa områden. När det gäller finansiella tjänster bör medlemsstaterna uppmuntras att låta sig inspireras av gällande unionslagstiftning på området när de lagstiftar på områden som inte regleras på unionsnivå, så att lika förutsättningar för alla konsumenter och alla avtal om finansiella tjänster säkerställs.
- (33) Näringsidkaren bör vara skyldig att i förväg informera konsumenterna om eventuella arrangemang som medför att konsumenterna måste betala en handpenning till näringsidkaren, inklusive sådana arrangemang som innebär att ett belopp blockeras på konsumentens kredit- eller bankkort.
- (34) Näringsidkaren bör ge konsumenten klar och begriplig information innan konsumenten blir bunden av ett avtal som ingåtts utanför fasta affärslokaler, ett distansavtal, ett avtal av annat slag än de två sistnämnda eller ett motsvarande erbjudande. Näringsidkaren ska vid tillhandahållandet av informationen beakta de särskilda behoven hos konsumenter som är särskilt utsatta på grund av nedsatt mental, fysisk eller psykisk funktionsförmåga, ålder eller godtrogenhet, av ett slag som näringsidkaren rimligtvis kan förväntas förutse. Beaktandet av dessa särskilda behov bör dock inte medföra olika nivåer för konsumentskyddet.
- (35) Den information som näringsidkaren ska tillhandahålla konsumenten bör vara obligatorisk och bör inte kunna ändras. Det oaktat bör avtalsparterna ha rätt att uttryckligen enas om att ändra innehållet i det avtal som de sedan ingår, till exempel i fråga om arrangemangen för leverans.
- (36) Vid distansavtal bör informationskraven anpassas till tekniska begränsningar i vissa medier, t.ex. begränsat antal tecken för vissa mobiltelefonskärmar eller tidsbegränsningar för reklaminslag i tv. I sådana fall bör näringsidkaren uppfylla vissa minimikrav på information och hänvisa konsumenten till någon annan informationskälla, t.ex. genom att lämna ett gratis telefonnummer eller en hypertextlänk till näringsidkarens webbplats där den relevanta informationen är direkt och lätt tillgänglig. Kravet att informera konsumenten om kostnaden för återsändande av sådana varor som inte brukar kunna återsändas per post kommer att anses uppfyllt om näringsidkaren

⁽¹⁾ EUT L 88, 4.4.2011, s. 45.

⁽²⁾ EUT L 255, 30.9.2005, s. 22.

till exempel anger ett transportföretag (till exempel det transportföretag som denne anlitat för leveransen av varan) och ett pris för återsändandet. Om kostnaderna för återsändandet inte rimligtvis kan förhandsberäknas av näringsidkaren, till exempel eftersom denne inte själv erbjuder att ordna med återtransporten, bör näringsidkaren tala om att denna kostnad måste betalas och kan vara stor, tillsammans med en rimlig uppskattning av max-
imikostnaden, vilken kan bygga på kostnaderna för leverans till konsumenten.

- (37) Eftersom konsumenten vid distansförsäljning inte kan se varan innan avtalet ingås bör konsumenten ha ångerrätt. Av samma skäl bör konsumenten ha rätt att prova och undersöka den vara han har köpt, i den utsträckning det behövs för att fastställa varans beskaffenhet, egenskaper och funktionsduglighet. När det gäller avtal utanför fasta affärslokaler bör konsumenten ha ångerrätt på grund av en potentiell överraskningseffekt och/eller ett potentiellt psykologiskt tryck. Utövande av ångerrätten bör medföra att parternas skyldigheter att fullgöra avtalet upphör.
- (38) E-handelsplatserna bör klart och läsbart ange, åtminstone när beställningen görs, om det finns några begränsningar för leveransen samt vilka betalningssätt som godtas.
- (39) Vad gäller distansavtal som ingås på webbplatser är det viktigt att säkerställa att konsumenten fullt ut kan läsa och förstå huvudinslagen i avtalet innan beställningen görs. Därför bör det föreskrivas i detta direktiv att dessa uppgifter ska visas omedelbart intill den bekräftelse som krävs för att beställning ska kunna göras. Det måste också ses till att konsumenten vid sådana tillfällen kan fastställa från och med vilken tidpunkt denne är bunden av en skyldighet att erlagga betalning till näringsidkaren. Därför bör konsumentens uppmärksamhet, med hjälp av en otvetydig lydelse, särskilt fästas på att beställning innebär skyldighet att erlagga betalning till näringsidkaren.
- (40) De skillnader som för närvarande finns när det gäller ångerristens längd såväl mellan medlemsstaterna som mellan distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler medför rättslig osäkerhet och kostnader för att efterleva regelverket. Samma ångerrist bör gälla för alla distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler. Vid tjänsteavtal bör ångerristen löpa ut 14 dagar efter det att avtalet ingås. Vid köpeavtal bör ångerristen löpa ut 14 dagar efter den dag då konsumenten eller en tredje part, annan än transportföretaget, som utsetts av konsumenten, tar varan i sin fysiska besittning. Dessutom bör konsumenten kunna utöva sin ångerrätt innan han tar varan i fysisk

besittning. Om konsumenten beställer flera varor på samma gång men varorna levereras vid olika tidpunkter bör ångerristen löpa ut 14 dagar efter den dag då konsumenten tar den sista varan i fysisk besittning. När en vara levereras i skilda poster eller delar bör ångerristen löpa ut 14 dagar efter den dag då konsumenten fysiskt tar den sista posten eller delen i besittning.

- (41) För att uppnå rättssäkerhet bör rådets förordning (EEG, Euratom) nr 1182/71 av den 3 juni 1971 om regler för bestämning av perioder, datum och frister⁽¹⁾ tillämpas vid beräkningen av de tidsfrister som anges i detta direktiv. Alla tidsfrister i detta direktiv bör därför förstås som att de anges i kalenderdagar. Om en tidsfrist uttryckt i dagar ska räknas från det ögonblick då en händelse eller en handling äger rum, bör den dag då händelsen eller handlingen äger rum inte anses ingå i tidsfristen.
- (42) Bestämmelserna om ångerrätt bör inte påverka medlemsstaternas lagar och andra författningar om hävning eller icke-verkställbarhet av ett avtal eller om konsumentens möjlighet att fullfölja sina avtalsmässiga åtaganden före den tidpunkt som anges i avtalet.
- (43) Om näringsidkaren inte på ett lämpligt sätt har informerat konsumenten före ingåendet av ett distansavtal eller ett avtal utanför fasta affärslokaler bör ångerristen förlängas. För att det ska finnas rättssäkerhet kring ångerristen bör dock en begränsning på tolv månader införas.
- (44) Skillnaderna när det gäller sätten att utöva ångerrätten i medlemsstaterna har medfört kostnader för näringsidkare som bedriver handel över gränserna. Införandet av en harmoniserad standardblankett som konsumenterna kan använda när de utövar sin ångerrätt bör göra det enklare att frånträda avtal, och skapa rättssäkerhet. Därför bör medlemsstaterna inte ställa några ytterligare formella krav på unionens standardblankett, till exempel i fråga om teckenstorlek. Konsumenten bör dock även i fortsättningen kunna utöva sin ångerrätt genom ett meddelande avfärdat med egna ord, under förutsättning att meddelandet om beslutet att frånträda avtalet till näringsidkaren är otvetydigt. Ett brev, ett telefonsamtal eller tillbakasändande av varorna med ett tydligt besked skulle kunna ses som uppfyllande av detta krav, men det bör åligga konsumenten att bevisa att denne utövat ångerrätten inom den frist som fastställs i direktivet. Av denna anledning ligger det i konsumentens intresse att använda sig av ett varaktigt medium för meddelanden till näringsidkaren om utövande av ångerrätten.

⁽¹⁾ EGT L 124, 8.6.1971, s. 1.

- (45) Eftersom erfarenheten visar att många konsumenter och näringsidkare föredrar att kommunicera via näringsidkarens webbplats bör näringsidkaren kunna ge konsumenten möjlighet att fylla i en webbaserad blankett för utövande av ångerrätten. I detta fall bör näringsidkaren utan dröjsmål lämna ett mottagningsbevis exempelvis per e-post.
- (46) Om konsumenten frånträder avtalet bör näringsidkaren betala tillbaka hela det belopp som konsumenten har betalat, inklusive det som täcker näringsidkarens utgifter för leverans av varorna till konsumenten. Återbetalning bör inte ske genom tillgodokvitto om inte konsumenten har använt tillgodokvitto vid den inledande transaktionen eller uttryckligen accepterar detta. Om konsumenten uttryckligen väljer ett visst slags leverans (till exempel 24-timmars expressleverans), fastän näringsidkaren erbjudit ett vanligt och allmänt vedertaget leveranssätt som skulle ha medfört lägre leveranskostnader, bör konsumenten betala kostnadsskillnaden mellan de bägge leveranssätten.
- (47) Vissa konsumenter utövar sin ångerrätt efter att ha använt en vara i större utsträckning än vad som är nödvändigt för att fastställa varornas beskaffenhet, egenskaper och funktionsduglighet. Konsumenten bör i sådana fall inte förlora ångerrätten men vara ansvarig för en eventuell minskning av varans värde. För att fastställa varornas 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. Konsumentens skyldigheter vid utövande av ångerrätten bör inte avskräcka konsumenten från att utöva sin ångerrätt.
- (48) Konsumenten bör vara skyldig att lämna tillbaka varorna senast 14 dagar efter att ha underrättat näringsidkaren om sitt beslut att frånträda avtalet. Om näringsidkaren eller konsumenten inte uppfyller kraven i samband med utövandet av ångerrätten bör detta leda till påföljder och avtalsrättsliga bestämmelser enligt nationell lagstiftning tillämpas i överensstämmelse med detta direktiv.
- (49) Det bör finnas vissa undantag från ångerrätten, både när det gäller distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler. Ångerrätt kan vara olämpligt till exempel på grund av varans eller tjänstens art. Detta gäller exempelvis vin som levereras långt efter det att ett avtal har ingåtts i spekulativt syfte, där värdet beror på svängningar på marknaden ("primörvin"). Det bör inte heller finnas en ångerrätt i fråga om varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel, såsom specialtillverkade gardiner, eller vid leverans av till exempel bränsle, som av naturen är en vara som inte kan skiljas från andra varor efter leveransen. Beviljande av ångerrätt för konsumenten kan också vara olämplig för vissa tjänster där ingäendet av ett avtal innebär att kapacitet reserveras som näringsidkaren kan få svårt att fylla om ångerrätt utövas. Detta skulle vara fallet till exempel vid bokning av hotell och fritidshus eller vid kulturella evenemang och sportevenemang.
- (50) Å ena sidan bör konsumenten åtnjuta ångerrätt även om denne har begärt att en tjänst tillhandahålls innan ångerfristen löpt ut. Å andra sidan bör näringsidkaren kunna vara säker på att få adekvat betalning för den tjänst som tillhandahållits om konsumenten utövar sin ångerrätt. Det proportionella beloppet bör beräknas utgående från det avtalade priset, om inte konsumenten påvisar att det sammanlagda priset i sig är oskäligt, i vilket fall beloppet bör beräknas utgående från marknadsvärdet av den tjänst som levereras. Marknadsvärdet bör definieras med hjälp av en jämförelse med priset på en likvärdig tjänst som tillhandahållits av andra näringsidkare vid tiden för avtalets ingående. Därför bör konsumenten an hålla om att tjänsten tillhandahålls innan ångerfristen löpt ut genom en uttrycklig begäran och när det gäller avtal utanför fasta affärslokaler, på ett varaktigt medium. Likaså bör näringsidkaren på ett varaktigt medium informera konsumenten om eventuella förpliktelser att erlägga proportionell betalning för de tjänster som redan tillhandahållits. Vid avtal som berör både varor och tjänster bör detta direktivs föreskrifter om återsändande av varor gälla för varorna och systemet med ersättning för tjänster gälla för tjänsterna.
- (51) Konsumenternas största problem och en av huvudorsakerna till tvister med näringsidkare gäller leverans av varor, bland annat varor som kommer bort eller skadas under transport, och försenad eller ofullständig leverans. De nationella bestämmelserna om leveranstider bör därför klargöras och harmoniseras. Leveransplats och leveranssätt samt bestämmelserna för fastställande av villkoren och tidpunkten för överförandet av äganderätten för varan bör även i fortsättningen omfattas av nationell lagstiftning och bör därför inte påverkas av detta direktiv. Bestämmelserna om leverans i detta direktiv bör innefatta en möjlighet för konsumenten att tillåta tredje part att på konsumentens vägnar ta varorna i fysisk besittning eller ta kontroll över dem. Konsumenten bör anses ha kontroll över varorna från den tidpunkt då han eller en tredje part som konsumenten angett har tillgång till dem och kan använda dem i egenskap av ägare, eller från och med den tidpunkt då han har möjlighet att sälja varorna vidare (till exempel när konsumenten har fått nycklarna eller har ägarhandlingarna i besittning).

