

Høringsnotat om forslag til endringer i markedsføringsloven, angrerettloven, avtaleloven og forskrift om urimelig handelspraksis

Gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet¹

Gjennomføring av artikkel 11a i direktivet om fjernsalg av finansielle tjenester²

13. juni 2025

Høringsfrist: 30. september 2025

¹ Europaparlaments- og Rådsdirektiv (EU) 2024/825 av 28. februar 2024 om endring av direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU med hensyn til styrket forbrukervern i det grønne skiftet gjennom bedre informasjon og bedre beskyttelse mot urimelig praksis.

² Europaparlamentets og rådets direktiv (EU) 2023/2673 av 22. november 2023 om endring av direktiv 2011/83/EU for så vidt angår avtaler om finansielle tjenesteytelser inngått ved fjernsalg og om opphevelse av direktiv 2002/65.

Innhold

1	Innledning.....	6
1.1	Generelt.....	6
1.2	Bakgrunn.....	7
1.2.1	Kort om direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet.....	7
1.2.2	Høringen av Kommisjonens forslag i 2022.....	9
1.2.3	Annet relevant EU-regelverk.....	9
1.3	Oversikt over videre framstilling.....	10
2	Endringer i handelspraksisdirektivet.....	11
2.1	Innledning.....	11
2.2	Definisjoner.....	11
2.2.1	Innledning.....	11
2.2.2	Varer.....	12
2.2.3	Miljøpåstand.....	14
2.2.4	Generell miljøpåstand.....	15
2.2.5	Bærekraftsmerke.....	15
2.2.6	Sertifiseringsordning.....	16
2.2.7	Anerkjente fremragende miljøprestasjoner.....	17
2.2.8	Holdbarhet.....	17
2.2.9	Programvareoppdatering.....	18
2.2.10	Forbruksvare.....	19
2.2.11	Funksjonalitet.....	19
2.3	Villedende handlinger – produktegenskaper det ikke må villedes om....	20
2.3.1	Gjeldende rett.....	20
2.3.2	Endringsdirektivet.....	21
2.3.3	Departementets vurderinger.....	21
2.4	Villedende handlinger – flere handlinger som regnes som villedende....	22

2.4.1	Gjeldende rett	22
2.4.2	Endringsdirektivet.....	22
2.4.3	Departementets vurderinger	24
2.5	Villedende utelatelser – sammenligningstjenester om miljøegenskaper mv.	24
2.5.1	Gjeldende rett	24
2.5.2	Endringsdirektivet.....	25
2.5.3	Departementets vurderinger	26
2.6	Utdvidelse av «svartelisten» - handelspraksis som alltid er forbudt.....	26
2.6.1	Innledning.....	26
2.6.2	Punkt 2a - Bruk av bærekraftsmerke	27
2.6.3	Punkt 4a - Bruk av generelle miljøpåstander	29
2.6.4	Punkt 4b - Bruk av miljøpåstander om hele produktet eller virksomheten, når påstanden kun gjelder visse aspekter ved produktet.....	31
2.6.5	Punkt 4c - Bruk av miljøpåstander basert på klimakompenserende tiltak.....	32
2.6.6	Punkt 10a - Presentere lovpålagte krav som særegne egenskaper ved et produkt	33
2.6.7	Punkt 23d - Tilbakeholde informasjon om programvareoppdateringers negative virkninger	34
2.6.8	Punkt 23e - Uriktig presentasjon av at programvareoppdatering er nødvendig.....	34
2.6.9	Punkt 23f - Tilbakeholde informasjon om egenskaper ved produktet som begrenser levetiden	35
2.6.10	Punkt 23g - Uriktige påstander om levetiden til et produkt.....	36
2.6.11	Punkt 23h - Uriktige påstander om reparerbarhet.....	37
2.6.12	Punkt 23i - Oppfordringer om å erstatte eller fylle på forbruksvarer tidligere enn nødvendig	37
2.6.13	Punkt 23j - Tilbakeholde eller gi uriktig informasjon om bruk av ikke-originale reservedeler mv.....	38

3	Endringer i forbrukerrettighetsdirektivet.....	39
3.1	Generelt.....	39
3.2	Definisjoner.....	39
3.2.1	Innledning.....	39
3.2.2	Kommersiell holdbarhetsgaranti.....	40
3.2.3	Holdbarhet	41
3.2.4	Produsent	42
3.2.5	Reparasjonsscore.....	43
3.2.6	Programvareoppdatering.....	43
3.3	Opplysningskrav før avtaleinngåelse i faste forretningslokaler mv. (forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5).....	44
3.3.1	Innledning.....	44
3.3.2	Opplysninger om rettslig garanti.....	45
3.3.3	Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti.....	46
3.3.4	Opplysninger om rettslig garanti for digitalt innhold mv.	48
3.3.5	Opplysninger om ettersalgsservice og kommersielle garantier	49
3.3.6	Opplysninger om programvareoppdateringer.....	50
3.3.7	Opplysninger om reparasjonsscore	51
3.3.8	Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.	52
3.4	Opplysningskrav før avtaleinngåelse ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6).....	52
3.4.1	Opplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer	52
3.4.2	Opplysninger om rettslig garanti.....	53
3.4.3	Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti.....	54
3.4.4	Opplysninger om rettslig garanti for digitalt innhold og digitale tjenester	55
3.4.5	Opplysninger om programvareoppdateringer.....	56
3.4.6	Opplysninger om reparasjonsscore	57

3.4.7	Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv. (reparasjonsbegrensninger).....	57
3.4.8	Utvidede opplysninger om angrerett.....	58
3.4.9	Særlige krav for fjernsalgsavtaler som inngås elektronisk.....	58
3.5	Harmonisert melding og harmonisert etikett	59
3.5.1	Gjeldende rett	59
3.5.2	Endringsdirektivet.....	59
3.5.3	Departementets vurderinger	61
3.6	Elektronisk angrefunksjon – «angreknapp»	61
3.6.1	Gjeldende rett	61
3.6.2	Endringsdirektiv – (EU) 2023/2673.....	62
3.6.3	Departementets vurderinger	63
4	Økonomiske og administrative konsekvenser	64
4.1	Innledning	64
4.2	Kommisjonens konsekvensanalyse	64
4.3	Konsekvenser for næringsdrivende.....	65
4.4	Konsekvenser for forbrukere	67
4.5	Konsekvenser for det offentlige	67
4.6	Konsekvenser for miljøet.....	68
5	Merknader til lovforslaget	68
5.1	Markedsføringsloven.....	68
5.2	Angrerettloven	70
5.3	Avtaleloven.....	75
6	Forslag til lov- og forskriftsendringer	78
6.1	Forslag til lovendringer	78
6.1.1	Markedsføringsloven.....	78
6.1.2	Angrerettloven	81

6.1.3	Avtaleloven	84
6.2	Forslag til forskriftsendringer	86
6.2.1	Forskrift om urimelig handelspraksis («svartelisten»)	86
	Vedlegg	88
	Vedlegg 1: Uoffisiell norsk oversettelse av direktiv (EU) 2024/825 om styrket forbrukervern i det grønne skiftet	88
	Vedlegg 2: Dansk oversettelse av direktiv (EU) 2023/2673 om endring av direktiv 2011/83/EU for så vidt angår avtaler om finansielle tjenesteytelser inngått ved fjernsalg og om opphevelse av direktiv 2002/65	88
	Vedlegg 3: Lovspeil	88

1 Innledning

1.1 Generelt

Den 28. februar 2024 vedtok EU direktiv 2024/825 om styrket forbrukervern i det grønne skiftet. Direktivets fulle tittel er:

Direktiv 2024/825 om endring av direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU med hensyn til styrket forbrukervern i det grønne skiftet gjennom bedre informasjon og bedre forbrukerbeskyttelse mot urimelig handelspraksis.

Direktivet gjør endringer i to direktiver: direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF) (heretter omtalt som handelspraksisdirektivet) og forbrukerrettighetsdirektivet (2011/83/EU). I det følgende brukes forkortelsen «direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet» eller «endringsdirektivet».

På engelsk heter det «Directive on Empowering consumers for the green transition», og omtales derfor i noen sammenhenger også som «empowerment»-direktivet eller forkortet til «EmCon»-direktivet og «ECGT-direktivet».

Formålet med endringene i handelspraksisdirektivet er kort oppsummert å bekjempe villedende miljøpåstander («grønnvasking») og førtidig produktsvikt. Formålet med endringene i forbrukerrettighetsdirektivet er blant annet å gi forbrukerne bedre informasjon om hvor lenge et produkt kan forventes å vare og om det kan repareres.

Handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet er allerede tatt inn i EØS-avtalen og gjennomført i norsk rett. Barne- og familiedepartementet har vurdert endringsdirektivet som EØS-relevant og akseptabelt, og legger opp til at det innlemmes i EØS-avtalen og gjennomføres i norsk rett.

Dette høringsnotatet omhandler departementets forslag til gjennomføring av endringsdirektivet. Direktivet er totalharmonisert, det vil si at det i gjennomføringen i norsk rett hverken kan gis strengere eller lempeligere regler enn det som følger av direktivet. Departementet foreslår å gjennomføre endringene i handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet ved endring i de regelverkene som i dag gjennomfører disse direktivene, det vil si i markedsføringsloven, angrerettloven, avtaleloven og forskrift om urimelig handelspraksis. Ettersom endringsdirektivet er totalharmonisert, og det ikke er nasjonalt handlingsrom til å beholde eller innføre avvikende regler nasjonalt, foreslås det en direktivnær gjennomføring. Det innebærer også at det foreslås at alle definisjonene i endringsdirektivet gjennomføres i norsk rett, og med direktivnær ordlyd. Dette anses hensiktsmessig for å sikre korrekt gjennomføring av endringsdirektivet. Dette forslaget drøftes for de respektive definisjonene nedenfor. Det bes om høringsinstansenes innspill på forslaget om direktivnær gjennomføring og på begrepsbruk i de respektive forslagene.

EUs medlemsland skal vedta regler som gjennomfører endringsdirektivet innen 27. mars 2026, og reglene skal tre i kraft innen 27. september 2026, jf. endringsdirektivet artikkel 4. Departementet tar sikte på å følge de samme fristene ved gjennomføringen av direktivet i norsk rett. Dette forutsetter at endringsdirektivet formelt innlemmes i EØS-avtalen, og at Stortinget samtykker til innlemmelsen, innenfor nevnte frister. Departementet arbeider for tiden med innlemmelsen av direktivet i EØS-avtalen.

I dette høringsnotatet foreslås det også å gjennomføre direktiv 2023/2673 («om endring av forbrukerrettighetsdirektiv 2011/83/EU hva gjelder finansielle avtaler inngått ved fjernsalg og opphevelse av direktiv 2002/65/EF») ny artikkel 11a om digital angrefunksjon (angreknapp) i forbrukerrettighetsdirektivet.

Uoffisiell norsk oversettelse av endringsdirektivet er vedlagt som vedlegg 1. Oversettelsen blir først offisiell, det vil si at den får samme gyldighet som oversettelsene på EU-språkene, når den er kunngjort i EØS-tillegget til Den europeiske unions tidende i henhold til EØS-avtalen artikkel 129 nr. 1 tredje ledd. Kunngjøringen av oversettelsen vil skje når direktivet er tatt inn i EØS-avtalen. Endringer i oversettelsen kan bli nødvendig etter høringen. Direktivet er tilgjengelig på andre språk på [EUR-Lex](#).

1.2 Bakgrunn

1.2.1 Kort om direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet

I endringsdirektivets fortale punkt 1 forklares de nye reglene. Her står det at for å bidra til et velfungerende indre marked basert på høy grad av forbruker- og miljøvern, og for å gjøre framskritt i den grønne omstillingen, er det viktig at forbrukerne kan treffe informerte kjøpsbeslutninger og med det bidra til mer bærekraftige forbruksmønstre. Det innføres derfor spesifikke regler i EUs forbrukerlovgivning for å bekjempe urimelig handelspraksis som villeder forbrukerne og hindrer dem i å ta bærekraftige forbruksvalg. Som eksempler på praksis som skal bekjempes nevner fortalepunkt 1 og 3:

- praksis knyttet til for tidlig foreldelse av varer,

- villedende miljøpåstander («grønnvasking»),
- villedende opplysninger om de sosiale egenskapene ved produkter eller ved næringsdrivendes virksomhet, for eksempel kvaliteten og rettferdigheten av den berørte arbeidsstyrkens arbeidsvilkår, og
- bærekraftsmerker som ikke bygger på vilkår som er transparente og troverdige.

Det følger av fortalen punkt 40 at formålet med endringsdirektivet er å sette forbrukerne i stand til å treffe bedre informerte transaksjonsbeslutninger for å fremme bærekraftig forbruk, å eliminere praksis som skader den bærekraftige økonomien og hindrer forbrukerne i å ta bærekraftige forbruksvalg, samt å sikre bedre og ensartet anvendelse av EUs rettslige ramme på forbrukerområdet. Forbrukerne skal være bedre informert om hvor lenge et produkt kan forventes å vare og om det kan repareres. De nye reglene vil beskytte forbrukerne bedre mot villedende handelspraksis i form av «grønnvasking» og førtidig produktsvikt. Direktivet skal også sikre bedre og mer konsistent gjennomføring av forbrukervernreglene i EU.

De nye reglene vil sette nasjonale håndhevingsmyndigheter i stand til å ta tak i urimelig praksis på en effektiv måte, jf. fortalen punkt 1. Videre står det i fortalepunktet at dersom man sikrer at miljøpåstander er rimelige, forståelige og pålitelige, vil næringsdrivende kunne operere på like vilkår, mens forbrukerne vil kunne velge produkter som faktisk er bedre for miljøet enn konkurrerende produkter. Dette vil oppmuntre til konkurranse som gir mer miljømessig bærekraftige produkter, noe som igjen vil redusere den negative innvirkningen på miljøet.

I endringsdirektivets artikkel 1 gjøres det endringer i *handelspraksisdirektivet* for å bekjempe villedende miljøpåstander («grønnvasking») og førtidig produktsvikt. Det er nye regler om blant annet:

- definisjoner, herunder miljøpåstand, generell miljøpåstand, bærekraftsmerke, sertifiseringsordning, anerkjente fremragende miljøprestasjoner, holdbarhet, programvareoppdatering, forbruksvare og funksjonalitet (endringer i handelspraksisdirektivet artikkel 2)
- produktets hovedegenskaper og om villedende miljøpåstander (endringer i handelspraksisdirektivet artikkel 6)
- villedende utelatelser av informasjon om sammenligningsmetoden ved sammenligning av produkters miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller av aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter, mv. (endringer i handelspraksisdirektivet artikkel 7)
- 12 nye punkter i forskriften om urimelig handelspraksis om blant annet bærekraftsmerke, generelle miljøpåstander, klimakompensasjon, programvareoppdatering, holdbarhet og reparerbarhet, mv.

I endringsdirektivets artikkel 2 gjøres det endringer i *forbrukerrettighetsdirektivet* med nye regler om bedre informasjon om holdbarhet og om varene kan repareres, mv. Det er nye regler om blant annet:

- definisjoner, herunder kommersiell holdbarhetsgaranti, holdbarhet, reparasjonsscore og programvareoppdatering (endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2)
- prekontraktuelle opplysningskrav (endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 og 6) om:
 - «rettslig garanti for samsvar for varer» ved bruk av en harmonisert melding,
 - «kommersiell holdbarhetsgaranti» ved bruk av en harmonisert etikett
 - reparasjonsscore, programvareoppdateringer, miljøvennlige leveringsalternativer, mv.
- ny artikkel 22a i forbrukerrettighetsdirektivet om harmonisert melding og harmonisert etikett for å gi opplysninger om «rettslig garanti for samsvar for varer» og «kommersiell holdbarhetsgaranti». Formålet er å sikre at forbrukerne er velinformerte og lett kan forstå sine rettigheter i hele EU og EØS.

I endringsdirektivet artikkel 3 er det gitt regler om Kommisjonens rapportering og revisjon.

I endringsdirektivet artikkel 4 står det at medlemsstatene senest 27. mars 2026 skal vedta og kunngjøre bestemmelsene som er nødvendige for å gjennomføre direktivet. Medlemsstatene skal anvende disse bestemmelsene fra 27. september 2026.

Endringsdirektivet artikkel 5 og 6 omhandler ikrafttredelse og adressater.

1.2.2 Høringen av Kommisjonens forslag i 2022

Barne- og familiedepartementet sendte Kommisjonens forslag til direktiv om styrket forbrukervern i det grønne skiftet på høring 29. juni 2022, med frist 1. september 2022. Høringsnotatet og høringssvarene er tilgjengelig på regjeringen.no. Det ble mottatt 14 høringssvar, hvorav 11 med merknader. Hovedinntrykket er at høringsinstansene var positive til direktivforslaget. Enkelte innspill av språklig og teknisk karakter ble formidlet til Kommisjonen.

1.2.3 Annet relevant EU-regelverk

EU-kommisjonen la 30. mars 2022 fram en pakke for bærekraftige produkter og produktvalg. Forslagene var oppfølging av den europeiske grønne given. Som ledd i dette arbeidet fremla EU-kommisjonen forslaget til direktiv om grønne påstander (Green Claims Directive) fra 2023 (COM/2023/16). Dette direktivforslaget skal forhindre «grønnvasking» og gjøre det lettere for forbrukere å vite om et produkt faktisk er bærekraftig. Direktivet vil utfylle direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ved å fastlegge omfattende detaljerte og spesifikke krav til påstander og merker/merkeordninger. Forhandlinger i EU om forslaget startet i januar 2025.

EU har også vedtatt et nytt regelverk som skal sikre bedre informasjon om holdbarhet og reparasjonsmuligheter (right to repair) (EU 2024/1799). Dette er viktig for å fremme reparasjon av varer, også utenfor den lovpålagte plikten selger etter forbrukerkjøpsdirektivet har til å rette mangler.

Videre har EU-kommisjonen lagt frem forslag til regelverk med krav til informasjon i digitale produktpass (under økodesignforordningen). Dette regelverket vil også spille en viktig rolle for å gi relevant informasjon om reparasjon/oppgradering.

Nevnte EU-regelverk omhandles ikke nærmere i dette høringsnotatet.

1.3 Oversikt over videre framstilling

Endringsforslagene og begrunnelsen for disse fremgår av høringsnotatet punkt 2 og 3.

I punkt 2 omtales endringer i handelspraksisdirektivet. I punkt 2.2 til 2.5 foreslår departementet endringer i markedsføringsloven som følge av at endringsdirektivet endrer de generelle bestemmelsene i handelspraksisdirektivet. I punkt 2.6 foreslår departementet endringer i forskrift om urimelig handelspraksis («svartelisten») som følge av at endringsdirektivet inntar flere nye punkter i handelspraksisdirektivets vedlegg. Dette er praksis som under enhver omstendighet skal anses som urimelig handelspraksis og som dermed er forbudt, uten en konkret vurdering av praksisens utforming osv.

I punkt 3 omtales endringer i forbrukerrettighetsdirektivet. I punkt 3.2 til 3.4 foreslår departementet endringer i henholdsvis angrerettloven og avtaleloven som følge av at endringsdirektivet innfører flere definisjoner og flere opplysningskrav i forbrukerrettighetsdirektivet som skal gis før avtaleinngåelse.

I punkt 3.5 omtales harmonisert melding og harmonisert etikett (merke).

I punkt 3.6 foreslås innføring av en «angreknapp» for avtaler som er inngått elektronisk, altså en begrenset gruppe av fjernsalgsavtaler. Forslaget gjennomfører endringsdirektiv EU 2023/2673 som innfører en ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet.

I punkt 4 omtales økonomiske og administrative konsekvenser.

I punkt 5 omtales merknader til lovforslaget.

I punkt 6 omtales forslag til lov- og forskriftsendringer.

I punkt 7 er det inntatt et vedlegg 1 med uoffisiell norsk oversettelse av endringsdirektivet, og et vedlegg 2 med dansk oversettelse av direktivet om fjernsalg av finansielle tjenester. Det er videre inntatt et vedlegg 3 med oversikt over artiklene i endringsdirektivet og hvor artiklene foreslås gjennomført (lovspeil).

2 Endringer i handelspraksisdirektivet

2.1 Innledning

Handelspraksisdirektivet (2005/29/EF) skal bidra til at det indre markedet fungerer tilfredsstillende. Direktivet stiller opp et høyt nivå av forbrukervern gjennom felleseuropeiske regler om urimelig handelspraksis som skader forbrukernes økonomiske interesser. Direktivet forbyr urimelig handelspraksis. Handelspraksis som er villedende eller aggressiv skal anses som urimelig og er dermed også forbudt.

Direktivet er totalharmonisert. Det vil si at det ikke er anledning for medlemsstatene å beholde eller vedta strengere eller lempeligere regler innenfor virkeområdet som direktivet regulerer. Direktivet hjemler likevel enkelte få unntak fra dette.

Direktivet er gjennomført i norsk rett ved markedsføringsloven og ved forskrift om urimelig handelspraksis.

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (endringsdirektivet) gjør flere endringer i handelspraksisdirektivet, og disse behandles i det følgende.

2.2 Definisjoner

2.2.1 Innledning

Handelspraksisdirektivet artikkel 2 inneholder definisjoner i bokstavene a til n, som definerer *forbruker, næringsdrivende, produkt, foretaks handelspraksis overfor forbrukere, vesentlig endring av forbrukernes økonomiske atferd, adferdsregler, ansvarlig for adferdsregler, yrkesmessig aktsomhet, oppfordring til kjøp, utilbørlig påvirkning, transaksjonsbeslutning, lovregulert yrke, rangering og nettbasert markeds plass*. Av disse er fem definisjoner gjennomført i markedsføringsloven § 5 bokstavene a til e, dvs. *forbruker, næringsdrivende, ytelse, handelspraksis og garanti*.

Det har ikke vært ansett som hensiktsmessig å innta alle definisjonene i handelspraksisdirektivet i markedsføringsloven. Se blant annet Prop. 50 LS (2022-2023) punkt 8.2.5.1.

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 innfører ti nye definisjoner i handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 i bokstav ca og i bokstavene o til w. Uttrykkene som defineres, brukes i de nye bestemmelsene i endringsdirektivet.

De nye definisjonene er: *varer, miljøpåstand, generell miljøpåstand, bærekraftsmerke, sertifiseringsordning, anerkjente fremragende miljøprestasjoner, holdbarhet, programvareoppdatering, forbruksvare og funksjonalitet*.

De nye definisjonene i handelspraksisdirektivet er vesentlige for direktivets anvendelsesområde. For å sikre en korrekt gjennomføring av endringsdirektivets endringer i handelspraksisdirektivet, er det etter departementets vurdering nødvendig å innta definisjonene i markedsføringsloven § 5.

Enkelte av definisjonene i endringsdirektivet viser til definisjoner i forbrukerkjøpsdirektivet og digitalytelsesdirektivet, som i norsk rett delvis er gjennomført i forbrukerkjøpsloven og i digitalytelsesloven. For disse definisjonene kan det anføres at det er lovteknisk uheldig at det også tas inn en definisjon i markedsføringsloven. Etter departementets vurdering taler likevel hensynet til næringsdrivendes forutberegnelighet og innrettelse for at definisjonene inntas i markedsføringsloven. Det vises til at brudd på de materielle reglene hvor definisjonene inngår, kan sanksjoneres med forbudsvedtak med tvangsmulkt og overtredelsesgebyr etter reglene i markedsføringsloven kapittel 7. Dette taler for at definisjonene inntas i markedsføringsloven.

Det vises for øvrig også til at det i det danske lovforslaget av 26. februar 2025 er foreslått å ta inn alle de nye definisjonene i endringsdirektivet i den danske markedsføringsloven, se det danske lovforslaget punkt 3.1.1.3.³ Det vises også til at flere av definisjonene i forslaget til direktiv om grønne påstander, som er omtalt ovenfor i punkt 1.2.3, viser til de nye definisjonene som endringsdirektivet inntar i handelspraksisdirektivet ('environmental claim', sustainability label' og certification scheme'). Dette taler også for at alle definisjonene i endringsdirektivet inntas i markedsføringsloven.

På denne bakgrunn foreslås det at det i markedsføringsloven § 5 inntas ti nye definisjoner, altså definisjonene som endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 inntar i handelspraksisdirektivet artikkel 2.

Det foreslås mindre språklige justeringer sammenlignet med den norske språkversjonen av endringsdirektivet. Dette er for å harmonere bedre med ordlyden i markedsføringsloven, forbrukerkjøpsloven og digitalytelsesloven. Endringene skal ikke ha noen innholdsmessig betydning.

Forslaget om å innta de nye definisjonene reiser spørsmål om hvorvidt andre definisjoner i handelspraksisdirektivet som ikke tidligere er tatt inn i markedsføringsloven, bør vurderes inntatt. Departementet har imidlertid ikke gjort det i denne omgang. Departementet vil vurdere om det eventuelt på et senere tidspunkt er aktuelt å innta flere av definisjonene i handelspraksisdirektivet artikkel 2 i markedsføringsloven § 5.

Det bes særlig om høringsinstansenes innspill til forslaget om å gjennomføre alle de ti nye definisjonene i markedsføringsloven.

2.2.2 Varer

2.2.2.1 Gjeldende rett

I handelspraksisdirektivet artikkel 2 bokstav c er «produkt» definert slik:

«produkt» enhver vare eller tjeneste, herunder fast eiendom, digital tjeneste og digitalt innhold, samt rettigheter og forpliktelser.

³ Lovforslag nr. L 147, Folketinget 2024-25, Forslag til Lov om ændring af lov om markedsføring, lov om forbruger aftaler og forbrugerklage loven¹) (Gennemførelse af direktiv om styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling og effektivisering af det offentlige forbrugerklagesystem).