- (52) Vid köpeavtal kan varorna levereras på olika sätt, antingen omedelbart eller i ett senare skede. Om parterna inte har avtalat något exakt leveransdatum bör näringsidkaren ordna med leverans så snabbt som möjligt, men i vilket fall som helst senast 30 dagar efter den dag då avtalet ingåtts. När det gäller bestämmelserna om försenad leverans får hänsyn även tas till varor som tillverkas eller förvärvas speciellt för konsumenten och som inte kan återanvändas av näringsidkaren utan avsevärda förluster. Därför bör man i detta direktiv fastställa en bestämmelse enligt vilken näringsidkaren i vissa fall beviljas en förlängd, rimlig tidsfrist. Om näringsidkaren inte har levererat varan inom den med konsumenten överenskomna tidsfristen, bör konsumenten, innan han kan häva avtalet, uppmäna näringsidkaren att utföra leveransen inom en rimlig förlängd tidsfrist, och bör ha rätt att häva avtalet om näringsidkaren inte levererar varan inom denna förlängda tidsfrist. Detta bör dock inte gälla om näringsidkaren otvetydigt förklarat att han inte kommer att leverera varan. Inte heller bör det gälla under vissa omständigheter då leveransfristen är avgörande, till exempel som att en brudklänning bör levereras före bröllopet. Inte heller bör det gälla om konsumenten under rättar näringsidkaren om att leverans vid visst datum är avgörande. För detta ändamål kan konsumenten använda de kontaktpuppgifter för näringsidkaren som getts i enlighet med detta direktiv. Om näringsidkaren i dessa särskilda fall inte levererar i tid bör konsumenten ha rätt att häva avtalet omedelbart efter det att den ursprungliga leveransfristen löpt ut. Detta direktiv bör inte påverka nationella bestämmelser om hur konsumenten bör delge näringsidkaren sin önskan att häva avtalet.
- (53) Utöver konsumentens rätt att häva avtalet om näringsidkaren inte har fullgjort sin skyldighet att leverera varan i enlighet med detta direktiv, får konsumenten, i enlighet med tillämplig nationell lagstiftning, tillgripa andra medel såsom att förlänga leveransfristen för näringsidkaren, kräva att avtalet fullgörs, innehålla betalning och begära skadestånd.
- (54) Medlemsstaterna bör, i enlighet med artikel 52.3 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2007/64/EG av den 13 november 2007 om betaltjänster på den inre marknaden⁽¹⁾, ha rätt att förbjuda eller begränsa näringsidkarnas rätt att ta ut avgifter med beaktande av behovet att stimulera konkurrensen och främja en effektiv användning av betalningsinstrument. I vart fall bör det vara förbjudet för näringsidkarna att ta ut sådana avgifter av konsumenterna som överstiger de kostnader näringsidkaren haft för användningen av något visst betalningssätt.
- (55) När näringsidkaren har skickat iväg varorna till konsumenten kan, om en vara kommer bort eller skadas, tvister uppstå angående tidpunkten för riskens övergång. Därför bör det i detta direktiv föreskrivas att konsumenten bör skyddas mot alla risker för att varor kommer bort eller skadas innan konsumenten har tagit dessa i fysisk besittning. Konsumenten bör vara skyddad under en transport som näringsidkaren ordnar eller utför, även om konsumenten har valt ett visst leveranssätt bland de alternativ som erbjuds av näringsidkaren. Å andra sidan bör denna bestämmelse inte vara tillämplig på avtal där konsumenten fritt får välja om han ska ta hand om leveransen av varorna själv eller be ett transportföretag ombesörja den. När det gäller tidpunkten för övergången av risken bör en konsument anses ha tagit varorna i fysisk besittning när han har tagit emot dem.
- (56) Personer eller organisationer som enligt nationell lagstiftning anses ha ett berättigat intresse av att tillvarata konsumenternas rättigheter i avtalsförhållanden bör ges möjlighet att inleda förfaranden inför domstol eller hos en förvaltningsmyndighet med behörighet att fatta beslut som rör klagomål eller att inleda lämpliga rättsliga förfaranden.
- (57) Medlemsstaterna måste fastställa påföljder vid överträdelse av detta direktiv och se till att de verkställs. Påföljderna bör vara effektiva, proportionella och avskräckande.
- (58) Konsumenten bör inte fråntas det skydd som följer av detta direktiv. Om tillämplig lag för avtalet är lagen i ett tredjeländ bör förordning (EG) nr 593/2008 tillämpas för att avgöra om konsumenten får behålla det skydd som följer av detta direktiv.
- (59) Kommissionen bör efter samråd med medlemsstaterna och berörda parter undersöka hur man på lämpligaste sätt ser till att alla konsument och näringsidkare informeras om sina rättigheter på försäljningsstället.
- (60) Eftersom affärsmetoder som innebär att varor eller tjänster levereras till konsument utan föregående beställning är förbjudna enligt Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om oömlig affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsument på den inre marknaden (direktivet om oömlig affärsmetoder)⁽²⁾ men inga påföljder i avtalsförhållanden föreskrivs för sådana affärsmetoder, måste det i det här direktivet införas en påföljd som innebär att konsumenten befrias från sin betalningsskyldighet vid sådana leveranser utan föregående beställning.

⁽¹⁾ EUT L 319, 5.12.2007, s. 1.

⁽²⁾ EUT L 149, 11.6.2005, s. 22.

- (61) I Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation (direktiv om integritet och elektronisk kommunikation) ⁽¹⁾ regleras redan icke begärda kommunikationer och föreskrivs en hög konsumentskyddsnivå. Motsvarande bestämmelser om samma sak i direktiv 97/7/EG behövs därför inte.
- (62) Kommissionen bör se över detta direktiv om den konstaterar att det medför några hinder för den inre marknaden. Vid översynen av det bör kommissionen särskilt beakta medlemsstaternas möjligheter att behålla eller införa särskilda nationella bestämmelser, inklusive inom vissa områden av rådets direktiv 93/13/EEG av den 5 april 1993 om oskäliga villkor i konsumentavtal ⁽²⁾ och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG av den 25 maj 1999 om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier ⁽³⁾. Denna översyn kan leda till att kommissionen lägger fram ett förslag om ändring av detta direktiv, som också kan omfatta ändringar av annan konsumentskyddslagstiftning i enlighet med kommissionens åtagande i sin konsumentpolitiska strategi om att se över unionens regelverk för att uppnå en hög enhetlig konsumentskyddsnivå.
- (63) Direktiven 93/13/EEG och 1999/44/EG bör ändras så att medlemsstaterna åläggs underrätta kommissionen om antagandet av särskilda nationella bestämmelser inom vissa områden.
- (64) Direktiven 85/577/EEG och 97/7/EG bör upphävas.
- (65) Eftersom målet för detta direktiv, nämligen att bidra till att den inre marknaden fungerar korrekt genom att säkerställa en hög nivå av konsumentskydd, inte i tillräcklig utsträckning kan uppnås av medlemsstaterna och de därför bättre kan uppnås på unionsnivå, kan unionen vidta åtgärder i enlighet med subsidiaritetsprincipen i artikel 5 i fördraget om Europeiska unionen. I enlighet med proportionalitetsprincipen i samma artikel går detta direktiv inte utöver vad som är nödvändigt för att uppnå detta mål.
- (66) Detta direktiv står i överensstämmelse med de grundläggande rättigheter och principer som erkänns bland annat i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna.
- (67) I enlighet med punkt 34 i det interinstitutionella avtalet om bättre lagstiftning ⁽⁴⁾ uppmantras medlemsstaterna

att för egen del och i unionens intresse upprätta egna tabeller som så långt det är möjligt visar överensstämmelsen mellan detta direktiv och införlivandeåtgärderna samt att offentliggöra dessa tabeller.

HÄRIGENOM FÖRESKRIVS FÖLJANDE.