Markedsføringsloven bruker begrepet «ytelse» i stedet for «produkt», og i markedsføringsloven § 5 bokstav c er «ytelse» definert slik:

«ytelse: vare, tjeneste, fast eiendom, rettigheter og forpliktelser»

Markedsføringsloven bruker derfor gjennomgående begrepet «ytelse» der handelspraksisdirektivet bruker «produkt». Se Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) punkt 4.4.4.3.

I moderniseringsdirektivet (EU 2019/2161) artikkel 3 nr. 1 ble definisjonen av «produkt» i handelspraksisdirektivet endret ved at «digital tjeneste og digitalt innhold» ble en del av definisjonen. Dette tydeliggjør at også digitale tjenester og digitalt innhold skal anses som produkter etter handelspraksisdirektivet. Dette ble gjort for å tilpasse begrepsbruken til digitalytelsesdirektivet (direktiv (EU) 2019/770), se moderniseringsdirektivets fortale punkt 30. Hva som ligger i «digital tjeneste» og «digitalt innhold» er nærmere omtalt samme sted.

I Prop. 50 LS (2022-2023) (om gjennomføring av moderniseringsdirektivet) punkt 7.2.2 og 7.2.5 ble det lagt til grunn av det ikke var behov for å innta begrepene «digitale tjenester» og «digitalt innhold» i definisjonen av «ytelse» i markedsføringsloven § 5 bokstav c, eller å innta en legaldefinisjon av begrepene digitale tjenester og digitalt innhold i markedsføringsloven. Det vises i proposisjonen til at moderniseringsdirektivet ikke innfører egne regler i handelspraksisdirektivet for denne typen ytelser. Det står videre at justeringen i produktdefinisjonen ikke endrer virkeområdet for handelspraksisdirektivet, fordi digitalt innhold og digitale tjenester allerede er omfattet av gjeldende handelspraksisdirektiv, jf. ordlyden i artikkel 2 første ledd bokstav c «alle varer eller tjenester».

2.2.2.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav a inntar en definisjon av «varer» i handelspraksisdirektivet artikkel 2 bokstav ca.⁴ «Varer» skal forstås som varer som definert i artikkel 2 nr. 5 i forbrukerkjøpsdirektivet (direktivet 2019/771). I sistnevnte direktiv defineres varer som

«a) enhver løsørengjenstand; vann, gass og elektrisk kraft skal anses som varer i henhold til dette direktiv når de tilbys for salg i et begrenset volum eller en fastsatt mengde,

b) enhver løsørengjenstand som omfatter eller er innbyrdes forbundet med digitalt innhold eller en digital tjeneste på en slik måte at fravær at dette digitale innholdet eller denne digitale tjenesten vil hindre varene i å oppfylle sine funksjoner (varer med digitale elementer)»

2.2.2.3 Departementets vurderinger

Markedsføringsloven definerer «ytelser» og dette omfatter «vare, tjeneste, fast eiendom, rettigheter og forpliktelser», jf. § 5 bokstav c. Se Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) punkt 4.4.4. Hverken markedsføringsloven eller andre lover inneholder en definisjon av «varer».

⁴ Endringsdirektivet viser til handelspraksisdirektivet «artikkel 2 første ledd». Men artikkel 2 er ikke delt opp i ledd, og i det følgende vises det derfor til «artikkel 2».

Definisjonen av «varer» i endringsdirektivet har betydning for svartelisten nytt punkt 23d til 23j, se omtalen i punkt 2.6.7 til 2.6.13 nedenfor. Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «varer» i markedsføringsloven § 5 ny bokstav d. Hensikten er at «varer» i markedsføringsloven skal forstås på samme måte som i handelspraksisdirektivet.

Definisjonen av «varer» i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5 er kun delvis gjennomført i forbrukerkjøpsloven § 2 første ledd bokstav e. Der presiseres det på hvilke vilkår digitale ytelser omfattes av loven. Utgangspunktet er at forbrukerkjøp av «ting» reguleres av forbrukerkjøpsloven, mens levering av digitale ytelser til forbrukere reguleres av digitalytelsesloven, jf. Prop. 49 LS (2022-2023) punkt 16.1. Begrepet «ting» er presisert i forbrukerkjøpsloven § 2. Den bestemmelsen tilsvare ikke fullt ut ordlyden i forbrukerkjøpsdirektivet.

Etter departementets vurdering er definisjonen av «varer» i endringsdirektivet ment å tydeliggjøre at varer skal forstås på samme måte som i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5. Men den nye varedefinisjonen endrer ikke virkeområdet for handelspraksisdirektivet, fordi varer allerede er omfattet av gjeldende handelspraksisdirektiv, jf. ordlyden i artikkel 2 bokstav c «alle varer eller tjenester». Samtidig vil enkelte av reglene i svartelisten kun gjelde for «varer» slik definert i handelspraksisdirektivet. Dette betyr at det må være klart hva en «vare» er.

For å gjøre det enklere og klarere for næringsdrivende, foreslår departementet at definisjonen av «varer» i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5 inntas i markedsføringsloven § 5 ny bokstav d med enkelte språklige tilpasninger:

«varer: løse regjendstander, herunder varer med digitale elementer, og vann, gass og elektrisk kraft som tilbys for salg i et begrenset volum eller en fastsatt mengde»

En lignende ordlyd er valgt i det danske lovforslaget.⁵

Det bes særlig om høringsinstansenes syn på forslaget.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav d.

2.2.3 Miljøpåstand

2.2.3.1 Gjeldende rett

Det er ingen definisjon av miljøpåstand i markedsføringsloven eller annen lovgivning.

2.2.3.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «miljøpåstand» i artikkel 2 bokstav o.

Bokstav o definerer miljøpåstand som:

⁵ Lovforslag nr. L 147, Folketinget 2024-25, Forslag til Lov om ændring af lov om markedsføring, lov om forbrugeraftaler og forbrugerklageloven1) (Gennemførelse af direktiv om styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling og effektivisering af det offentlige forbrugerklagesystem).

«ethvert budskap eller enhver framstilling som ikke er obligatorisk i henhold til unionsretten eller nasjonal rett, uansett form, herunder tekst, bilder, grafikk eller symboler, for eksempel etiketter, merkenavn, firmanavn eller produktnavn, i forbindelse med kommersiell kommunikasjon, og som uttrykker eller antyder at et produkt, en produktkategori, et merke eller en næringsdrivende har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn andre produkter, produktkategorier, merker eller næringsdrivende, eller har forbedret innvirkningen sin over tid»

Miljøpåstander er omtalt flere steder i fortalen, herunder i punkt 1 hvor det står at det er behov for spesifikke regler for å bekjempe urimelig handelspraksis i form av villedende miljøpåstander («grønnvasking»).

2.2.3.3 Departementets vurderinger

Definisjonen av miljøpåstand har betydning for den nye bestemmelsen om miljøpåstand i endringsdirektivet artikkel 1 nr. 2 bokstav b og svartelisten nytt punkt 4b, se omtalen i punkt 2.4 og 2.6 nedenfor. Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «miljøpåstand» i markedsføringsloven § 5 bokstav g.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav g.

2.2.4 Generell miljøpåstand

2.2.4.1 Gjeldende rett

Det er ingen definisjon av generell miljøpåstand i markedsføringsloven eller annen lovgivning.

2.2.4.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «generell miljøpåstand» i artikkel 2 bokstav p:

«enhver miljøpåstand framsatt i skriftlig eller muntlig form, herunder gjennom audiovisuelle medier, som ikke er inkludert på et bærekraftsmerke, og der påstanden ikke er spesifisert på en tydelig og framtreddende måte på samme medium»

Eksempler på generelle miljøpåstander er, ifølge fortalen punkt 9, "miljøvennlig", "økovennlig", "grønn", "naturvenn", "økologisk", "miljøkorrekt", "klimavennlig", "mild mot miljøet", "CO₂-vennlig", "energieffektiv", "biobasert" eller lignende påstander.

2.2.4.3 Departementets vurderinger

Definisjonen av generell miljøpåstand har betydning for den nye bestemmelsen om generelle miljøpåstander i svartelisten nytt punkt 4a, se punkt 2.6.3 nedenfor.

Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «generell miljøpåstand» i markedsføringsloven.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav h.

2.2.5 Bærekraftsmerke

2.2.5.1 Gjeldende rett

Det er ingen definisjon av bærekraftsmerke i markedsføringsloven eller annen lovgivning.

2.2.5.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «bærekraftsmerke» i artikkel 2 bokstav q:

«ethvert frivillig tillitsmerke, kvalitetsmerke eller tilsvarende, enten offentlig eller privat, som tar sikte på å framheve og markedsføre et produkt, en prosess eller en virksomhet med henvisning til dets miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller begge deler, og som ikke omfatter obligatoriske merker som er påkrevd etter unionsretten eller nasjonal rett»

Bærekraftsmerker er omtalt flere steder i fortalen, herunder i punkt 1 og punkt 7 hvor det står at det er behov for spesifikke regler om bærekraftsmerker som ikke bygger på vilkår og krav som er transparente og troverdige.

2.2.5.3 Departementets vurderinger

Definisjonen har betydning for den nye bestemmelsen om bærekraftsmerke i svartelisten nytt punkt 2a, se punkt 2.6.2 nedenfor. Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «bærekraftsmerke» i markedsføringsloven § 5 bokstav i.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav i.

2.2.6 Sertifiseringsordning

2.2.6.1 Gjeldende rett

Det er ingen definisjon av sertifiseringsordning i markedsføringsloven eller i annen lovgivning.

2.2.6.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «sertifiseringsordning» i artikkel 2 bokstav r:

«en ordning med tredjepartskontroll som bekrefter at et produkt, en prosess eller en virksomhet oppfyller visse krav og dermed kan bruke det tilsvarende bærekraftsmerket, og hvis vilkår, inkludert kravene, er offentlig tilgjengelige og oppfyller følgende kriterier:

- i) Ordningen er, på transparente, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår, åpen for alle næringsdrivende som er villige og i stand til å oppfylle ordningens krav.
- ii) Ordningens krav er utarbeidet av eieren av ordningen i samråd med relevante eksperter og berørte parter.
- iii) Ordningen fastsetter prosedyrer for å håndtere manglende oppfyllelse av ordningens krav og inneholder bestemmelser om tilbakekalling eller suspensjon av næringsdrivendes bruk av bærekraftsmerket dersom ordningens krav ikke er oppfylt.
- iv) Tilsyn med at en næringsdrivende oppfyller ordningens krav, er underlagt en objektiv prosedyre og utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er basert på standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på unionsplan»

Sertifiseringsordning er omtalt i fortalen punkt 7.

2.2.6.3 Departementets vurderinger

Definisjonen av «sertifiseringsordning» har betydning for den nye bestemmelsen om vilkår for bruk av bærekraftsmerke i svartelisten punkt 2a, se punkt 2.6.2 nedenfor.

Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «sertifiseringsordning» i markedsføringsloven § 5 bokstav j.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav j.

2.2.7 Anerkjente fremragende miljøprestasjoner

2.2.7.1 Gjeldende rett

Det er ingen definisjon av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i markedsføringsloven eller i annen lovgivning.

2.2.7.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i artikkel 2 bokstav s:

«miljøprestasjoner som er i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/2010 eller med nasjonale eller regionale ordninger for miljømerking type I i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i medlemsstatene, eller de beste miljøprestasjonene i samsvar med annen gjeldende unionsrett»

Anerkjente fremragende miljøprestasjoner er omtalt i fortalen punkt 10.

2.2.7.3 Departementets vurderinger

Definisjonen av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» har betydning for den nye bestemmelsen om krav til generelle miljøpåstander i svartelisten punkt 4a, se punkt 2.6.3 nedenfor. Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i markedsføringsloven § 5 bokstav k.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav k.

2.2.8 Holdbarhet

2.2.8.1 Gjeldende rett

Det er ingen definisjon av holdbarhet i markedsføringsloven eller i annen lovgivning.

2.2.8.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «holdbarhet» i artikkel 2 bokstav t:

«holdbarhet som definert i artikkel 2 nr. 13 i direktiv (EU) 2019/771»

Definisjonen i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771) artikkel 2 nr. 13 lyder:

«holdbarhet» evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk

2.2.8.3 Departementets vurderinger

Definisjonen av holdbarhet i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771) artikkel 2 nr. 13 er ikke gjennomført i forbrukerkjøpsloven. Artikkelen er heller ikke omtalt i forarbeidene. I

forbrukerkjøpsloven § 15 tredje ledd bokstav b er holdbarhet benyttet i forbindelse med tingens egenskaper.

Spørsmålet er da om det er behov for å innta definisjonen av holdbarhet i markedsføringsloven.

Ordet «holdbarhet» benyttes i de nye bestemmelsene om holdbarhet i handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 b og artikkel 7 nr. 7, og i svartelisten punkt 23f og 23g, se nedenfor i punkt 2.3, punkt 2.5, punkt 2.6.9 og punkt 2.6.10.

Departementet vurderer at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «holdbarhet» i markedsføringsloven § 5 bokstav l. Det vises til at likelydende definisjon foreslås inntatt i angrerettloven og avtaleloven, se punkt 3.2.3 nedenfor.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav l.

2.2.9 Programvareoppdatering

2.2.9.1 Gjeldende rett

Det er ingen definisjon av programvareoppdatering i markedsføringsloven eller annen lovgivning.

2.2.9.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «programvareoppdatering» i artikkel 2 bokstav u:

«en oppdatering som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være i samsvar i henhold til europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/770) og direktiv (EU) 2019/771, herunder en sikkerhetsoppdatering eller en funksjonalitetsoppdatering»

2.2.9.3 Departementets vurderinger

Definisjonen av «programvareoppdatering» har betydning for den nye bestemmelsen om programvareoppdatering i svartelisten punkt 23d og 23e, se punkt 2.6.7 og 2.6.8 nedenfor. Departementet vurderer at hensynet til å gjøre det enklere og klarere for næringsdrivende taler for at definisjonen av «programvareoppdatering» inntas i markedsføringsloven § 5 ny bokstav m.

Departementet foreslår følgende definisjon som er innholdsmessig lik definisjonen i endringsdirektivet, men noe forkortet av språklige hensyn:

«programvareoppdatering: en oppdatering som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfri etter forbrukerkjøpslovens og digitalytelseslovens regler, herunder en sikkerhetsoppdatering eller en funksjonalitetsoppdatering»

Lignende ordlyd også er valgt i det danske lovforslaget.⁶

⁶ Lovforslag nr. L 147, Folketinget 2024-25, Forslag til Lov om ændring af lov om ændring af lov om markedsføring, lov om forbrugeraftaler og forbrugerklageloven1) (Gennemførelse af direktiv om styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling og effektivisering af det offentlige forbrugerklagesystem).

Det bes særlig om høringsinstansenes syn på forslaget.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav m.

2.2.10 Forbruksvare

2.2.10.1 *Gjeldende rett*

Det er ingen definisjon av forbruksvare i markedsføringsloven eller i annen lovgivning.

2.2.10.2 *Endringsdirektivet*

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «forbruksvare» i artikkel 2 bokstav v:

«enhver komponent i en vare som brukes opp gjentatte ganger og må byttes ut eller etterfylles for at varen skal fungere etter hensikten»

Forbruksvare er omtalt i fortalen punkt 23 og 24.

2.2.10.3 *Departementets vurderinger*

Definisjonen av forbruksvare har betydning for de nye bestemmelsene om forbruksvarer i svartelisten punkt 23i og 23j, se punkt 2.6.12 og 2.6.13 nedenfor. Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «forbruksvare» i markedsføringsloven.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav n.

2.2.11 Funksjonalitet

2.2.11.1 *Gjeldende rett*

Det er ingen definisjon av funksjonalitet i markedsføringsloven, men begrepet er anvendt i forbrukerkjøpsloven § 15 første ledd og tredje ledd bokstav b, uten at begrepet er legaldefinert. I forarbeidene til forbrukerkjøpsloven er det vist til at begrepet funksjonalitet er definert i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 9 som varenes evne til å fullføre sine funksjoner under hensyn til deres formål, se Prop. 49 LS (2022-2023) punkt 16.1.

Begrepet funksjonalitet er definert i angrerettloven § 5 bokstav n som «evnen digitalt innhold eller digitale tjenester har til å fungere med hensyn til formålet». Bestemmelsen gjennomfører moderniseringsdirektivet (EU 2019/2161) artikkel 4 nr. 1 bokstav e, som innførte artikkel 2 nr. 20 i forbrukerrettighetsdirektivet. Funksjonalitet er i moderniseringsdirektivet definert på samme måte som digitalytelsesdirektivet artikkel 2 nr. 11. Se Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 11.2 og punkt 8.2.

2.2.11.2 *Endringsdirektivet*

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «funksjonalitet» i artikkel 2 bokstav w:

«funksjonalitet som definert i artikkel 2 nr. 9 i direktiv (EU) 2019/771»

Definisjonen i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771) artikkel 2 nr. 9 lyder:

«evnen varen har til å utføre sine funksjoner med hensyn til formålet».

2.2.11.3 *Departementets vurderinger*

Definisjonen har betydning for den nye bestemmelsen om funksjonalitet i svartelisten nytt punkt 23e og nytt punkt 23j, se punkt 2.6.8 og 2.6.13 nedenfor. Departementet vurderer derfor at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «funksjonalitet» i markedsføringsloven.

Departementet foreslår å innta følgende definisjon i markedsføringsloven § 5 bokstav o:

«funksjonalitet: evnen varen har til å utføre sine funksjoner med hensyn til formålet»

Det vises til at lignende ordlyd også er valgt i det danske lovforslaget.⁷

Det bes særlig om høringsinstansenes syn på forslaget.

Se utkast til markedsføringsloven § 5 bokstav o.

2.3 Villedende handlinger – produktegenskaper det ikke må villedes om

2.3.1 Gjeldende rett

Handelspraksisdirektivet artikkel 6 om villedende handlinger er gjennomført i markedsføringsloven § 7. Se Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) s. 194 og s. 54.

Direktivet artikkel 6 nr. 1 slår fast at det for det første foreligger villedning dersom en handelspraksis inneholder uriktige opplysninger. Den andre kategorien av villedning omfatter tilfeller der opplysningene som gis i og for seg er riktige, men der fremstillingen av andre grunner er egnet til å villedes. Et eksempel kan være at det i markedsføring fokuseres for sterkt på ett element, slik at tilbudet totalt sett virker mer fordelaktig enn det egentlig er.

Bestemmelsen inneholder videre eksempler med de elementene ved fremstillingen som er relevante for vurderingen av om handelspraksisen er villedende, herunder bokstav b om produktets hovedegenskaper. Som eksempler på hovedegenskaper nevnes blant annet produktets tilgjengelighet, fordeler, risikoer, utførelse, sammensetning og måte eller dato for produksjon, ettersalgsservice og klagebehandling. Eksemplene er ikke uttømmende, og bestemmelsen favner dermed vidt.

Om en handelspraksis er villedende skal vurderes ut fra helhetsinntrykket som skapes hos mottakeren. Det er videre et vilkår at praksisen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe transaksjonsbeslutninger de ellers ikke ville ha truffet.

Etter langvarig praksis fra Forbrukertilsynet kan miljøegenskaper være en «hovedegenskap» ved ytelsen, slik at denne typen markedsføring av miljøegenskaper kan være villedende etter markedsføringsloven § 7.

⁷ Lovforslag nr. L 147, Folketinget 2024-25, Forslag til Lov om ændring af lov om markedsføring, lov om forbrugeraftaler og forbrugerklagebogen¹) (Gennemførelse af direktiv om styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling og effektivisering af det offentlige forbrugerklagesystem).

2.3.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 2 bokstav a endrer listen i handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav b om hovedegenskaper som er relevante ved vurderingen av om en handelspraksis er villedende, ved at følgende egenskaper føyes til listen:

- «*miljøegenskaper eller sosiale egenskaper*», og
- «*aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter*».

Handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav b lyder da:

«produktets hovedegenskaper, for eksempel dets tilgjengelighet, fordeler, risikoer, utførelse, sammensetning, *miljøegenskaper eller sosiale egenskaper*, tilbehør, *aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter*, ettersalgsservice og klagebehandling, måte eller dato for produksjon eller yting, levering, egnethet for et formål, bruk, mengde, spesifikasjoner, geografisk eller kommersiell opprinnelse eller resultater som kan forventes av bruk av det, eller resultater av, og vesentlige kjennetegn ved, forsøk eller kontroll som er utført på produktet»

Endringsdirektivets fortale punkt 3 redegjør for bakgrunnen for tilføyelsen av de nye egenskapene. Her står det at for at forbrukerne skal kunne ta bedre informerte avgjørelser og øke etterspørselen etter mer bærekraftige produkter, må forbrukerne ikke villedes om produkters miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter.

Som eksempel på *sosiale egenskaper* nevnes hvor gode og rettferdige arbeidsforholdene til de berørte arbeiderne er, slik som tilstrekkelig lønn, sosialt vern, et sikkert arbeidsmiljø og dialog mellom partene i arbeidslivet. Fortalepunktet nevner også at andre eksempler på *sosiale egenskaper* er informasjon om respekt for menneskerettighetene, likebehandling og like muligheter for alle – herunder likestilling mellom kvinner og menn, inkludering og mangfold – og bidrag til samfunnstiltak og etiske forpliktelser som dyrevelferd.

Videre står det i fortalen punkt 3 at et produkts *miljøegenskaper og sosiale egenskaper* kan forstås i vid forstand og omfatte produktets miljømessige og sosiale sider, innvirkning og ytelse.

«Holdbarhet» er definert i endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 første ledd ved ny bokstav t. Her står det at med «holdbarhet» menes holdbarhet som definert i artikkel 2 nr. 13 i forbrukerkjøpsdirektivet (EU) 2019/771, det vil si varers evne til å bevare nødvendige funksjoner og yteevne ved normal bruk. Se punkt 2.2.8 ovenfor.

2.3.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at de nye eksemplene på en ytelses eller et produkts hovedegenskaper som det ikke må villedes om, inntas i markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav b. Det vil si at følgende egenskaper føyes til listen over ytelsens

hovedegenskaper: «miljøegenskaper eller sosiale egenskaper», og «aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter».

Listen er ikke uttømmende, men nevner eksempler på hovedegenskaper ved et produkt.

Disse eksemplene vil i de fleste tilfeller allerede være omfattet av definisjonen av ytelsens hovedegenskaper i markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav b. Forslaget om å føye til disse nye eksemplene i § 7 første ledd bokstav b vil derfor ikke innebære en stor endring sammenlignet med gjeldende rett, men er viktig for å tydeliggjøre reglene. Det vises til at tydeliggjøring er et av formålene med endringsdirektivet når det gjelder «grønnvasking». Departementet mener derfor at eksemplene bør tas inn i definisjonen i markedsføringsloven, i tråd med endringsdirektivets formål om tydeliggjøring av reglene.

Se utkast til markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav b.

2.4 Villedende handlinger – flere handlinger som regnes som villedende

2.4.1 Gjeldende rett

Handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 angir handelspraksis som også skal anses som villedende dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en transaksjonsbeslutning de ellers ikke ville truffet. Det skal legges vekt på den konkrete sammenhengen praksisen framkommer i og alle dens elementer og omstendighetene for øvrig.

Gjeldende direktivbestemmelse omhandler:

- sammenligning som forårsaker forveksling med konkurrenters produkter mv., og
- brudd på atferdsregler den næringsdrivende har forpliktet seg til å overholde, f.eks. bransjekodekser.

Artikkel 6 nr. 2 er gjennomført i markedsføringsloven § 7 tredje ledd og første ledd bokstav h.

Handelspraksisdirektivet stiller ingen uttrykkelige krav til markedsføring knyttet til fremtidige miljøprestasjoner. Som følge av det generelle forbudet mot villedning, og tilhørende krav til dokumentasjon av påstander, følger det av Forbrukertilsynets praksis at det stilles krav allerede i dag til markedsføring knyttet til fremtidige miljøprestasjoner, se Forbrukertilsynets veiledning om bruk av bærekraftpåstander i markedsføring punkt 4.3.

På samme måte regulerer ikke gjeldende handelspraksisdirektiv uttrykkelig markedsføring med irrelevante fordeler, men også dette vil kunne være villedende etter gjeldende regler.

2.4.2 Endringsdirektivet

2.4.2.1 Innledning

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 2 bokstav b legger til to nye praksiser på listen over villedende handelspraksis i handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2:

-bokstav d om miljøpåstander knyttet til fremtidige miljøprestasjoner, og

-bokstav e om irrelevante fordeler.

2.4.2.2 Bokstav d – miljøpåstand knyttet til fremtidige miljøprestasjoner

Bokstav d lyder:

«framsetting av en miljøpåstand knyttet til fremtidige miljøprestasjoner uten klare, objektive, offentlig tilgjengelige og etterprøvbare forpliktelser fastsatt i en detaljert og realistisk gjennomføringsplan som inkluderer målbare og tidfestede mål og andre relevante elementer som er nødvendige for å underbygge gjennomføringen, for eksempel tildeling av ressurser, og som regelmessig etterprøves av en uavhengig tredjepartsekspert hvis funn gjøres tilgjengelige for forbrukerne»

Det skal således anses som en villedende handelspraksis å fremsette en miljøpåstand vedrørende fremtidige miljøprestasjoner med mindre den næringsdrivende har en gjennomføringsplan som oppfyller nevnte krav.

Gjennomføringsplanen skal omfatte målbare og tidsbestemte mål og andre relevante elementer som er nødvendig for å støtte implementeringen, for eksempel tildeling av ressurser. Konklusjonene fra den uavhengige tredjepartseksperten skal gjøres tilgjengelige for forbrukerne.