KAPITEL I

SYFTE, DEFINITIONER OCH TILLÄMPNINGSOMRÅDE

Artikel 1

Syfte

Syftet med detta direktiv är att åstadkomma ett konsumentskydd på hög nivå och därigenom bidra till att den inre marknaden fungerar korrekt genom att tillnärma vissa aspekter av medlemsstaternas lagar och andra författningar avseende avtal som ingåtts mellan konsumenter och näringsidkare.

Artikel 2

Definitioner

I detta direktiv gäller följande definitioner:

1. *konsument*: varje fysisk person som i samband med avtal som omfattas av detta direktiv agerar för ändamål som faller utanför den egna närings- eller yrkesverksamheten.
2. *näringsidkare*: en fysisk eller juridisk person, antingen ofientligägad eller privatägad, som i samband med avtal som omfattas av detta direktiv agerar för ändamål som faller inom ramen för den egna närings- eller yrkesverksamheten samt varje person som agerar i dennes namn eller för dennes räkning.
3. *varor*: alla lösa saker, utom saker som säljs exekutivt eller annars tvångsvis med stöd av lag; vatten, gas och el ska också anses vara varor i direktivets mening när de saluförs i begränsad volym eller bestämd kvantitet.
4. *vara som tillverkas enligt konsumentens anvisningar*: en vara som inte är tillverkad på förhand och vars tillverkning sker på basis av konsumentens individuella val eller beslut.
5. *köpeavtal*: varje avtal där näringsidkaren överläter eller åtar sig att överläta äganderätten till varan till konsumenten och där konsumenten betalar eller åtar sig att betala priset för denna, inbegripet avtal där avtalsföremålet är både varor och tjänster.

⁽¹⁾ EGT L 201, 31.7.2002, s. 37.

⁽²⁾ EGT L 95, 21.4.1993, s. 29.

⁽³⁾ EGT L 171, 7.7.1999, s. 12.

⁽⁴⁾ EUT C 321, 31.12.2003, s. 1.

22.11.2011

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 304/73

6. *tjänsteavtal*: varje avtal som inte är ett köpeavtal, där näringsidkaren tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla en tjänst till konsumenten och där konsumenten betalar eller åtar sig att betala priset för denna.
7. *distansavtal*: varje köpe- eller tjänsteavtal som ingås mellan näringsidkaren och konsumenten med stöd av ett organiserat system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans, utan att näringsidkaren och konsumenten samtidigt är fysiskt närvarande, enbart med utnyttjande av ett eller flera medel för distanskommunikation fram till och inbegripet den tidpunkt då avtalet ingås.
8. *avtal utanför fasta affärslokaler*: varje avtal mellan näringsidkaren och konsumenten
- som ingås då näringsidkaren och konsumenten samtidigt är fysiskt närvarande, på en plats som inte är näringsidkarens affärslokaler,
 - för vilket konsumenten har lämnat ett anbud under samma omständigheter som avses i led a,
 - som ingås i näringsidkarens fasta affärslokaler eller med hjälp av något medel för distanskommunikation omedelbart efter det att konsumenten personligen och enskilt tilltalats på en annan plats än näringsidkarens fasta affärslokaler, varvid näringsidkaren och konsumenten samtidigt är fysiskt närvarande, eller
 - som ingås under en utflykt organiserad av näringsidkaren i syfte att marknadsföra och sälja varor eller tjänster till konsumenten.
9. *fasta affärslokaler*:
- fasta detaljhandelslokaler där näringsidkaren bedriver sin fasta verksamhet, eller
 - rörliga detaljhandelslokaler där näringsidkaren vanligtvis bedriver sin verksamhet.
10. *varaktigt medium*: varje medel som gör det möjligt för konsumenten eller näringsidkaren att bevara information som riktas till vederbörande personligen på sådant sätt att den är tillgänglig för användning i framtiden under en tid som är lämplig med hänsyn till vad som är avsikten med informationen och att den bevarade informationen kan återges oförändrad.
11. *digitalt innehåll*: data som produceras och tillhandahålls i digital form.
12. *finansiell tjänst*: alla banktjänster samt tjänster som avser krediter, försäkringar, privata individuella pensioner, investeringar eller betalningar.
13. *offentlig auktion*: en försäljningsmetod där näringsidkaren bjuder ut varor eller tjänster till försäljning till konsumenter, vilka personligen närvarar eller ges möjlighet att närvara vid auktionen, genom ett öppet budgivningsförfarande som sköts av en auktionsförrättare och där den som lämnar det vinnande budet måste köpa varorna eller tjänsterna.
14. *garanti*: varje utfästelse som näringsidkaren eller tillverkaren (garantigivaren), utöver sina rättsliga skyldigheter i fråga om avtalsenlighet, ger konsumenten om att återbetala det betalade priset eller att byta ut, reparera eller utföra någon form av service på varorna om de inte överensstämmer med specifikationerna i garantibeviset, eller andra eventuella krav som inte hänför sig till överensstämelsen men ingår i garantibeviset, eller i den reklam som var tillgänglig vid den tidpunkt då avtalet ingicks eller före avtalets ingående.
15. *biavtal*: ett avtal genom vilket konsumenten förvärvar varor eller tjänster i samband med ett distansavtal eller ett avtal utanför fasta affärslokaler, när dessa varor levereras eller dessa tjänster tillhandahålls av näringsidkaren eller en tredje part på grundval av en överenskommelse mellan den tredje parten och näringsidkaren.

Artikel 3

Tillämpningsområde

- Detta direktiv ska tillämpas på alla avtal som ingås mellan en näringsidkare och en konsument enligt de villkor och i den omfattning som anges i bestämmelserna i direktivet. Det ska också tillämpas på avtal om leverans av vatten, gas, el eller fjärrvärme, inklusive från offentliga leverantörer, till den del som dessa försörjningstjänster tillhandahålls på avtalsrättslig grund.
- Om en bestämmelse i detta direktiv strider mot någon annan unionsakt som reglerar särskilda sektorer ska den andra unionsakten ha företräde och tillämpas på de särskilda sektorerna.
- Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal
 - om sociala tjänster, inklusive subventionerat boende, barnomsorg och stöd till permanent eller tillfälligt behövande familjer och enskilda, inbegripet långtidsvård,
 - om sådana hälso- och sjukvårdstjänster som definieras i artikel 3 a i direktiv 2011/24/EU, oavsett om de tillhandahålls via hälso- och sjukvårdsinrättningar eller inte,
 - om spelverksamhet som innebär att insatser med penningvärde görs i hasardspel, t.ex. lotterier, kasinospel och vadslingningar,

- d) om finansiella tjänster,
- e) om skapande, förvärv eller överlåtelse av fast egendom eller av rättigheter till fast egendom,
- f) om uppförande av nya byggnader, omfattande ombyggnad av befintliga byggnader och bostadsuthyrning,
- g) som omfattas av tillämpningsområdet för rådets direktiv 90/314/EEG av den 13 juni 1990 om paketresor, semesterpaket och andra paketarrangemang ⁽¹⁾,
- h) som omfattas av tillämpningsområdet för Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/122/EG av den 14 januari 2009 om konsumentskydd vid vissa aspekter av avtal om tidsdelat boende, långfristiga semesterprodukter, återförsäljning och byte ⁽²⁾,
- i) som upprättas enligt medlemsstaternas lagar under medverkan av en offentlig tjänsteman som enligt lag är förpliktad till oberoende och opartiskhet och som genom omfattande rättsliga upplysningar ska säkerställa att konsumenten ingår avtalet endast på grundval av moget övervägande och med kännedom om dess rättsliga betydelse,
- j) om tillhandahållande av livsmedel, drycker eller andra dagligvaror för hushållet, som fysiskt tillhandahålls av näringsidkare som gör frekventa och regelbundna utkörningsrundor till konsumentens hem, bostad eller arbetsplats,
- k) om passagerartransporttjänster, med undantag för artiklarna 8.2, 19 och 22,
- l) som ingås med hjälp av varuautomater eller automatiserade affärslokaler,
- m) distansavtal som ingås med teleoperatörer genom offentliga telefonautomater för användning av dessa eller som ingås för användning av en enda telefon-, internet- eller faxuppkoppling som utförs av en konsument.

4. Medlemsstaterna får besluta att inte tillämpa detta direktiv eller att inte behålla eller införa motsvarande nationella bestämmelser i fråga om avtal utanför fasta affärslokaler, om den avtalsenliga betalning som ska erläggas av konsumenten inte överstiger 50 EUR. Medlemsstaterna får fastställa ett lägre värde i sin nationella lagstiftning.

⁽¹⁾ EGT L 158, 23.6.1990, s. 59.

⁽²⁾ EUT L 33, 3.2.2009, s. 10.

5. Detta direktiv ska inte påverka nationell allmän avtalsrätt, till exempel bestämmelser om ett avtals giltighet, ingående eller verkan, om sådana allmänna avtalsrättsliga aspekter inte regleras i detta direktiv.

6. Detta direktiv ska inte hindra näringsidkare från att erbjuda konsumenterna avtalsvillkor som ger ett bättre skydd än vad som föreskrivs i detta direktiv.

Artikel 4

Harmoniseringsnivå

Medlemsstaterna får inte i sin nationella lagstiftning behålla eller införa bestämmelser som avviker från bestämmelserna i detta direktiv, inklusive strängare eller mindre stränga bestämmelser som ger en annan konsumentskyddsnivå om inget annat anges i detta direktiv.

KAPITEL II

KONSUMENTINFORMATION I SAMBAND MED ANDRA AVTAL ÄN DISTANSAVTAL ELLER AVTAL UTANFÖR FASTA AFFÄRSLOKALER

Artikel 5

Informationskrav i samband med andra avtal än distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler

1. Innan konsumenten blir bunden av ett annat avtal än ett distansavtal eller ett avtal utanför fasta affärslokaler, eller ett motsvarande erbjudande ska näringsidkaren klart och tydligt informera konsumenten om följande, såvida den informationen inte redan framgår av sammanhanget:

- a) Varornas eller tjänsternas huvudsakliga egenskaper, i en omfattning som är lämplig för mediet och för varorna eller tjänsterna.
- b) Näringsidkarens identitet, till exempel företagsnamn, geografisk adress för näringsidkarens etableringsställe samt telefonnummer.
- c) Det sammanlagda priset på varorna eller tjänsterna inklusive skatter och avgifter eller, om varan eller tjänsten är av sådan art att priset rimligen inte kan beräknas i förväg, det sätt på vilket priset beräknas och alla eventuella ytterligare kostnader för frakt, leverans eller porto eller, om dessa rimligen inte kan beräknas i förväg, uppgift om att sådana ytterligare kostnader kan tillkomma.
- d) I förekommande fall, sätten för betalning, leverans, fullgörande, datum för när näringsidkaren åtar sig att leverera varan eller tillhandahålla tjänsten samt näringsidkarens reklamationshantering.