«Miljøpåstand» er definert i handelspraksisdirektivet artikkel 2 ny bokstav o som:

«ethvert budskap eller enhver framstilling som ikke er obligatorisk i henhold til unionsretten eller nasjonal rett, uansett form, herunder tekst, bilder, grafikk eller symboler, for eksempel etiketter, merkenavn, firmanavn eller produktnavn, i forbindelse med kommersiell kommunikasjon, og som uttrykker eller antyder at et produkt, en produktkategori, et merke eller en næringsdrivende har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn andre produkter, produktkategorier, merker eller næringsdrivende, eller har forbedret innvirkningen sin over tid,»

Det følger av direktivets fortale punkt 4 at miljøpåstander, særlig klimarelaterte påstander, i stadig økende grad omhandler fremtidige prestasjoner i form av en overgang til CO₂- eller klimanøytralitet, eller et lignende mål, innen en bestemt dato. Gjennom slike påstander skaper de næringsdrivende et inntrykk av at forbrukerne bidrar til en lavutslippsøkonomi ved å kjøpe deres produkter. Slike påstander bør derfor, etter en konkret vurdering, kunne forbys når de ikke underbygges av klare, objektive, offentlig tilgjengelige og verifiserbare forpliktelser og mål fra den næringsdrivendes side som er fastsatt i en detaljert og realistisk gjennomføringsplan som viser hvordan disse forpliktelsene og målene skal nås og hvor det settes av ressurser til dette.

Fortalen sier også at en slik gjennomføringsplan bør inneholde alle relevante elementer som er nødvendige for å oppfylle forpliktelsene, som budsjettmidler og teknologisk utvikling, der dette er relevant og i overensstemmelse med EU-retten. Slike påstander bør også verifiseres av en ekspert som bør være uavhengig av den næringsdrivende, fri for interessekonflikter og med erfaring og kompetanse innenfor miljøspørsmål.

Vedkommende bør også være i stand til regelmessig å overvåke den næringsdrivendes fremskritt med hensyn til forpliktelsene og målene, herunder milepælene for å nå dem.

Den næringsdrivende bør sikre at ekspertens regelmessige konklusjoner er tilgjengelige for forbrukerne. Dersom en næringsdrivende ikke overholder disse «bør»-punktene, vil dette være momenter som kan tale for at praksisen er villedende.

2.4.2.3 Bokstav d – irrelevante fordeler

Bokstav d lyder:

«reklame overfor forbrukerne for fordeler som er irrelevante og ikke følger av noen egenskap ved produktet eller virksomheten»

Det skal dermed anses som en villedende handelspraksis å markedsføre fordeler til forbrukerne som er irrelevante og ikke følger av noen egenskap ved produktet eller virksomheten.

Bakgrunnen for et slikt forbud er at markedsføringen kan villedde forbrukerne til å tro at produktet er mer fordelaktig for forbrukerne, miljøet eller samfunnet enn andre produkter eller virksomheter av samme type. Eksempler på praksis som kan rammes av bestemmelsen er å markedsføre en spesifikk type vannflaske som «glutenfri», eller at skrivepapiret «ikke inneholder plast», jf. fortalen i endringsdirektivet punkt 5.

2.4.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at endringsdirektivet artikkel 1 nr. 2 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 i nye bokstaver d og e, gjennomføres i markedsføringsloven § 7 andre ledd ny bokstav c og d.

Den nye bestemmelsen om miljøpåstander innebærer konkrete og en god del nye krav til næringsdrivendes markedsføring, selv om slik praksis etter en konkret vurdering kan anses som villedende etter gjeldende markedsføringslov § 7. Som nevnt i punkt 2.2.3 foreslås det å innta definisjonen av «miljøpåstand» i markedsføringsloven § 5 bokstav g.

Departementet viser til at både lovens ordlyd og legaldefinisjonen av miljøpåstand gir god veiledning om hvordan de næringsdrivende skal innrette seg etter bestemmelsen. Forbrukertilsynet vil kunne gi veiledning, f.eks. i sin miljøveileder som er tilgjengelig på tilsynets hjemmeside.

Bestemmelsen om irrelevante fordeler er også ny, selv om slik praksis etter en konkret vurdering kan anses som villedende etter gjeldende markedsføringslov § 7.

Se utkast til markedsføringsloven § 7 andre ledd bokstav c og d.

2.5 Villedende utelatelser – sammenligningstjenester om miljøegenskaper mv.

2.5.1 Gjeldende rett

Gjeldende handelspraksisdirektiv artikkel 7 gjelder villedning som følge av at forbrukeren ikke får de opplysningene som er nødvendige for å ta en informert beslutning. Det er et

vilkår at dette er egnet til å påvirke gjennomsnittsforbrukeren til å ta en transaksjonsbeslutning han eller hun ellers ikke ville ha tatt, jf. artikkel 7 nr. 1.

I artikkel 7 nr. 2 presiseres det at begrepet utelatelse også omfatter tilfeller der en næringsdrivende faktisk gir opplysningene, men skjuler eller presenterer dem på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte. Den næringsdrivende pålegges altså indirekte å gi forbrukeren alle nødvendige opplysninger uten at det stilles opp noen konkret opplysningsplikt.

Artikkel 7 nr. 3 fastslår at det ved vurderingen av om vesentlige opplysninger er utelatt skal tas hensyn til kommunikasjonsmediets plass- eller tidsmessige begrensninger og til den næringsdrivendes tiltak for å gi forbrukerne opplysninger på annen måte.

Artikkel 7 nr. 4 utdyper hva som skal regnes som «vesentlig informasjon» som det vil være villedende å utelate når den næringsdrivende har kommet med en oppfordring til kjøp. Det gjelder ikke der opplysningene går frem av sammenhengen. I artikkel 7 nr. 5 er det slått fast at opplysninger som skal gis forbrukerne i henhold til annet regelverk, alltid skal anses som vesentlige.

Bestemmelsene er gjennomført i markedsføringsloven § 8. Se Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) punkt 19 og punkt 7.4.

Etter Forbrukertilsynets praksis vil markedsføring av klima- og miljøfordeler, eller etisk og sosial bærekraft, etter gjeldende § 8 typisk ramme bruk av vage og generelle påstander uten tydelig spesifisering, merkeordninger, indekser eller produktinformasjon som ikke i tilstrekkelig grad gir forbrukeren mulighet til å vurdere påstandens innhold eller kvalitet. Se Forbrukertilsynets veiledning om bruk av bærekraftpåstander i markedsføring (tilgjengelig på Forbrukertilsynets [hjemmeside](#)).

2.5.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 3 gjør endringer i handelspraksisdirektivet artikkel 7 om villedende utelatelser ved å føye til et nytt punkt nr. 7. Punkt 7 angir hvilke opplysninger som skal anses som vesentlige opplysninger ved sammenligningstjenester som angir bærekraftsegenskaper og sosiale egenskaper.

Artikkel 7 nr. 7 lyder:

«Dersom en næringsdrivende leverer en tjeneste som sammenligner produkter og gir forbrukeren opplysninger om miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller om aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter, for disse produktene eller leverandørene av disse produktene, skal opplysninger om sammenligningsmetoden, produktene som sammenlignes, og leverandørene av produktene, samt om tiltakene som er iverksatt for å holde opplysningene oppdatert, anses som vesentlige opplysninger.»

Det fremgår av endringsdirektivets forale punkt 6 at det å sammenligne produkter basert på deres miljømessige eller sosiale egenskaper eller sirkulære aspekter er en stadig mer vanlig markedsføringsteknikk som kan villedde forbrukerne, som ikke alltid har mulighet til å vurdere påliteligheten av denne informasjonen. Derfor skal informasjonen angitt i

handelspraksisdirektivet artikkel 7 nr. 7 være tilgjengelig for forbrukerne, slik at forbrukerne kan fatte mer informerte transaksjonsbeslutninger ved bruk av slike sammenligningstjenester. Slike sammenligninger skal være objektive, særlig ved å sammenligne produkter som har samme funksjon, ved å bruke en felles metode og felles forutsetninger og ved å sammenligne vesentlige og etterprøvbare egenskaper ved produktene som sammenlignes.

2.5.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at endringsdirektivet artikkel 1 nr. 3, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 7 ved et nytt nr. 7, gjennomføres i markedsføringsloven § 8 nytt syvende ledd.

Handelspraksisdirektivet artikkel 7 nr. 7 om villedende utelatelser om miljøegenskaper er en ny bestemmelse, selv om slik praksis etter en konkret vurdering kan anses som villedende etter gjeldende markedsføringslov § 8. Ordlyden gir god veiledning om hvordan de næringsdrivende kan innrette seg. Forbrukertilsynet vil kunne gi nærmere veiledning, f.eks. i sin miljøveileder som er tilgjengelig på hjemmesiden.

Se utkast til markedsføringsloven § 8 syvende ledd.

2.6 Utvidelse av «svartelisten» - handelspraksis som alltid er forbudt

2.6.1 Innledning

I handelspraksisdirektivet artikkel 5 nr. 5 slås det fast at handlinger som er oppført i direktivets vedlegg 1, er urimelige i seg selv. Listen i vedlegg 1, den såkalte «svartelisten», inneholder en katalog med 35 punkter som angir former for handelspraksis som alltid skal anses urimelig. Det er ikke nødvendig å vurdere om de generelle vilkårene i direktivets artikkel 5 til 8 (urimelig handelspraksis, villedende handlinger og utelatelser) er oppfylt for å fastslå at de handlingene som er tatt inn i denne katalogen er ulovlige. Listen er uttømmende og kan ikke suppleres av medlemsstatene. For handlinger som ikke står på listen, må eventuell lovstrid i hvert enkelt tilfelle vurderes etter de øvrige reglene i direktivet.

«Svartelisten» er gjennomført i norsk rett ved forskrift om urimelig handelspraksis nr. 65 av 1. juni 2009, som er gitt med hjemmel i markedsføringsloven § 6 femte ledd.

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 4 endrer vedlegg I til handelspraksisdirektivet ved at det legges til 12 nye punkter som alle relaterer seg til miljømessige eller sirkulære aspekter i markedsføringen. Disse praksisene er alltid forbudt. De nye punktene beskrives i det følgende.

Punkt 2a, 4a, 4b, 4c og 10a gjelder praksis knyttet til «grønnvasking». Punktene 23d til 23j gjelder praksis knyttet til tidlig foreldelse av varer og tjenester.

2.6.2 Punkt 2a - Bruk av bærekraftsmerke

2.6.2.1 Gjeldende rett

Etter forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 2 er det forbudt å framvise et sertifikat, kvalitetsmerke eller tilsvarende uten å ha oppnådd nødvendig tillatelse. Bestemmelsen gjennomfører vedlegget til handelspraksisdirektivet, svartelisten, punkt nr. 2.

Det er imidlertid ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis om bruk av bærekraftsmerker.

2.6.2.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 2a i svartelisten begrenser adgangen til å bruke bærekraftsmerker i markedsføring, og angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å framvise et bærekraftsmerke som ikke er basert på en sertifiseringsordning eller ikke er etablert av offentlige myndigheter.»

Det er dermed forbudt å bruke bærekraftsmerker som ikke:

- er basert på en *sertifiseringsordning* slik det er definert i direktivet, eller
- er *etablert av offentlige myndigheter*

«Bærekraftsmerke» er definert i handelspraksisdirektivet artikkel 2 ny bokstav q:

«ethvert frivillig tillitsmerke, kvalitetsmerke eller tilsvarende, enten offentlig eller privat, som tar sikte på å framheve og markedsføre et produkt, en prosess eller en virksomhet med henvisning til dets miljøegenskaper eller sosiale egenskaper, eller begge deler, og som ikke omfatter obligatorisk merker som er påkrevd etter unionsretten eller nasjonal rett»

«Sertifiseringsordning» er definert i handelspraksisdirektivet artikkel 2 ny bokstav r:

«en ordning med tredjepartskontroll som bekrefter at et produkt, en prosess eller en virksomhet oppfyller visse krav og dermed kan bruke det tilsvarende bærekraftsmerket, og hvis vilkår, inkludert kravene, er offentlig tilgjengelige og innfrir følgende kriterier:

- i) Ordningen er, på transparente, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår, åpen for alle næringsdrivende som er villige og i stand til å oppfylle ordningens krav.
- ii) Ordningens krav er utarbeidet av eieren av ordningen i samråd med relevante eksperter og berørte parter.
- iii) Ordningen fastsetter prosedyrer for å håndtere manglende oppfyllelse av ordningens krav og inneholder bestemmelser om tilbakekalling eller suspensjon av næringsdrivendes bruk av bærekraftsmerket dersom ordningens krav ikke er oppfylt.
- iv) Tilsyn med at en næringsdrivende oppfyller ordningens krav, er underlagt en objektiv prosedyre og utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er basert på standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på unionsplan,»

«Etablert av offentlig myndighet» er omtalt i fortalen punkt 7, se nedenfor.