22.11.2011

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 304/75

- e) Förutom uppgiften om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varorna, i förekommande fall den service efter försäljningen och de kommersiella garantier som gäller samt villkoren för dessa.
- f) Avtalets löptid, om tillämpligt, eller villkor för uppsägning av avtalet om löptiden är obegränsad eller avtalet förnyas automatiskt.
- g) Om tillämpligt, funktionen, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för digitalt innehåll.
- h) Det digitala innehållets relevanta driftskompatibilitet med maskin- och programvara enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till, där så är tillämpligt.
2. Punkt 1 ska också tillämpas på avtal för leverans av vatten, gas och el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet samt på avtal om leverans av fjärrvärme och digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium.
3. Medlemsstaterna ska inte vara skyldiga att tillämpa punkt 1 på avtal som innefattar vardagliga transaktioner och utförs omedelbart i samband med att de ingåtts.
4. Medlemsstaterna får anta eller behålla ytterligare krav på förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås beträffande avtal som omfattas av denna artikel.
- KAPITEL III
- KONSUMENTINFORMATION OCH KONSUMENTENS ÅNGERRÄTT VID DISTANSAVTAL OCH AVTAL UTANFÖR FASTA AFFÄRSLOKALER**
- Artikel 6*
- Informationskrav vid distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler**
1. Innan konsumenten blir bunden av ett distansavtal eller ett avtal utanför fasta affärslokaler eller ett motsvarande erbjudande ska näringsidkaren klart och tydligt ge konsumenten information om följande:
- a) Varornas eller tjänsternas huvudsakliga egenskaper, i en omfattning som är lämplig för mediet och för varorna eller tjänsterna.
- b) Näringsidkarens identitet, till exempel företagsnamn.
- c) Geografisk adress där näringsidkaren är etablerad samt näringsidkarens telefonnummer, faxnummer och e-postadress, där sådan finns, för att konsumenten snabbt ska kunna ta kontakt med och effektivt kommunicera med näringsidkaren, samt, i förekommande fall, geografisk adress och identitet för den näringsidkare för vars räkning denne agerar.
- d) Om den avviker från den adress som uppgetts i enlighet med led c: geografisk adress till näringsidkarens affärsställe och i tillämpliga fall avseende den näringsidkare för vars räkning han eller hon agerar dit konsumenten kan vända sig med eventuella reklamationer.
- e) Det sammanlagda priset för varan eller tjänsten, inklusive skatter eller, om varan eller tjänsten är av sådan art att priset rimligen inte kan beräknas i förväg, det sätt på vilket priset beräknas och alla eventuella ytterligare kostnader för frakt, leverans eller porto och alla andra kostnader eller, om dessa rimligen inte kan beräknas i förväg, uppgift om att sådana ytterligare kostnader kan tillkomma. Om avtalet löper på obegränsad tid eller om avtalet gäller en prenumeration ska i det sammanlagda priset ingå de sammanlagda kostnaderna per faktureringsperiod. När sådana avtal debiteras enligt fastställda betalningsposter ska det sammanlagda priset också avse de sammanlagda månatliga kostnaderna. Om det inte rimligen går att beräkna den totala abonnemangskostnaden i förväg, ska prisberäkningsmetoden redovisas.
- f) Kostnaden för att använda medel för distanskommunikation för ingäendet av avtalet, när kostnaden inte är beräknad efter normaltaxa.
- g) I förekommande fall, sättet för betalning, leverans, fullgörande, datum för när näringsidkaren åtar sig leverera varan eller tillhandahålla tjänsten samt, i förekommande fall, näringsidkarens reklamationshandtering.
- h) Om konsumenten har en ångerrätt, villkoren, tidsfristen och förfarandena för att utöva den, i enlighet med artikel 11.1, samt standardblanketten för utövande av ångerrätten enligt bilaga I B.
- i) I förekommande fall meddelande om att konsumenten vid utövande av ångerrätt är skyldig att betala kostnaderna för återsändande av varan samt, vid distansavtal, om varorna till följd av sin natur normalt inte kan återsändas per post, kostnaderna för återsändande av varan.
- j) Meddelande om att konsumenten, om denne utövar ångerrätt efter att ha gjort en begäran enligt artikel 7.3 eller 8.8, är skyldig att ersätta näringsidkaren för rimliga kostnader enligt artikel 14.3.
- k) Vid avsaknad av ångerrätt enligt artikel 16, meddelande om att konsumenten inte har någon ångerrätt, eller, i förekommande fall, besked om under vilka omständigheter konsumenten förlorar sin ångerrätt.

- l) En påminnelse om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varorna.
- m) Om tillämpligt, den kundassistans och produktservice som gäller efter försäljningen och de garantier som gäller och villkoren för dessa.
- n) Förekomsten av relevanta uppförandekoder, såsom de definieras i artikel 2 f i direktiv 2005/29/EG, och hur kopior av dem kan erhållas, om tillämpligt.
- o) Avtalets löptid, om tillämpligt, eller villkor för uppsägning av avtalet om löptiden är obegränsad eller avtalet förnyas automatiskt.
- p) Om tillämpligt, kortaste giltighetstid för konsumentens skyldigheter enligt avtalet.
- q) Om tillämpligt, den handpenning eller andra ekonomiska garantier som konsumenten ska betala eller lämna på begäran av näringsidkaren och villkoren i samband med detta.
- r) Om tillämpligt, funktionen, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för digitalt innehåll.
- s) Om tillämpligt, det digitala innehållets relevanta driftskompatibilitet med maskin- och programvara enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till.
- t) Om tillämpligt, möjligheten att anlita ett förfarande för klagomål och prövning utanför domstol, vilket näringsidkaren omfattas av, och villkoren för detta.
2. Punkt 1 ska också tillämpas på avtal för leverans av vatten, gas och el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet samt på avtal om leverans av fjärrvärme och digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium.
3. Vid offentlig auktion får informationen i punkt 1 b, c och d ersättas med motsvarande uppgifter om auktionsförrättaren.
4. Informationen i punkt 1 h, i och j får lämnas med hjälp av blankettmallen för information om ångerrätt i bilaga I A. Om näringsidkaren har tillhandahållit denna blankettmall korrekt ifyllt till konsumenten är informationskraven i punkt 1 h, i och j uppfyllda.

5. Den information som avses i punkt 1 ska utgöra en integrerad del av distansavtalet eller avtalet utanför fasta affärslokaler och får inte ändras annat än genom uttrycklig överenskommelse mellan avtalsparterna.

6. Om näringsidkaren inte har uppfyllt informationskraven i fråga om ytterligare avgifter eller andra kostnader enligt punkt 1 e eller kostnaderna för återsändande av varan enligt punkt 1 i ska konsumenten inte betala dessa avgifter eller kostnader.

7. Medlemsstaterna får i nationell lagstiftning behålla eller införa språkkrav i samband med krav på information vid avtals ingående för att säkerställa att informationen är lättbegriplig för konsumenten.

8. Informationskraven i detta direktiv gäller vid sidan av informationskraven i direktiv 2006/123/EG och direktiv 2000/31/EG och hindrar inte medlemsstaterna från att ställa ytterligare informationskrav i enlighet med dessa direktiv.

Om en bestämmelse i direktiv 2006/123/EG eller direktiv 2000/31/EG om innehållet i informationen och hur den ska tillhandahållas strider mot en bestämmelse i det här direktivet ska, utan att det påverkar tillämpningen av första stycket, bestämmelsen i det här direktivet ha företräde.

9. Bevisbördan för att informationsskyldigheten enligt detta kapitel fullgjorts ska åvila näringsidkaren.

Artikel 7

Formella krav för avtal utanför fasta affärslokaler

1. Vid avtal utanför fasta affärslokaler ska den information som föreskrivs i artikel 6.1 lämnas av näringsidkaren till konsumenten som papperskopia eller, om konsumenten samtycker, på ett annat varaktigt medium. Informationen ska vara väl läsbar och avfattad på ett klart och begripligt språk.

2. Näringsidkaren ska tillhandahålla konsumenten en kopia av det undertecknade avtalet eller bekräftelse av avtalet i pappersform eller, om konsumenten samtycker, på ett annat varaktigt medium, och där ska i tillämpliga fall ingå bekräftelse av konsumentens uttryckliga förhållningssamtycke och medgivande i enlighet med artikel 16 m.

3. Om en konsument vill att tillhandahållandet av tjänster eller leverans av vatten, gas eller el, i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller leverans av fjärrvärme ska inledas under den ångerfrist som föreskrivs i artikel 9.2, ska näringsidkaren kräva att konsumenten inkommer med en uttrycklig begäran på ett varaktigt medium.

4. Vid avtal utanför fasta affärslokaler då konsumenten uttryckligen begärt näringsidkarens tjänster för att utföra reparationer eller underhåll och näringsidkaren och konsumenten omedelbart utför sina avtalade skyldigheter och där den betalning som konsumenten ska erlagga inte överstiger 200 EUR

a) ska näringsidkaren tillhandahålla konsumenten den information som avses i artikel 6.1 b och c samt information om priset eller det sätt på vilket priset beräknas tillsammans med en uppskattning av det sammanlagda priset, i pappersform eller, med konsumentens samtycke, på ett annat varaktigt medium. Näringsidkaren ska tillhandahålla den information som avses i artikel 6.1 a, h och k, men behöver inte tillhandahålla den i pappersform eller på ett annat varaktigt medium om konsumenten uttryckligen samtycker till detta;

b) ska bekräftelsen av avtalet i enlighet med punkt 2 i denna artikel innehålla den information som avses i artikel 6.1.

Medlemsstaterna får besluta att inte tillämpa denna punkt.

5. Medlemsstaterna får inte ställa några ytterligare formella krav på förhandsinformation som ska ges före ingåendet av avtal för uppfyllandet av informationskraven i detta direktiv.

Artikel 8

Formella krav för distansavtal

1. Vid distansavtal ska den information som föreskrivs i artikel 6.1, av näringsidkaren, lämnas till eller göras tillgänglig för konsumenten på ett sätt som är lämpligt för det medel för distanskommunikation som används på ett klart och begripligt språk. Om informationen tillhandahålls på ett varaktigt medium, ska den vara i väl läsbar form.

2. Om ett distansavtal som ska ingås elektroniskt innebär en betalningsskyldighet för konsumenten ska näringsidkaren tydligt och väl synligt göra konsumenten uppmärksam på den information som ingår i artikel 6.1 a, e, o och p, innan konsumenten gör beställningen.

Näringsidkaren ska se till att konsumenten i samband med beställningen uttryckligen medger att beställningen är förenad med betalningsskyldighet. Om beställningen görs genom att trycka på en knapp eller aktivera någon liknande funktion ska knappen eller den motsvarande funktionen märkas i väl läsbar form endast med orden "beställning förenad med betalningsskyldighet" eller någon motsvarande otvetydig lydelse som anger att verkställandet av beställningen medför en betalningsskyldighet gentemot näringsidkaren. Om detta stycke inte följs av näringsidkaren ska konsumenten inte vara bunden av avtalet eller beställningen.

3. E-handelsplatser ska klart och läsbart ange, senast i början av beställningsprocessen, om det finns några begränsningar för leveransen samt vilka betalningssätt som godtas.

4. Om avtalet ingås med hjälp av ett medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen ska näringsidkaren, på det särskilda medlet, innan ett sådant avtal ingås åtminstone lämna förhandsinformation om varans eller tjänstens huvudsakliga egenskaper, avtalets löptid, det sammanlagda priset, ångerrätten, avtalets löptid och, när det gäller avtal med obegränsad löptid, villkoren för uppsägning av avtalet i enlighet med artikel 6.1 a, b, e, h och o. Övrig information som avses i artikel 6.1 ska näringsidkaren lämna till konsumenten på lämpligt sätt i enlighet med punkt 1 i denna artikel.

5. Om näringsidkaren kontaktar konsumenten per telefon i syfte att ingå ett distansavtal ska näringsidkaren, utan att det påverkar tillämpningen av punkt 4, i början av samtalet med konsumenten upplysa om vem han är och i förekommande fall på vems vägnar telefonsamtalet görs och det kommersiella syftet med telefonsamtalet.

6. Om ett distansavtal ska ingås per telefon får medlemsstaterna föreskriva att näringsidkaren ska bekräfta erbjudandet för konsumenten som är bunden först efter det att han under tecknat erbjudandet eller sänt sitt skriftliga samtycke. Medlemsstaterna får också föreskriva att sådana bekräftelser måste göras på ett varaktigt medium.

7. Näringsidkaren ska ge konsumenten bekräftelse på det ingångna avtalet på ett varaktigt medium, inom rimlig tid efter ingåendet av distansavtalet, och senast vid den tidpunkt då varorna levereras eller innan tjänsterna börjar utföras. Den bekräftelsen ska inkludera följande:

a) All information som avses i artikel 6.1, såvida näringsidkaren inte redan har lämnat informationen till konsumenten på ett varaktigt medium innan distansavtalet ingicks.

b) I förekommande fall, bekräftelse på konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande i enlighet med artikel 16 m.

8. Om en konsument vill att tillhandahållandet av tjänster eller leverans av vatten, gas eller el, i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller leverans av fjärrvärme ska inledas under den ångerfrist som föreskrivs i artikel 9.2, ska näringsidkaren kräva att konsumenten uttryckligen gör en begäran om detta.

9. Denna artikel ska inte påverka tillämpningen av bestämmelserna om ingående av avtal och beställningar på elektronisk väg enligt artiklarna 9 och 11 i direktiv 2000/31/EG.

10. Medlemsstaterna får inte ställa några ytterligare formella krav på information som ska ges före ingäendet av avtal för uppfyllandet av informationskraven i detta direktiv.

Artikel 9

Ångerrätt

1. Utom i de fall då de undantag som avses i artikel 16 är tillämpliga, ska konsumenten ha rätt att inom 14 dagar frånträda ett distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler utan att behöva ange några skäl och utan några andra kostnader än de som anges i artiklarna 13.2 och 14.

2. Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 10 ska ångerfristen i punkt 1 i den här artikeln löpa ut 14 dagar räknat från

- a) för tjänsteavtal, den dag då avtalet ingås,
- b) för köpeavtal, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar varan i sin besittning, eller
 - i) i händelse av att konsumenten beställt flera olika varor på samma gång och varorna levereras separat, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar den sista varan i sin besittning,
 - ii) i händelse av leverans av en vara som består av flera poster eller delar, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar den sista posten eller delen i sin besittning, eller
 - iii) i händelse av avtal om regelbunden leverans av varor under någon viss tidsperiod, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar den första varan i sin besittning,
- c) för avtal om leverans av vatten, gas och el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, samt avtal om leverans av fjärrvärme och digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium, dagen för avtalets ingående.

3. Medlemsstaterna får inte förbjuda avtalsparterna att fullgöra sina avtalsenliga skyldigheter under den tid då ångerfristen

löper. Vid avtal utanför fasta affärslokaler får dock medlemsstaterna behålla befintlig nationell lagstiftning som förbjuder näringsidkaren att uppbära betalningen av konsumenten under en viss tid efter det att avtalet ingåtts.

Artikel 10

Utelämnade av information om ångerrätten

1. Om näringsidkaren i strid med artikel 6.1 h inte har informerat konsumenten om ångerrätten ska ångerfristen löpa ut 12 månader efter utgången av den ursprungliga ångerfristen, fastställd i enlighet med artikel 9.2.

2. Om näringsidkaren har informerat konsumenten enligt punkt 1 i denna artikel inom 12 månader räknat från den dag som avses i artikel 9.2, ska ångerfristen löpa ut 14 dagar efter den dag då konsumenten mottagit informationen.

Artikel 11

Utövande av ångerrätten

1. Innan ångerfristen löper ut ska konsumenten informera näringsidkaren om sitt beslut att frånträda avtalet. För detta ändamål får konsumenten antingen

- a) använda den standardblankett för utövande av ångerrätten som återfinns i bilaga I B eller
- b) lämna ett annat otvetydigt meddelande om sitt beslut att frånträda avtalet.

Medlemsstaterna får inte föreskriva några formella krav på denna standardblankett av annat slag än de som fastställs i bilaga I B.

2. Konsumenten har utövat sin ångerrätt inom den ångerfrist som avses i artiklarna 9.2 och 10 om konsumenten skickar sitt meddelande om utövandet av ångerrätten före tidsfristens utgång.

3. Näringsidkaren får, utöver de möjligheter som avses i punkt 1, ge konsumenten möjlighet att på näringsidkarens webbplats elektroniskt fylla i och lämna in antingen standardblanketten som återfinns i bilaga I B eller något annat otvetydigt formulerat meddelande. I dessa fall ska näringsidkaren utan dröjsmål lämna ett mottagningsbevis på frånträdet av avtalet på ett varaktigt medium till konsumenten.

4. Bevisbördan för att ångerrätten utövats i enlighet med vad som föreskrivs i denna artikel ska åvila konsumenten.

Artikel 12

Ångerrättens verkan

Utövande av ångerrätten ska innebära att parternas skyldigheter upphör i fråga om

- a) att fullgöra distansavtalet eller avtalet utanför fasta affärslokaler, eller
- b) att ingå ett distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler, i de fall då konsumenten har lämnat ett anbud.

Artikel 13

Näringsidkarens skyldigheter vid frånträde av avtal

1. Näringsidkaren ska, utan onödigt dröjsmål och senast 14 dagar från och med den dag då näringsidkaren underrättats om konsumentens beslut att i enlighet med artikel 11 frånträda avtalet, betala tillbaka alla belopp som konsumenten har betalat, inklusive, där så är tillämpligt, leveranskostnaderna.

Näringsidkaren ska verkställa ersättningen enligt första stycket med samma betalningsmedel som konsumenten använt vid den inledande transaktionen, om inte konsumenten uttryckligen accepterat ett annat betalningsmedel och under förutsättning att konsumenten inte får vidkännas några kostnader till följd av ersättningen.

2. Utan hinder av punkt 1 ska näringsidkaren inte vara skyldig att ersätta förhöjda leveranskostnader om konsumenten uttryckligen valt leverans av annat slag än den minst kostsamma standardleverans som erbjuds av näringsidkaren.

3. Såvida inte näringsidkaren har erbjudit sig att hämta varorna får näringsidkaren vid köpeavtal hålla inne med återbetalningen tills han har fått tillbaka varorna, eller tills konsumenten har styrkt att han har skickat tillbaka varorna, beroende på vad som inträffar tidigast.

Artikel 14

Konsumentens skyldigheter vid frånträde av avtal

1. Såvida näringsidkaren inte har erbjudit sig att själv hämta varorna ska konsumenten skicka tillbaka eller överlämna varorna till näringsidkaren eller till en person som näringsidkaren har gett befogenhet att ta emot varorna, utan dröjsmål och senast inom 14 dagar från den dag då konsumenten lämnar sitt meddelande om beslut att frånträda avtalet till näringsidkaren i enlighet med artikel 11. Tidsfristen ska anses ha iakttagits om konsumenten skickar tillbaka varorna innan denna fjortondagarsperiod löpt ut.

Konsumenten ska bära den direkta kostnaden för återlämnandet av varorna endast om näringsidkaren inte har gått med på att

stå för denna kostnad eller näringsidkaren underlåtit att underätta konsumenten om att konsumenten ska stå för den.

Vid avtal utanför fasta affärslokaler, där varorna levererats till konsumentens bostad när avtalet ingicks, ska näringsidkaren på egen bekostnad hämta sådana varor som på grund av sin karaktär normalt inte kan skickas tillbaka med post.

2. Konsumenten ska bara hållas ansvarig för varornas minskade värde till följd av annan hantering av varorna än vad som är nödvändigt för att fastställa varornas art, egenskaper och funktion. Konsumenten ska under inga omständigheter hållas ansvarig för varornas värdeminskning om näringsidkaren har underlåtit att upplysa om ångerrätten i enlighet med artikel 6.1 h.

3. I de fall en konsument utövar sin ångerrätt efter att ha lämnat in en begäran i enlighet med artiklarna 7.3 eller 8.8 ska konsumenten betala näringsidkaren ett belopp som står i proportion till omfattningen av de tjänster som tillhandahållits, fram till dess att konsumenten underrättar näringsidkaren om att han utövar sin ångerrätt, jämfört med samtliga prestationer som föreskrivs i avtalet. Det proportionella beloppet som konsumenten ska betala till näringsidkaren ska beräknas utgående från det sammanlagda pris som överenskommit i avtalet. Om det sammanlagda priset är oskäligt högt ska det proportionella beloppet beräknas utgående från marknadsvärdet av det som levererats.