Svartelisten nytt punkt 2a er nærmere beskrevet i endringsdirektivets fortale punkt nr. 7. Der står det at bærekraftsmerker kan være knyttet til mange ulike egenskaper ved et produkt, en prosess eller en virksomhet, og det er viktig å sikre at de er transparente og troverdige. Det bør derfor forbys å framvise bærekraftsmerker som ikke er basert på en sertifiseringsordning, eller som ikke er etablert av offentlige myndigheter.

Videre står det i fortalen punkt 7 at før en næringsdrivende framviser et bærekraftsmerke, bør den næringsdrivende sørge for at bærekraftsmerket, i henhold til sertifiseringsordningens offentlig tilgjengelige vilkår, oppfyller minstekravene til transparens og troverdighet, herunder at det føres objektivt tilsyn med at ordningens krav er oppfylt. Slikt tilsyn bør utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er sikret på grunnlag av standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på unionsplan, for eksempel ved å påvise samsvar med relevante internasjonale standarder, som ISO 17065 «Samsvarsvurdering – Krav til sertifiseringsorganer for produkter, prosesser og tjenester», eller gjennom mekanismene fastsatt i europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 765/2008 om fastsettelse av kravene til akkreditering.

Videre står det at det fortsatt er mulig å framvise bærekraftsmerker uten en sertifiseringsordning dersom merket er *etablert av en offentlig myndighet*, eller dersom det brukes supplerende uttrykks- og presentasjonsformer for næringsmidler i samsvar med artikkel 35 i europaparlaments- og rådsforordning (EU) nr. 1169/2011 om næringsmiddelopplysninger til forbrukerne (matinformasjonsforordningen).

Videre nevner fortalepunktet noen eksempler. Eksempler på bærekraftsmerker *etablert av offentlige myndigheter* er logoer som tildeles når kravene i europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 1221/2009 (om frivillig deltaking for organisasjoner i ei fellesskapsordning for miljøstyring og miljørevisjon (*EMAS*)), eller (EF) nr. 66/2010 (om *EUs miljømerke Ecolabel*) er oppfylt. Enkelte kontrollmerker, som definert i artikkel 27 i europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2015/2436 (om tilnærming av medlemsstatenes lovgivning om *varemerker*), kan også fungere som bærekraftsmerker dersom de fremmer et produkt, en prosess eller en virksomhet med henvisning til for eksempel dets miljøegenskaper, sosiale egenskaper eller begge deler.

Det følger videre av fortalen punkt 7 at nytt punkt 2a i svartelisten utfyller gjeldende punkt 4 i vedlegg I til handelspraksisdirektivet (svartelisten), som forbyr å hevde at en næringsdrivende, en næringsdrivendes handelspraksis eller et produkt er godkjent, autorisert eller tillatt av et offentlig eller privat organ når dette ikke er tilfellet, eller å framsette en slik påstand uten å oppfylle vilkårene for godkjenning, anerkjennelse eller tillatelse.

Det står også at frivillige markedsbaserte standarder og frivillige offentlige standarder for grønne og bærekraftige obligasjoner retter seg ikke primært mot ikke-profesjonelle investorer og er underlagt særlige lover. Av den grunn bør ikke slike standarder anses som bærekraftsmerker etter dette direktivet. Det er viktig at offentlige myndigheter, så langt det er mulig og i samsvar med unionsretten, fremmer tiltak for å lette tilgangen til bærekraftsmerker for små og mellomstore bedrifter.

I endringsdirektivets fortalepunkt 8 står det at i tilfeller der framvisning av et bærekraftsmerke innebærer en kommersiell kommunikasjon som antyder eller gir inntrykk av at et produkt har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn konkurrerende produkter, bør dette bærekraftsmerket også anses for å være en miljøpåstand.

2.6.2.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 2a i forskriften om urimelig handelspraksis § 1.

Se forslaget til definisjon av «bærekraftsmerke» og «sertifiseringsordning» i markedsføringsloven under punkt 2.2.5 og 2.2.6.

Departementet viser til at når forslaget til nytt punkt 2a trer i kraft, vil forbudet gjelde alle bærekraftsmerker, også for merker som for eksempel er plassert på produkter før punkt 2a trer i kraft. Det betyr at produkter med merker som ikke oppfyller de nye kravene, må fjernes eller merkes på nytt når punkt 2a trer i kraft.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 ny nr. 2a.

2.6.3 Punkt 4a - Bruk av generelle miljøpåstander

2.6.3.1 Gjeldende rett

Etter forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 4 er det forbudt å hevde at en næringsdrivende (herunder vedkommendes handelspraksis) eller en ytelse er godkjent, autorisert eller tillatt av et offentlig eller privat organ når dette ikke er tilfellet, eller å framsette en slik påstand uten å oppfylle vilkårene for godkjenning, anerkjennelse eller tillatelse. Bestemmelsen gjennomfører svartelisten punkt 4.

Det er imidlertid ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av generelle miljøpåstander.

2.6.3.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 4a i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å framsette en generell miljøpåstand uten at den næringsdrivende kan vise til anerkjente fremragende miljøprestasjoner som er relevante for påstanden.»

«Generell miljøpåstand» er definert i handelspraksisdirektivet artikkel 2 ny bokstav p:

«enhver miljøpåstand framsatt i skriftlig eller muntlig form, herunder gjennom audiovisuelle medier, som ikke er inkludert på et bærekraftsmerke, og der påstanden ikke er spesifisert på en tydelig og framtrædende måte på samme medium,»

En generell miljøpåstand omfatter dermed miljøpåstander der påstanden ikke er tilstrekkelig spesifisert. Dette i motsetning til «miljøpåstand» i artikkel 2 ny bokstav o, se omtalen i punkt 2.2.

Eksempler på generelle miljøpåstander er, ifølge fortalen punkt 9, "miljøvennlig", "økovennlig", "grønn", "naturvenn", "økologisk", "miljøkorrekt", "klimavennlig", "mild mot miljøet", "CO2-vennlig", "energieffektiv", "bionedbrytbar", "biobasert" eller lignende

påstander som antyder eller gir inntrykk av fremragende miljøprestasjoner. Det er forbudt å framsette slike generelle miljøpåstander dersom det ikke kan vises til anerkjente fremragende miljøprestasjoner.

Det står videre i fortalen punkt 9 at dersom miljøpåstanden er spesifisert på en tydelig og framtrædende måte på samme medium, for eksempel i samme reklameinnslag, på produktets emballasje eller i samme grensesnitt for nettsalg, anses ikke miljøpåstanden for å være en generell miljøpåstand. For eksempel vil påstanden «klimavennlig emballasje» være en generell påstand, mens det å hevde at «100 % av energien brukt til å produsere denne emballasjen kommer fra fornybare kilder», vil være en spesifikk påstand som ikke vil falle inn under dette forbudet, uten at dette berører andre bestemmelser i handelspraksisdirektivet som fortsatt får anvendelse for disse spesifikke påstandene. Videre vil en påstand framsatt skriftlig eller muntlig i kombinasjon med underforståtte påstander i form av farger eller bilder kunne utgjøre en generell miljøpåstand.

«Anerkjente fremragende miljøprestasjoner» er definert i handelspraksisdirektivet artikkel 2 ny bokstav s:

«miljøprestasjoner som er i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/2010 eller med nasjonale eller regionale miljømerking type I-ordninger i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i medlemsstatene, eller beste miljøprestasjon i samsvar med annen gjeldende unionsrett,»

Det følger av fortalen punkt 10 at anerkjente fremragende miljøprestasjoner kan påvises ved samsvar med forordning (EF) nr. 66/2010 eller med offisielt anerkjente miljømerkingsordninger i medlemsstatene i henhold til EN ISO 14024.

Videre står det at anerkjente framragende miljøprestasjoner kan påvises ved å tilsvare beste miljøprestasjon for en bestemt miljøegenskap i henhold til annen gjeldende unionslovgivning, for eksempel klasse A i henhold til europaparlaments- og rådsforordning (EU) 2017/1369 (om fastsetjing av ei ramme for energimerking). De aktuelle anerkjente fremragende miljøprestasjonene bør være relevante for hele påstanden.

Fortalen punkt 10 gir videre noen eksempler, og det står at for eksempel kan en generell miljøpåstand som «energieffektiv» framsettes basert på anerkjente fremragende miljøprestasjoner i samsvar med forordning (EU) 2017/1369. Derimot kan ikke en generell miljøpåstand som «biologisk nedbrytbar» framsettes basert på anerkjente fremragende miljøprestasjoner i samsvar med forordning (EF) nr. 66/2010, ettersom det ikke er noen krav til biologisk nedbrytbarhet i de spesifikke EU-miljømerkekriteriene knyttet til det aktuelle produktet. På samme måte bør ikke næringsdrivende framsette en generell påstand som «bevisst», «bærekraftig» eller «ansvarlig» utelukkende basert på anerkjente fremragende miljøprestasjoner, ettersom slike påstander også gjelder andre egenskaper enn miljøegenskaper, for eksempel sosiale egenskaper.

2.6.3.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 4a i forskriften om urimelig handelspraksis § 1. Det følger av endringsdirektivets fortalepunkt 10 at anerkjente fremragende miljøprestasjoner kan påvises ved samsvar med forordning (EF) nr. 66/2010 eller med

offisielt anerkjente miljømerkingsordninger i medlemsstatene i henhold til EN ISO 14024. Dette omfatter for eksempel det nordiske Svanemerket som administreres av stiftelsen Miljømerking Norge. Forordning (EF) nr. 66/2010 er inkorporert i norsk rett i forbrukermerkeloven § 9.

Det foreligger ikke per nå en formell oversikt over hvilke miljømerkingsordninger som er godkjent. I forslaget til direktiv om grønne påstander står det imidlertid i artikkel 8 nr. 7 at Kommisjonen skal publisere en slik liste. Det er også en uformell liste over nasjonale ISO type I Ecolabels i EU, se Kommisjonens rapport fra 2017 om gjennomføringen av artikkel 11 i EUs Ecolabel-forordning. Her nevnes blant annet:

- Nordic Swan Ecolabel (DK, SE, FI and also NO and Iceland)
- Blue Angel (DE)
- Milieukeur for non-food products (NL)

Se utkast til definisjon av generelle miljøpåstander i markedsføringsloven § 5 bokstav h, se punkt 2.2.4.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 4a.

2.6.4 Punkt 4b - Bruk av miljøpåstander om hele produktet eller virksomheten, når påstanden kun gjelder visse aspekter ved produktet

2.6.4.1 Gjeldende rett

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av miljøpåstander som kun gjelder visse aspekter ved produktet.

2.6.4.2 Endringsdirektivet

Punkt 4b i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å framsette en miljøpåstand om hele produktet eller hele den næringsdrivendes virksomhet når den bare gjelder et bestemt aspekt ved produktet eller en bestemt aktivitet i den næringsdrivendes virksomhet.»

«Miljøpåstand» er definert i handelspraksisdirektivet artikkel 2 ny bokstav o:

«ethvert budskap eller enhver framstilling som ikke er obligatorisk i henhold til unionsretten eller nasjonal rett, uansett form, herunder tekst, bilder, grafikk eller symboler, for eksempel etiketter, merkenavn, firmanavn eller produktnavn, i forbindelse med en kommersiell kommunikasjon, og som uttrykker eller antyder at et produkt, en produktkategori, et merke eller en næringsdrivende har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn andre produkter, produktkategorier, merker eller næringsdrivende, eller har forbedret innvirkningen sin over tid,»

I fortalen punkt 8 står det også at i tilfeller der framvisning av et *bærekraftsmerke* innebærer en kommersiell kommunikasjon som antyder eller gir inntrykk av at et produkt har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn konkurrerende produkter, bør dette bærekraftsmerket også anses for å være en miljøpåstand.

Etter punkt 4b er det altså forbudt å framsette miljøpåstand om hele produktet eller virksomheten når påstanden bare gjelder visse aspekter.

Ifølge fortalen punkt 11 gjelder dette forbudet for eksempel når et produkt markedsføres som «fremstilt av gjenvunnet materiale», noe som gir inntrykk av at hele produktet er fremstilt ved gjenvunnet materiale, når det i realiteten kun er emballasjen som er fremstilt ved gjenvunnet materiale. Et annet eksempel som nevnes er dersom en næringsdrivende gir inntrykk av at den kun anvender fornybare energikilder, mens realiteten er at flere av den næringsdrivendes forretningslokaler fortsatt bruker fossilt brensel.

Det står videre i fortalepunktet at forbudet ikke skal hindre en næringsdrivende i å framsette en miljøpåstand om sin virksomhet som helhet, forutsatt at disse påstandene er nøyaktige og verifiserbare, og at de ikke overvurderer de miljømessige fordelene, slik tilfellet ville vært i det andre eksemplet dersom den næringsdrivende hadde rapportert om en reduksjon i bruken av fossile brenslere for virksomheten som helhet.

2.6.4.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 4b i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 4b.

2.6.5 Punkt 4c - Bruk av miljøpåstander basert på klimakompenserende tiltak

2.6.5.1 Gjeldende rett

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av bruk av miljøpåstander som baserer seg på klimakompenserende tiltak.