4. Konsumenten ska inte stå för några kostnader för

a) delvis eller helt utförda tjänster under den tid ångerfristen löper, inklusive leverans av vatten, gas och el, i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller fjärrvärme, om

i) näringsidkaren inte gett sådan information som avses i artikel 6.1 h eller j eller

ii) om konsumenten inte uttryckligen begärt att tjänsterna ska börja utföras under ångerfristen i enlighet med artiklarna 7.3 och 8.8, eller

b) tillhandahållande, helt eller delvis, av digitalt innehåll som inte tillhandahålls på ett fysiskt medium

i) om inte konsumenten gett sitt uttryckliga förhandssamtal till att tjänsterna börjar utföras före utgången av den 14-dagarsperiod som avses i artikel 9,

ii) om inte konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad i och med att konsumenten ger sitt samtycke, eller

iii) om inte näringsidkaren gett bekräftelse i enlighet med artikel 7.2 eller 8.7.

5. Med undantag för vad som föreskrivs i artikel 13.2 och i denna artikel ska konsumenten inte ådra sig något ansvar till följd av utövandet av sin ångerrätt.

Artikel 15

Verkan av utövad ångerrätt på biavtal

1. Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 15 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/48/EG av den 23 april 2008 om konsumentkreditavtal⁽¹⁾, ska biavtal automatiskt hävas utan kostnad för konsumenten, fränsett kostnader som föreskrivs i artiklarna 13.2 och 14 i detta direktiv, om konsumenten utövar sin ångerrätt och frånträder ett distansavtal eller ett avtal utanför fasta affärslokaler i enlighet med artiklarna 9–14 i detta direktiv.

2. Medlemsstaterna ska meddela närmare föreskrifter om hävning av sådana avtal.

Artikel 16

Undantag från ångerrätten

Medlemsstaterna får inte tillåta den ångerrätt som anges i artiklarna 9–15 när det gäller distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler med avseende på följande:

- a) Tjänsteavtal efter det att tjänsten fullständigt utförts, såvida tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga samtycke på förhand och konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad efter det att näringsidkaren fullgjort hela avtalet.
- b) Tillhandahållande av varor eller tjänster vars pris beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka och som kan uppstå under den tid då ångerriften löper.
- c) Tillhandahållande av varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel.
- d) Tillhandahållande av varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.
- e) Tillhandahållande av förslutna varor som av hälsoskydds- eller hygieniskäl inte lämpligen kan returneras och som öppnats av konsumenten efter det att de levererats.
- f) Tillhandahållande av varor som, till sin natur, efter leverans blandas med andra föremål på så sätt att de inte kan skiljas från varandra.

⁽¹⁾ EUT L 133, 22.5.2008, s. 66.

g) Tillhandahållande av alkoholhaltiga drycker till ett pris som avtalades vid den tidpunkt då köpeavtalet ingicks, som endast kan levereras efter 30 dagar och vars faktiska värde beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka.

h) Avtal där konsumenten uttryckligen uppmanat näringsidkaren att uppsöka konsumenten i bostaden för att där vidta brädsckande reparations- eller underhållsätgärder. Om näringsidkaren vid ett sådant hembesök tillhandahåller andra tjänster än de som konsumenten uttryckligen begärt att få eller andra varor än reservdelar som är nödvändiga för utförandet av underhållet eller reparationerna ska ångerrätten gälla för dessa andra tjänster eller varor.

i) Tillhandahållande av plomberade ljud- eller plomberade bildinspelningar eller datorprogram vars plombering brutits av konsumenten.

j) Tillhandahållande av tidningar och tidskrifter, med undantag för avtal om prenumeration på sådana publikationer.

k) Avtal som ingås vid en offentlig auktion.

l) Tillhandahållande av logi för andra ändamål än permanent boende, varutransport, tjänster som avser biluthyrning, catering eller tjänster som avser fritidsverksamhet när det i avtalet anges att tjänsterna ska tillhandahållas en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod.

m) Tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium om tillhandahållandet inlettts med konsumentens uttryckliga samtycke på förhand och konsumenten medgett att ångerrätten därigenom går förlorad.

KAPITEL IV

ANDRA KONSUMENTRÄTTIGHETER

Artikel 17

Tillämpningsområde

1. Artiklarna 18 och 20 ska tillämpas på köpeavtal. Artiklarna ska inte tillämpas på avtal för leverans av vatten, gas och el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, inte heller på leveranser av fjärrvärme eller tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium.

2. Artiklarna 19, 21 och 22 ska tillämpas på köpeavtal och tjänsteavtal samt avtal om tillhandahållande av vatten, gas, el, fjärrvärme eller digitalt innehåll.

Artikel 18

Leverans

1. Såvida parterna inte har kommit överens om något annat i fråga om leveranstiden ska näringsidkaren leverera varorna genom att överföra den fysiska besittningen av eller kontrollen över varorna till konsumenten utan onödigt dröjsmål och senast 30 dagar efter det att avtalet ingåtts.

2. Om näringsidkaren inte fullgör sin skyldighet att leverera varorna inom den tidsfrist som överenskommits med konsumenten eller inom den tidsfrist som anges i punkt 1, ska konsumenten uppmana näringsidkaren att genomföra leveransen inom en ytterligare tidsperiod som är lämplig mot bakgrund av omständigheterna. Om näringsidkaren inte levererar varorna inom denna ytterligare tidsperiod har konsumenten rätt att häva avtalet.

Första stycket är inte tillämpligt på köpeavtal där näringsidkaren har vägrat att leverera varorna eller där leverans inom den överenskomna fristen är avgörande med hänsyn tagen till alla omständigheter i samband med att avtalet ingicks eller där konsumenten informerar näringsidkaren, innan avtalet ingås, om att leverans en bestämd dag eller senast en bestämd dag är avgörande. I sådana fall ska konsumenten, om näringsidkaren inte levererar varorna inom den tidsfrist som överenskommits med konsumenten eller inom den tidsfrist som anges i punkt 1, ha rätt att omedelbart häva avtalet.

3. Då ett avtal hävs ska näringsidkaren utan onödigt dröjsmål återbetala alla belopp som erlagts i enlighet med avtalet.

4. Utöver att häva avtalet i enlighet med punkt 2 kan konsumenten eventuellt ha tillgång till andra medel som anges i nationell lagstiftning.

Artikel 19

Avgifter för olika betalningssätt

Medlemsstaterna ska förbjuda näringsidkarna att ta ut större avgifter av konsumenterna för användningen av något visst betalningssätt än vad näringsidkarna själva fått vidkännas till följd av att ifrågakvarande betalningssätt använts.

Artikel 20

Riskens övergång

Vid avtal där näringsidkaren sänder varorna till konsumenten ska risken för att varor kommer bort eller skadas övergå till konsumenten när konsumenten eller en tredje part, dock ej transportföretaget, som konsumenten har utsett för detta ändamål fysiskt har tagit varorna i besittning. Utan att det påverkar konsumentens rättigheter mot transportföretaget ska risken emellertid övergå till konsumenten efter leveransen till transportföretaget, om det är konsumenten som anlitat transportföretaget för transporten av varorna och det inte är näringsidkaren som erbjudit detta transportalternativ.

Artikel 21

Telefonkommunikation

Om näringsidkaren har en telefontjänst för kundkontakter i anslutning till avtal som ingåtts ska medlemsstaterna se till att konsumenterna som ringer upp näringsidkaren inte debiteras mer än grundläggande samtalstariff.

Första stycket ska inte påverka rätten hos dem som tillhandahåller telekommunikationstjänster att ta ut avgifter för sådana samtal.

Artikel 22

Tilläggsbetalningar

Innan ett avtal eller erbjudande blir bindande för konsumenten ska näringsidkaren begära konsumentens uttryckliga samtycke till alla extra betalningar utöver den ersättning som avtalats för näringsidkarens huvudsakliga avtalsförpliktelse. Om näringsidkaren inte har fått konsumentens uttryckliga samtycke utan har utgått från detta genom att tillämpa standardval som konsumenten är tvungen att avvisa för att undvika kompletterande betalningar, ska konsumenten ha rätt att få tillbaka sådana betalningar.

KAPITEL V

ALLMÄNNA BESTÄMMELSER

Artikel 23

Efterlevnad av bestämmelserna

1. Medlemsstaterna ska se till att det finns lämpliga och effektiva medel för att säkerställa efterlevnaden av bestämmelserna i detta direktiv.

2. De medel som avses i punkt 1 ska omfatta bestämmelser varigenom ett eller flera av följande organ, i enlighet med vad som fastställs i nationell lagstiftning, enligt den nationella lagstiftningen får väcka talan inför domstol eller behöriga förvaltningsmyndigheter för att se till att de nationella införlivande bestämmelserna för detta direktiv tillämpas:

- Offentliga organ eller deras företrädare.
- Konsumentorganisationer som har ett berättigat intresse av att skydda konsumenterna.
- Branschorganisationer som har ett berättigat intresse av att vidta åtgärder.

Artikel 24

Påföljder

1. Medlemsstaterna ska fastställa bestämmelser om påföljder vid överträdelse av de nationella bestämmelser som antas i enlighet med detta direktiv och ska vidta de åtgärder som krävs för att säkerställa att de tillämpas. Påföljderna ska vara effektiva, proportionella och avskräckande.

2. Medlemsstaterna ska anmäla dessa regler till kommissionen senast den 13 december 2013 och ska utan dröjsmål anmäla alla ändringar som påverkar dessa regler.

Artikel 25

Direktivets tvingande karaktär

Om tillämplig lag på avtalet är lagen i en medlemsstat får konsumenterna inte avstå från de rättigheter som de ges genom de nationella bestämmelser som införlivar detta direktiv i nationell lagstiftning.

Eventuella avtalsvillkor som direkt eller indirekt åsidosätter eller inskränker de rättigheter som följer av detta direktiv ska inte vara bindande för konsumenten.

Artikel 26

Information

Medlemsstaterna ska vidta lämpliga åtgärder för att informera konsumenterna och näringsidkarna om de nationella bestämmelser genom vilka detta direktiv införlivas och ska, i förekommande fall, uppmantra näringsidkare och kodutförare i enlighet med artikel 2 g i direktiv 2005/29/EG, att informera konsumenterna om sina uppförandekoder.

Artikel 27

Leverans utan föregående beställning

Konsumenten ska vara befriad från sin betalningsskyldighet vid leverans av varor, vatten, gas, el, fjärrvärme eller digitalt innehåll utan föregående beställning eller tillhandahållande av tjänster utan föregående beställning, i enlighet med förbudet i artikel 5.5 och punkt 29 i bilaga I till direktiv 2005/29/EG. I sådana fall ska ett utblivet svar från konsumentens sida efter en sådan leverans eller ett sådant tillhandahållande utan föregående beställning inte anses innebära samtycke.

Artikel 28

Införlivande

1. Medlemsstaterna ska senast den 13 december 2013 anta och offentliggöra de bestämmelser i lagar och andra författningar som är nödvändiga för att följa detta direktiv. De ska genast överlämna texten till dessa åtgärder till kommissionen i form av dokument. Kommissionen ska använda dessa dokument för den rapport som avses i artikel 30.

De ska tillämpa dessa åtgärder från och med den 13 juni 2014.

När en medlemsstat antar dessa åtgärder ska de innehålla en hänvisning till detta direktiv eller åtföljas av en sådan

hänvisning när de offentliggörs. Närmare föreskrifter om hur hänvisningen ska göras ska varje medlemsstat själv utfärda.

2. Bestämmelserna i detta direktiv ska vara tillämpliga på avtal som ingåtts efter den 13 juni 2014.

Artikel 29

Rapporteringskrav

1. Om en medlemsstat utnyttjar något av de lagstiftningsval som avses i artiklarna 3.4, 6.7, 6.8, 7.4, 8.6 och 9.3 ska den informera kommissionen om detta senast den 13 december 2013 och om alla eventuella senare ändringar.

2. Kommissionen ska se till att de uppgifter som anges i punkt 1 är lätt tillgängliga för konsument och näringsidkare, t.ex. på en särskild webbplats.

3. Kommissionen ska översända den information som avses i punkt 1 till de övriga medlemsstaterna och Europaparlamentet. Kommissionen ska samråda med berörda parter om den informationen.

Artikel 30

Rapportering och översyn från kommissionens sida

Senast den 13 december 2016 ska kommissionen lämna en rapport om tillämpningen av detta direktiv till Europaparlamentet och rådet. Rapporten ska framför allt innefatta en utvärdering om direktivets bestämmelser om digitalt innehåll, bland annat om ångerrätten. Rapporten ska vid behov åtföljas av lagstiftningsförslag om anpassning av direktivet till utvecklingen inom området konsumenträttigheter.

KAPITEL VI

SLUTBESTÄMMELSER

Artikel 31

Upphävande

Direktiv 85/577/EEG och direktiv 97/7/EG, ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/65/EG av den 23 september 2002 om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter⁽¹⁾ och genom direktiv 2005/29/EG och 2007/64/EG, ska upphöra att gälla från och med den 13 juni 2014.

Hänvisningar till de upphävda direktiven ska anses som hänvisningar till det här direktivet och ska läsas i enlighet med jämförelsetabellen i bilaga II.

⁽¹⁾ EGT L 271, 9.10.2002, s. 16.

22.11.2011

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 304/83

Artikel 32

Ändring av direktiv 93/13/EEG

I direktiv 93/13/EEG ska följande artikel införas:

"Artikel 8a

1. När en medlemsstat antar bestämmelser i enlighet med artikel 8, ska den underrätta kommissionen om dem, liksom också om eventuella senare ändringar, framför allt om dessa bestämmelser

— utvidgar skälighetsprövningen till att gälla för individuellt förhandlade avtalsvillkor eller till att gälla lämpligheten för pris eller ersättning, eller

— innehåller förteckningar över vilka avtalsvillkor som ska anses oskäliga.

2. Kommissionen ska se till att de uppgifter som anges i punkt 1 är lätt tillgängliga för konsumenterna och näringsidkarna, t.ex. på en särskild webbplats.

3. Kommissionen ska översända den information som avses i punkt 1 till de övriga medlemsstaterna och Europaparlamentet. Kommissionen ska samråda med berörda parter om den informationen."

Artikel 33

Ändring av direktiv 1999/44/EG

I direktiv 1999/44/EG ska följande artikel införas:

*"Artikel 8a***Underrättelsesskyldighet**

1. Om en medlemsstat, i enlighet med artikel 8.2, antar striktare konsumentskyddsbestämmelser än de som anges i

artiklarna 5.1–5.3 och 7.1 ska medlemsstaten underrätta kommissionen om dem, liksom om eventuella senare ändringar.

2. Kommissionen ska se till att de uppgifter som anges i punkt 1 är lätt tillgängliga för konsumenterna och näringsidkarna, t.ex. på en särskild webbplats.

3. Kommissionen ska översända den information som avses i punkt 1 till de övriga medlemsstaterna och Europaparlamentet. Kommissionen ska samråda med berörda parter om den informationen."

Artikel 34

Ikraftträdande

Detta direktiv träder i kraft den tjugonde dagen efter det att det har offentliggjorts i *Europeiska unionens officiella tidning*.

Artikel 35

Adressater

Detta direktiv riktar sig till medlemsstaterna.

Utfärdat i Strasbourg 25 oktober 2011.

På Europaparlamentets vägnar

J. BUZEK

Ordförande

På rådets vägnar

M. DOWGIELEWICZ

Ordförande

BILAGA I

Information om utövandet av ångerrätten

A. Mall för information om ångerrätt

Ångerrätt

Du har rätt att frånträda detta avtal utan att ange något skäl inom 14 dagar.

Ångerfristen löper ut 14 dagar efter dag [1].

Vill du utöva ångerrätten ska du till näringsidkaren skicka [2] ett klart och tydligt meddelande om ditt beslut att frånträda avtalet (t.ex. ett brev avsänt per post, fax eller e-post). Du kan använda den bifogade mallen, men du måste inte använda den [3].

För att du ska hinna utöva din ångerrätt i tid räcker det med att du sänder in ditt meddelande om att du tänker utöva ångerrätten innan ångerfristen gått ut.

Verkan av utövad ångerrätt

Om du frånträder detta avtal kommer vi att betala tillbaka alla betalningar vi fått från dig, bland dem också leveranskostnader (men då räknas inte extra leveranskostnader till följd av att du valt något annat leveranssätt än den billigaste standardleverans vi erbjuder). Återbetalningen kommer att ske utan onödigt dröjsmål och i vilket fall som helst senast 14 dagar från och med den dag då vi underrättades om ditt beslut att frånträda avtalet. Vi kommer att använda samma betalningsmedel för återbetalningen som du själv har använt för den inledande affärshändelsen, om du inte uttryckligen kommit överens med oss om något annat. I vilket fall som helst kommer återbetalningen inte att kosta dig något. [4]

[5]

[6]

Instruktioner för komplettering av blanketten:

[1]. Följande alternativ ska skrivas in:

- a) Vid tjänsteavtal eller avtal om leverans av vatten, gas eller el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller leverans av fjärrvärme eller av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium: "då avtalet ingicks."
- b) Vid köpeavtal: "då du eller någon tredje part, dock ej transportföretaget, som du anger, tar varan i fysisk besittning".
- c) Vid avtal avseende flera varor som konsumenten beställt i en och samma beställning och som levereras var för sig: "då du eller någon tredje part, dock ej transportföretaget, som du anger, tar den sista varan i fysisk besittning".
- d) Vid avtal avseende en vara som består av flera poster eller delar: "då du eller någon tredje part, dock ej transportföretaget, som du anger, tar den sista posten eller delen i fysisk besittning".
- e) Vid avtal avseende regelbundet återkommande leverans av varor under en viss tid: "då du eller någon tredje part, dock ej transportföretaget, som du anger, tar den första varan i fysisk besittning".

[2]. Du ska skriva in ditt namn, din geografiska adress, och, om det gäller i ditt fall, ditt telefonnummer, faxnummer och din e-postadress.

[3]. Om du ger konsumenten möjlighet att fylla i och lämna in standardångerblanketten elektroniskt på din webbplats, ska följande skrivas in: "Du kan också på vår webbplats [skriv in internetadressen] elektroniskt fylla i och skicka in standardblanketten för utövande av ångerrätten eller något annat otvetydigt meddelande. Om du väljer det här alternativet kommer vi utan dröjsmål att på ett varaktigt medium (till exempel med hjälp av e-post) bekräfta att vi tagit emot ditt beslut om att utöva ångerrätten."

[4]. Vid köpeavtal om du inte erbjudit dig att hämta tillbaka varan i händelse av att kunden vill frånträda avtalet, ska följande skrivas in: "Vi får vänta med återbetalningen tills vi fått tillbaka varan från dig eller tills du sänt in ett brev på att du återsänt varan, beroende på vilket som inträffar först."

- 5] Om konsumenten har tagit emot varor i samband med avtalet, ska följande skrivas in:
- a) Följande ska skrivas in:
- "Vi kommer och hämtar varan" eller
 - "Du ska återsända varan till oss eller överlämna den till ... [skriv i förekommande fall in namn och geografisk adress på den person ni bemyndigat att ta emot varan] utan onödigt dröjsmål och i vart fall senast 14 dagar efter den dag då du meddelat oss om ditt beslut att frånträda avtalet. Ångerfristen ska anses ha iakttagits om du skickar tillbaka varorna innan denna fjortondagarsperiod löpt ut."
- b) Följande ska skrivas in:
- "Vi kommer att betala kostnaderna för återsändandet av varan."
 - "Du kommer att få betala de direkta kostnaderna för återsändandet av varan."
 - Om det handlar om ett distansavtal och du inte erbjuder dig att betala kostnaderna för återsändandet av varan och varan till följd av sin natur normalt inte kan återsändas per post: "Du kommer att få betala de direkta kostnaderna för återsändandet av varan, dvs. ... EUR [skriv in beloppet]" eller om kostnaderna för återsändandet av varan inte rimligtvis kan förhandsberäknas: "Du kommer att få betala de direkta kostnaderna för återsändandet av varan. Kostnaderna uppskattas till maximalt cirka ... EUR [skriv in beloppet]." eller
 - Vid avtal utanför fasta affärslokaler, där varorna levererats till konsumentens bostad när avtalet ingicks och på grund av sin karaktär inte kan skickas tillbaka på normalt sätt med post: "Vi kommer och hämtar varan på vår egen bekostnad."
- c) "Du är ansvarig endast för varornas minskade värde till följd av annan hantering än vad som är nödvändigt för att fastställa varornas art, egenskaper och funktion."
- 6] Vid tjänsteavtal eller avtal om leverans av vatten, gas och el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller leverans av fjärrvärme ska följande skrivas in: "Om du bett att tjänsterna ska börja utföras eller vatten/gas/el/fjärrvärme börja levereras [stryk det som inte gäller] redan under ångerfristen ska du betala ett belopp som står i proportion till vad du mottagit till dess att du meddelade oss din avsikt att frånträda avtalet, jämfört med hela omfattningen av avtalet."