2.6.5.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 4c i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å påstå, basert på klimakompensasjon, at et produkt har en nøytral, redusert eller positiv innvirkning på miljøet med tanke på utslipp av klimagasser.»

Ifølge fortalen punkt 12 er det særlig viktig å forby det å framsette påstander basert på klimakompensasjon om at et produkt, enten en vare eller en tjeneste, har en nøytral, redusert eller positiv innvirkning på miljøet med tanke på utslipp av klimagasser. Begrunnelsen er at slike påstander vil lede forbrukerne ved å få dem til å tro at påstandene gjelder selve produktet eller leveringen og produksjonen av det, eller gir forbrukerne et feilaktig inntrykk av at det å forbruke dette produktet ikke har noen innvirkning på miljøet.

Fortalen punkt 12 angir at eksempler på slike påstander er «klimanøytral», «sertifisert CO₂-nøytral», «karbonpositiv», «netto null-utslipp», «klimakompensert», « redusert klimapåvirkning» og «begrenset CO₂-avtrykk».

Slike påstander bør ifølge fortalepunktet bare være tillatt når de er basert på den faktiske livsløbspåvirkningen til det aktuelle produktet. De bør ikke være tillatt når de baseres på kompensasjon av klimagassutslipp utenfor produktets verdikjede.

Forbudet bør ikke hindre selskaper i å reklamere med investeringer de har gjort i miljøtiltak, herunder klimakvote-prosjekter, så lenge de gir informasjonen på en måte som ikke villeder, og som oppfyller unionsrettens krav.

2.6.5.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 4c i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 4c.

2.6.6 Punkt 10a - Presentere lovpålagte krav som særegne egenskaper ved et produkt

2.6.6.1 Gjeldende rett

Etter forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 10 er det forbudt å framstille rettigheter som forbrukere har i henhold til loven, som en særlig egenskap ved den næringsdrivendes tilbud.

Det er imidlertid ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av det å presentere lovpålagte krav som særegne egenskaper.

2.6.6.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 10a i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å framstille krav som er lovpålagt for alle produkter i den aktuelle produktkategorien på unionsmarkedet, som en særlig egenskap ved det den næringsdrivende tilbyr.»

Fortalen punkt 15 nevner at forbudet for eksempel får anvendelse dersom en næringsdrivende reklamerer med at et bestemt produkt ikke inneholder et bestemt kjemisk stoff, når dette stoffet allerede er forbudt ved lov for alle produkter i den aktuelle produktkategorien i EU.

Ifølge fortalepunktet omfattes imidlertid ikke handelspraksis der det reklameres med at næringsdrivende eller produkter oppfyller lovfestede krav som bare gjelder for enkelte produkter, men ikke for andre konkurrerende produkter i samme kategori i EU, for eksempel produkter som har sin opprinnelse utenfor EU. Fortalen angir at det kan være slik at visse produkter på markedet må oppfylle visse lovfestede krav, mens andre produkter i samme produktkategori ikke må oppfylle de samme kravene. Som eksempel angis at det for fiskeprodukter som er produsert på en bærekraftig måte i samsvar med unionsretten, vil være tillatt å reklamere med bærekraftsegenskaper ved disse produktene som oppfyller EUs lovfestede krav, dersom det ikke kreves at fiskeprodukter fra tredjeland som tilbys i EU, oppfyller de samme kravene.

2.6.6.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 10a i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 10a.

2.6.7 Punkt 23d - Tilbakeholde informasjon om programvareoppdateringers negative virkninger

2.6.7.1 Gjeldende rett

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av det å tilbakeholde informasjon om programvareoppdateringers negative virkninger.

2.6.7.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 23d i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å holde tilbake opplysninger fra forbrukeren om at en programvareoppdatering vil ha en negativ innvirkning på funksjonsmåten til varer med digitale elementer eller bruken av digitalt innhold eller digitale tjenester.»

«Programvareoppdatering» er definert i endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b, se omtalen i punkt 2.2.9 ovenfor.

I fortalen punkt 17 er det nevnt som eksempel at dersom en næringsdrivende oppfordrer forbrukerne til å oppdatere operativsystemet på smarttelefonen sin, bør den næringsdrivende ikke holde tilbake informasjon om at oppdateringen vil ha en negativ innvirkning på noen av smarttelefonens funksjoner, for eksempel batteriet, eller på ytelsen til bestemte programmer eller føre til at smarttelefonen i sin helhet blir tregere.

Ifølge fortalen bør forbudet gjelde for alle oppdateringer, inkludert sikkerhets- og funksjonalitetsoppdateringer. For oppdateringer, herunder sikkerhetsoppdateringer, som er nødvendige for at varen, det digitale innholdet og den digitale tjenesten fortsatt skal være i samsvar, bør artikkel 8 i digitalytelsesdirektivet (EU 2019/770) og artikkel 7 i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771) også få anvendelse.

2.6.7.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 23d i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 23d.

2.6.8 Punkt 23e - Uriktig presentasjon av at programvareoppdatering er nødvendig

2.6.8.1 Gjeldende rett

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av uriktig presentasjon av nødvendigheten av programvareoppdateringer.

2.6.8.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 23e i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å presentere en programvareoppdatering som nødvendig dersom den kun forbedrer funksjonaliteten.»

«Funksjonalitet» er definert i endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b, se omtalen i punkt 2.2.11 ovenfor.

I fortalen til endringsdirektivet punkt 18 står det at programvareoppdateringer som er sikkerhetsoppdateringer, er nødvendige for sikker bruk av produktet, mens oppdateringer som gjelder forbedret funksjonalitet, ikke er det. Nytt punkt 23e forbyr derfor å presentere en programvareoppdatering som nødvendig for at produktet fortsatt skal være i samsvar, dersom oppdateringen kun forbedrer funksjonaliteten.

2.6.8.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 23e i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 23e.

2.6.9 Punkt 23f - Tilbakeholde informasjon om egenskaper ved produktet som begrenser levetiden

2.6.9.1 Gjeldende rett

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av det å tilbakeholde informasjon om egenskaper ved produktet som begrenser levetiden.

2.6.9.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 23f i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Enhver kommersiell kommunikasjon om en vare som har en egenskap som er introdusert for å begrense holdbarheten, til tross for at den næringsdrivende har tilgang til opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for varens holdbarhet.»

«Holdbarhet» er definert i endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b, se omtalen i punkt 2.2.8 ovenfor.

I fortalen punkt 19 er forbudet i svartelisten utdypet. Der står det at kommersiell kommunikasjon for varer som har en egenskap som er introdusert for å begrense holdbarheten, er en handelspraksis som er til skade for forbrukerne og miljøet, ettersom det fremmer salg av slike varer, som fører til høyere kostnader for forbrukerne og unødvendig ressursbruk, avfallsproduksjon og klimagassutslipp. Slik kommersiell kommunikasjon bør derfor være forbudt dersom den næringsdrivende har tilgang til opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for varens holdbarhet.

Fortalen angir at eksempler på slike egenskaper kan være programvare som stopper eller reduserer varens funksjonalitet etter en bestemt periode, eller maskinvare som er konstruert for å svikte etter en bestemt periode. Det kan også dreie seg om en konstruksjons- eller produksjonsfeil som selv om den ikke ble introdusert som en egenskap for det formålet, fører til at varen svikter for tidlig dersom feilen ikke utbedres så snart den næringsdrivende har fått tilgang til opplysninger om eksistensen og konsekvensene av egenskapen.

Fortalen sier videre at «kommersiell kommunikasjon» inkluderer kommunikasjon som er utarbeidet for direkte eller indirekte å reklamere for varene. Det å produsere varer og gjøre dem tilgjengelig på markedet utgjør ikke kommersiell kommunikasjon. Forbudet bør ta

sikte på først og fremst å gjelde næringsdrivende som også er produsent av varene, ettersom det er de som bestemmer varenes holdbarhet.

Fortalen punkt 19 andre ledd sier at når det blir påvist at en vare har en egenskap som begrenser holdbarheten, bør det derfor generelt forventes at produsenten av varen er klar over egenskapen og hvilke konsekvenser den har for varens holdbarhet. Næringsdrivende som ikke er produsent av varene, som selgere, bør likevel være omfattet av forbudet dersom de har tilgang til pålitelige opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for holdbarheten, for eksempel en uttalelse fra en vedkommende nasjonal myndighet eller opplysninger fra produsenten. Forbudet bør derfor få anvendelse så snart den næringsdrivende har tilgang til slike opplysninger, uavhengig av om den næringsdrivende faktisk kjenner til opplysningene eller ikke, for eksempel ved å ignorere dem.

Videre står det i fortalen at det ikke bør være nødvendig å påvise at formålet med egenskapen er å oppmuntre til å bytte ut den aktuelle varen for at slik handelspraksis skal anses som urimelig; det vil være tilstrekkelig å bevise at egenskapen ble introdusert for å begrense varens holdbarhet. Dette forbudet utfyller, og påvirker ikke, de rettsmidlene som er tilgjengelig for forbrukerne ved manglende samsvar etter forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771). Det bør skilles mellom bruk av egenskaper som begrenser varers holdbarhet, og produksjonspraksis der det brukes materialer eller prosesser av generelt lav kvalitet, slik at resultatet blir varer med begrenset holdbarhet. Manglende samsvar hos en vare som skyldes materialer eller prosesser av lav kvalitet, bør fortsatt være underlagt reglene om varers samsvar i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771).

2.6.9.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 23f i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 23f.

2.6.10 Punkt 23g - Uriktige påstander om levetiden til et produkt

2.6.10.1 Gjeldende rett

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis om å gi uriktige påstander om levetiden til et produkt.

2.6.10.2 Endringsdirektivet

Nytt punkt 23g i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Feilaktig å hevde at en vare under normale bruksforhold har en viss holdbarhet når det gjelder brukstid eller bruksintensitet.»

Fortalen punkt 20 angir som eksempel at en næringsdrivende informerer forbrukerne om at en vaskemaskin forventes å vare et visst antall vaskesykluser, i samsvar med normal forventet bruk som angitt i bruksanvisningen, mens faktisk bruk av vaskemaskinen under de angitte forholdene viser at dette ikke er tilfelle.

I fortalen står det at slike påstander framsettes som oftest av produsentene, ettersom det er de som bestemmer varenes holdbarhet. Generelt forventes det derfor at næringsdrivende

som også er produsent av varene, er klar over feilaktige påstander om varenes holdbarhet, mens andre næringsdrivende, for eksempel selgere, bør støtte seg på pålitelig informasjon som de har tilgang til, for eksempel basert på en uttalelse fra vedkommende nasjonale myndighet eller opplysninger fra produsenten. Manglende samsvar hos en vare som skyldes sporadiske feil i vareproduksjonen, bør fortsatt være underlagt reglene om varers samsvar i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771).

2.6.10.3 *Departementets vurderinger*

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 23g i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 23g.

2.6.11 Punkt 23h - Uriktige påstander om reparerbarhet

2.6.11.1 *Gjeldende rett*

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis av å gi uriktige påstander om reparerbarhet.

2.6.11.2 *Endringsdirektivet*

Nytt punkt 23h i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å presentere en vare som at den kan repareres, når det ikke er tilfelle.»

I fortalen punkt 22 står det at forbudet vil gi medlemsstatenes forbrukermyndigheter et ytterligere håndhevingsverktøy for bedre å beskytte forbrukernes interesser i tilfeller der næringsdrivende ikke oppfyller kravene til varers holdbarhet og reparasjonsmuligheter i henhold til produktspesifikk unionsrett.

2.6.11.3 *Departementets vurderinger*

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 23h i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 23h.

2.6.12 Punkt 23i - Oppfordringer om å erstatte eller fylle på forbruksvarer tidligere enn nødvendig

2.6.12.1 *Gjeldende rett*

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis om oppfordringer om å erstatte eller fylle på forbruksvarer tidligere enn nødvendig.

2.6.12.2 *Endringsdirektivet*

Nytt punkt 23i i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å få forbrukeren til å bytte ut eller etterfylle forbruksvarer i en vare tidligere enn det som er nødvendig av tekniske årsaker.»

«Forbruksvare» er definert i direktivet om urimelig handelspraksis artikkel 2 nr. 1 bokstav v, jf. endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b:

«enhver komponent i en vare som brukes opp gjentatte ganger og må byttes ut eller etterfylles for at varen skal fungere etter hensikten,»

I fortalen punkt 23 står det at slik praksis villeder forbrukeren til å tro at varen ikke lenger vil fungere hvis ikke forbruksvarene byttes ut, noe som fører til at forbrukeren kjøper flere forbruksvarer enn nødvendig. Som eksempel angis at forbrukeren oppfordres via skriverinnstillingene til å bytte blekkpatronene før de faktisk er tomme, for å stimulere til kjøp av flere blekkpatroner.

2.6.12.3 *Departementets vurderinger*

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 23i i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til definisjon av forbruksvarer i markedsføringsloven § 5 bokstav n, se punkt 2.2.10.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 23i.