B. Mall för ångerblankett

(Blanketten ska fyllas i och återsändas bara om du vill frånträda avtalet)

- Till [här ska näringsidkaren skriva in sitt namn, geografiska adress och, i förekommande fall, sitt faxnummer och sin e-postadress]:
- Jag/Vi (*) meddelar härmed att jag/vi (*) frånträder mitt/vårt (*) köpeavtal avseende följande varor (*)/tjänster (*)
- Beställdes den (*)/mottogs den (*)
- Konsumentens/konsumenternas namn:
- Konsumentens/konsumenternas adress:
- Konsumentens/konsumenternas underskrift (endast om denna blankett meddelas på papper)
- Datum:

(*) Stryk det som inte är tillämpligt.

BILAGA II

Jämförelsetabell

Direktiv 85/577/EEG	Direktiv 97/7/EG	Detta direktiv
Artikel 1		Artikel 3 jämförd med artikel 2.8 och 2.9 och artikel 16 h
	Artikel 1	Artikel 1 jämförd med artikel 2.7
Artikel 2		Artikel 2.1 och 2.2
	Artikel 2.1	Artikel 2.7
	Artikel 2.2	Artikel 2.1
	Artikel 2.3	Artikel 2.2
	Artikel 2.4 första meningen	Artikel 2.7
	Artikel 2.4 andra meningen	—
	Artikel 2.5	—
Artikel 3.1		Artikel 3.4
Artikel 3.2 a		Artikel 3.3 e och f
Artikel 3.2 b		Artikel 3.3 j
Artikel 3.2 c		—
Artikel 3.2 d		Artikel 3.3 d
Artikel 3.2 e		Artikel 3.3 d
Artikel 3.3		—
	Artikel 3.1 första strecksatsen	Artikel 3.3 d
	Artikel 3.1 andra strecksatsen	Artikel 3.3 l
	Artikel 3.1 tredje strecksatsen	Artikel 3.3 m
	Artikel 3.1 fjärde strecksatsen	Artikel 3.3 e och f
	Artikel 3.1, femte strecksatsen	Artikel 6.3 och artikel 16 k jämförd med artikel 2.13
	Artikel 3.2 första strecksatsen	Artikel 3.3 j
	Artikel 3.2 andra strecksatsen	Artikel 3.3 f (för bostadsuthyrning), 3.3 g (paketresor), 3.3 h (tidsdelat boende), 3.3 k (passagerartransporttjänster med vissa undantag) och artikel 16 l (undantag från ångerrätten)
Artikel 4 första meningen		Artikel 6.1 b, c och h och artikel 7.1 och 7.2
Artikel 4 andra meningen		Artikel 6.1 a och artikel 7.1
Artikel 4 tredje meningen		Artikel 6.1
Artikel 4 fjärde meningen		Artikel 10
	Artikel 4.1 a	Artikel 6.1 b och c
	Artikel 4.1 b	Artikel 6.1 a

22.11.2011

SV

Europeiska unionens officiella tidning

L 304/87

Direktiv 85/577/EEG	Direktiv 97/7/EG	Detta direktiv
	Artikel 4.1 c	Artikel 6.1 e
	Artikel 4.1 d	Artikel 6.1 e
	Artikel 4.1 e	Artikel 6.1 g
	Artikel 4.1 f	Artikel 6.1 h
	Artikel 4.1 g	Artikel 6.1 f
	Artikel 4.1 h	—
	Artikel 4.1 i	Artikel 6.1 o och p
	Artikel 4.2	Artikel 6.1 jämförd med artikel 8.1, 8.2 och 8.4
	Artikel 4.3	Artikel 8.5
	Artikel 5.1	Artikel 8.7
	Artikel 5.2	Artikel 3.3 m
	Artikel 6.1	Artikel 9.1 och 9.2, artikel 10, artikel 13.2, artikel 14
	Artikel 6.2	Artikel 13 och artikel 14.1 andra och tredje styckena
	Artikel 6.3 första strecksatsen	Artikel 16 a
	Artikel 6.3 andra strecksatsen	Artikel 16 b
	Artikel 6.3 tredje strecksatsen	Artikel 16 c och d
	Artikel 6.3 fjärde strecksatsen	Artikel 16 i
	Artikel 6.3 femte strecksatsen	Artikel 16 j
	Artikel 6.3 sjätte strecksatsen	Artikel 3.3 c
	Artikel 6.4	Artikel 15
	Artikel 7.1	Artikel 18.1 (för köpeavtal)
	Artikel 7.2	Artikel 18.2, 18.3 och 18.4
	Artikel 7.3	—
	Artikel 8	—
	Artikel 9	Artikel 27
	Artikel 10	— (se artikel 13 i direktiv 2002/58/EG)
	Artikel 11.1	Artikel 23.1
	Artikel 11.2	Artikel 23.2
	Artikel 11.3 a	Artikel 6.9 för bevisbördan när det gäller förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås; för resterande del: —
	Artikel 11.3 b	Artikel 24.1
	Artikel 11.4	—
	Artikel 12.1	Artikel 25
	Artikel 12.2	—
	Artikel 13	Artikel 3.2
	Artikel 14	Artikel 4

Direktiv 85/577/EEG	Direktiv 97/7/EG	Detta direktiv
	Artikel 15.1	Artikel 28.1
	Artikel 15.2	Artikel 28.1
	Artikel 15.3	Artikel 28.1
	Artikel 15.4	Artikel 30
	Artikel 16	Artikel 26
	Artikel 17	—
	Artikel 18	Artikel 34
	Artikel 19	Artikel 35
Artikel 5.1		Artiklarna 9 och 11
Artikel 5.2		Artikel 12
Artikel 6		Artikel 25
Artikel 7		Artiklarna 13, 14 och 15
Artikel 8		Artikel 4

Bilagan till Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 av den 27 oktober 2004 om samarbete mellan de nationella tillsynsmyndigheter som ansvarar för konsumentskyddslagstiftningen ("förordningen om konsumentskyddssamarbete") (1)	Ska anses som en hänvisning till
Punkterna 2 och 11	Detta direktiv

(1) EUT L 364, 9.12.2004, s. 1.

Statens offentliga utredningar 2021

Kronologisk förteckning

1. Säker och kostnadseffektiv it-drift – rättsliga förutsättningar för utkontraktering. I.
2. Krav på kunskaper i svenska och samhällskunskap för svenskt medborgarskap. Ju.
3. Skolbibliotek för bildning och utbildning. U.
4. Informationsöverföring inom vård och omsorg. S.
5. Ett förbättrat system för arbetskraftsinvandring. Ju.
6. God och nära vård. Rätt stöd till psykisk hälsa. S.
7. Förstärkt skydd för väljarna vid röstmottagningen. Ju.
8. När behovet får styra – ett tandvårdssystem för en mer jämlik tandhälsa. Vol. 1 & Vol. 2, bilagor + Sammanfattning (häfte). S.
9. Vem kan man lita på? Enkel och ändamålsenlig användning av betrodda tjänster i den offentliga förvaltningen. I.
10. Radiologiska skador – skadestånd, säkerheter, skadereglering. M.
11. Bättre möjligheter för elever att nå kunskapskraven – aktivt stöd- och elevhälsoarbete samt stärkt utbildning för elever med intellektuell funktionsnedsättning. U.
12. Andra chans för krisande företag – En ny lag om företagsrekonstruktion. Ju.
13. En teknikneutral grundlagsbestämmelse för regeringsbeslut. Ju.
14. Boende på (o)lika villkor – merkostnader i bostad med särskild service för vuxna enligt LSS. S.
15. Föreningsfrihet och terroristorganisationer. Ju.
16. En väl fungerande ordning för val och beslutsfattande i kommuner och regioner. Fi.
17. Ett moderniserat konsumentskydd. Fi.

Statens offentliga utredningar 2021

Systematisk förteckning

Finansdepartementet

- En väl fungerande ordning för val och beslutsfattande i kommuner och regioner. [16]
- Ett moderniserat konsumentskydd. [17]

Infrastrukturdepartementet

- Säker och kostnadseffektiv it-drift
rättsliga förutsättningar för
utkontraktering. [1]
- Vem kan man lita på? Enkel och ändamåls-
enlig användning av betrodda tjänster
i den offentliga förvaltningen. [9]

Justitiedepartementet

- Krav på kunskaper i svenska och
samhällskunskap för svenskt
medborgarskap. [2]
- Ett förbättrat system för arbetskrafts-
invandring. [5]
- Förstärkt skydd för väljarna vid röst-
mottagningen. [7]
- Andra chans för krisande företag
– En ny lag om företagsrekonstruktion.
[12]
- En teknikneutral grundlagsbestämmelse
för regeringsbeslut. [13]
- Föreningsfrihet och terroristorganisationer.
[15]

Miljödepartementet

- Radiologiska skador – skadestånd,
säkerheter, skadereglering. [10]

Socialdepartementet

- Informationsöverföring inom vård och
omsorg. [4]
- God och nära vård. Rätt stöd till psykisk
hälsa. [6]

När behovet får styra

- ett tandvårdssystem för en mer jäm-
lik tandhälsa. Vol. 1 & Vol. 2, bilagor
+ Sammanfattning (häfte). [8]

Boende på (o)lika villkor – merkostnader
i bostad med särskild service för vuxna
enligt LSS. [14]

Utbildningsdepartementet

- Skolbibliotek för bildning och utbildning.
[3]
- Bättre möjligheter för elever att nå
kunskapskraven – aktivt stöd- och
elevhälsoarbete samt stärkt utbildning
för elever med intellektuell funktions-
nedsättning. [11]



Regeringskansliet

103 33 Stockholm Växel 08-405 10 00 www.regeringen.se

ISBN 978-91-525-0053-8 ISSN 0375-250X

Omslag: Elanders Sverige AB
Bild: Blue Planet Studio
Bildbearbetning: Agneta S Öberg