2.6.13 Punkt 23j - Tilbakeholde eller gi uriktig informasjon om bruk av ikke-originale reservedeler mv.

2.6.13.1 *Gjeldende rett*

Det er ingen eksplisitt regulering i forskriften om urimelig handelspraksis om å tilbakeholde eller gi uriktig informasjon om forringelse ved bruk av ikke-originale reservedeler mv.

2.6.13.2 *Endringsdirektivet*

Nytt punkt 23j i svartelisten angir at følgende praksis skal anses som en urimelig handelspraksis:

«Å holde tilbake opplysninger om hvordan en vares funksjonalitet svekkes dersom det brukes forbruksvarer, reservedeler eller tilbehør som ikke er levert av originalprodusenten, eller feilaktig å hevde at slik svekkelse vil skje.»

«Funksjonalitet» er definert i endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b, se omtalen i punkt 2.2.11 ovenfor.

«Forbruksvare» er definert i endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav b, se omtalen i punkt 2.2.10 ovenfor.

Fortalen punkt 24 angir som eksempel at en skriver er konstruert slik at funksjonaliteten begrenses dersom det brukes blekkpatroner som ikke er levert av skriverens originalprodusent. I slike tilfeller bør ikke denne informasjonen holdes skjult for forbrukeren, ettersom slik praksis kan villette forbrukeren til å kjøpe en alternativ blekkpatron som ikke kan brukes for den skriveren, noe som medfører unødvendige avfallsstrømmer eller tilleggskostnader for forbrukeren. Tilsvarende, dersom en smartenhet er konstruert slik at funksjonaliteten begrenses dersom det brukes ladere eller reservedeler som ikke er levert av originalprodusenten, bør ikke denne informasjonen holdes skjult for forbrukeren på kjøpstidspunktet.

Det framgår av fortalen at det generelt forventes at næringsdrivende som også er produsent av varene, har slik informasjon, mens andre næringsdrivende, for eksempel selgere, bør støtte seg på pålitelig informasjon som de har tilgang til, for eksempel basert på en uttalelse fra vedkommende myndighet eller opplysninger fra produsenten.

2.6.13.3 *Departementets vurderinger*

Departementet foreslår å ta inn nytt punkt 23j i forskriften om urimelig handelspraksis.

Se utkast til forskriften om urimelig handelspraksis § 1 nr. 23j.

3 Endringer i forbrukerrettighetsdirektivet

3.1 Generelt

Forbrukerrettighetsdirektivet (2011/83/EU) regulerer krav til informasjon som næringsdrivende skal gi forbrukerne før avtale inngås, og krav til innholdet i avtalen. Direktivet inneholder også regler om angrerett ved avtaler som inngås ved fjernsalg eller utenom faste forretningslokaler. Forbrukerrettighetsdirektivet er gjennomført i norsk rett hovedsakelig ved angrerettloven og enkelte bestemmelser i avtaleloven. Disse lovene blir supplert av relevante definisjoner i forbrukerkjøpsloven og digitalytelsesloven.

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (EU 2024/825) (endringsdirektivet), gjør flere endringer i forbrukerrettighetsdirektivet. Blant annet innføres det nye definisjoner, næringsdrivendes opplysningsplikt overfor forbrukerne utvides og det innføres en harmonisert melding og en harmonisert etikett som gir opplysninger om henholdsvis rettslig garanti for en vares kontraktsmessighet og om kommersiell garanti for en vares holdbarhet.

3.2 Definisjoner

3.2.1 Innledning

Definisjonene i forbrukerrettighetsdirektivet kapittel I gjelder alle typer avtaler som inngås, både i faste forretningslokaler, ved fjernsalg og ved salg utenom faste forretningslokaler. Endringsdirektivet føyer fem nye definisjoner til forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14. Dette er nr. 14a til 14e. Definisjonene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 1 og 7 til 14 er gjennomført i angrerettloven § 5, forbrukerkjøpsloven § 18a, markedsføringsloven § 5 bokstav e og tidspartloven § 2 bokstav g. Artikkel 2 nr. 2 til 6 ble ved gjennomføringen av forbrukerrettighetsdirektivet ikke ansett nødvendig å definere i norsk rett. Dette gjaldt definisjon av «næringsdrivende», «varer», «varer framstilt etter forbrukerens spesifikasjoner», «salgsavtale» og «tjenesteavtale». Se Prop. 64 L (2013-2014) om lov om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven).

Ved moderniseringsdirektivet (EU 2019/2161) ble det tatt inn nye definisjoner i forbrukerrettighetsdirektivet, og flere av disse ble gjennomført i angrerettloven § 5, blant

annet *digitalt innhold, digital tjeneste, kompatibilitet, funksjonalitet og samvirkningsevne*. Det vises til Prop. 50 LS (2022-2023) punkt 11.2.

Nedenfor foreslås å innta de nye definisjonene i endringsdirektivet i både avtaleloven og angrerettloven. Forslagene reiser spørsmål om hvorvidt andre definisjoner i forbrukerrettighetsdirektivet, som ikke er tatt inn i avtaleloven eller angrerettloven tidligere, bør vurderes inntatt. Departementet har imidlertid ikke gjort det i denne omgang, og har valgt å kun fokusere på definisjonene i endringsdirektivet.

3.2.2 Kommersiell holdbarhetsgaranti

3.2.2.1 Gjeldende rett

Garantier som stilles overfor forbrukere er regulert i forbrukerkjøpsloven 18 a og markedsføringsloven § 23. Garanti er definert i markedsføringsloven § 5 bokstav e som «enhver forpliktelse som den næringsdrivende har påtatt seg overfor forbrukeren i forbindelse med omsetning av varer, tjenester eller andre ytelser som gir forbrukeren rettigheter i tillegg til rettighetene forbrukeren ellers har». En garanti er altså noe næringsdrivende påtar seg i tillegg til det lovfestede ansvaret for mangler. En garanti utvider den næringsdrivendes ansvar, hva enten dette er selgeren, produsenten eller leverandøren.

Forbrukerkjøpsloven § 18 a regulerer betydningen av at det er gitt en garanti. Den er rettslig bindende for garantigiveren på de vilkår som er fastsatt i garantierklæringen og i tilknyttet reklame. Det fremgår av bestemmelsen at tilknyttet reklame kan utvide forbrukerens rettigheter, med mindre reklamen er rettet før inngåelsen av avtale. Forbrukerkjøpsloven § 18 a anses å gjennomføre forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771), artikkel 2 nr. 14, fordi det legges til grunn at uttrykket «kommersiell garanti» innholdsmessig tilsvarer forbrukerkjøpslovens garantibegrep.

Markedsføringsloven § 23 regulerer krav til garantivilkår i forbrukerforhold.

Hverken angrerettloven, forbrukerkjøpsloven eller markedsføringsloven inneholder definisjon av uttrykket «kommersiell holdbarhetsgaranti».

3.2.2.2 Endringsdirektivet

Forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14 definerer «kommersiell garanti». Endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1 inntar definisjon av «kommersiell holdbarhetsgaranti» i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14a. «Kommersiell holdbarhetsgaranti» defineres som:

«en produsents kommersielle holdbarhetsgaranti som omhandlet i artikkel 17 i direktiv (EU) 2019/771, der produsenten er direkte ansvarlig overfor forbrukeren i hele den kommersielle holdbarhetsgarantiens løpetid for reparasjon eller omlevering av varene i samsvar med artikkel 14 i direktiv (EU) 2019/771, dersom varenes holdbarhet ikke opprettholdes,»

Definisjonen viser altså til artikkel 17 og 14 i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771). Forbrukerkjøpsloven § 29 (Retting og omlevering - avhjelp) og § 30 (gjennomføring av

avhjelp) ble ved endringslov 14. juni 2024 nr. 32 justert for å være i overensstemmelse med disse bestemmelsene. Se omtale under punkt 11.3 i Prop. 49 LS (2022-2023).

I fortalen til endringsdirektivet står følgende under punkt 26:

«En god indikator på en vares holdbarhet er produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti i henhold til artikkel 17 i direktiv (EU) 2019/771. Produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti er en forpliktelse fra produsenten overfor forbrukeren om en vares holdbarhet. Mer spesifikt er det en forpliktelse om at en vare ved normal bruk vil opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse.»

3.2.2.3 Departementets vurderinger

«Garanti» er som nevnt under punkt 3.2.2.1 definert i markedsføringsloven § 5 bokstav e, og anvendt i forbrukerkjøpsloven § 18 a. Både kommersiell garanti og kommersiell holdbarhetsgaranti er garantier som går utover rettslig garanti, og som produsent eller andre yter frivillig. «Kommersiell holdbarhetsgaranti» er snevrere enn «kommersiell garanti», og gjelder kun en vares holdbarhet, altså tidsrommet en vare ved normal bruk vil opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse.

Dersom en vare ikke opprettholder sine nødvendige funksjoner og ytelser i dette tidsrommet, har produsenten som har gitt holdbarhetsgaranti, plikt til å sørge for reparasjon eller omlevering av varene i samsvar med artikkel 14 i forbrukerkjøpsdirektivet, som altså er gjennomført i §§ 29 og 30 i forbrukerkjøpsloven. Det stilles spesielle krav til hvordan den næringsdrivende skal informere forbrukeren om eksistensen av kommersiell holdbarhetsgaranti som er gratis, til forskjell fra kommersiell garanti som ikke gjelder holdbarhet, se punkt 3.5. Departementet foreslår at «kommersiell holdbarhetsgaranti» defineres i avtaleloven og angrerettloven, slik at uttrykket klargjøres. Det kan stilles spørsmål om «kommersiell holdbarhetsgaranti» også bør defineres i forbrukerkjøpsloven § 18a, eventuelt annet sted i forbrukerkjøpsloven, f.eks. som ny § 18b. Det bes særlig om høringsinstansenes syn på dette.

Se utkast til avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 3 og angrerettloven § 5 bokstav p.

3.2.3 Holdbarhet

3.2.3.1 Gjeldende rett

Forbrukerkjøpsloven som med virkning fra 1. juli 2024 gjennomførte nytt forbrukerkjøpsdirektiv ((EU) 2019/771) i norsk rett, anvender «holdbarhet» i § 15 tredje ledd bokstav b om tingens egenskaper, men loven har ingen definisjon av uttrykket. Ingen andre lover inneholder definisjon av uttrykket «holdbarhet».

3.2.3.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1 innfører en definisjon av begrepet «holdbarhet» i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14b. Definisjonen viser til definisjonen av holdbarhet i artikkel 2 nr. 13 i forbrukerkjøpsdirektivet. Holdbarhet er der definert som:

«evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk».

3.2.3.3 *Departementets vurderinger*

Spørsmålet om å gjennomføre definisjonen av holdbarhet ble vurdert i forbindelse med gjennomføringen av nytt forbrukerkjøpsdirektiv (EU 2019/771) i norsk rett, se Prop. 49 LS (2022-2023). Definisjonen ble ikke inntatt i forbrukerkjøpsloven. Forslaget om å innta definisjonen av «kommersiell holdbarhetsgaranti» i angrerettloven og avtaleloven, se punkt 3.2.2, gjør det mer aktuelt å innta også definisjonen av «holdbarhet» i disse lovene. Det kan være hensiktsmessig å få frem at kravet til holdbarhet gjelder ved normal bruk. Se også punkt 2.2.8, der det foreslås å definere «holdbarhet» i markedsføringsloven § 5.

Departementet foreslår derfor å gjennomføre definisjonen av «holdbarhet» i avtaleloven og angrerettloven.

Se utkast til avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 4 og angrerettloven § 5 bokstav q.

3.2.4 **Produsent**

3.2.4.1 *Gjeldende rett*

Begrepet/rollen «produsent» er ikke definert i norsk rett. Forbrukerkjøpsloven § 34 tredje ledd om produktskader henviser imidlertid til forståelsen av produsent i produktansvarsloven.

Hvem som er ansvarlig som produsent er regulert i produktansvarsloven § 1-3. Denne loven gjennomfører EUs direktiv 85/374 om tilnærming av medlemsstatenes administrativt eller ved lov fastsatte bestemmelser om produktansvar av 25. juli 1985.

3.2.4.2 *Endringsdirektivet*

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet tilføyer i artikkel 2 nr. 1 en definisjon av begrepet «produsent» i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 bokstav 14c. «Produsent» skal her forstås som «produsent» i artikkel 2 nr. 4 i forbrukerkjøpsdirektivet (EU) 2019/771. Der er produsent definert som:

«en som produserer en vare, en som importerer en vare til Unionen, eller enhver person som framstår som produsent ved å påføre varen sitt navn, sitt varemerke eller et annet særlig kjennetegn».

3.2.4.3 *Departementets vurderinger*

Begrepet «produsent» er definert i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 4. Ved gjennomføring av endringer i forbrukerkjøpsdirektivet ble det ikke ansett nødvendig å innta definisjonen i forbrukerkjøpsloven. Definisjonen av «produsent» i forbrukerrettighetsdirektivet henviser til definisjonen i forbrukerkjøpsdirektivet. Det fremgår av definisjonen at begrepet «produsent» omfatter mer enn den som produserer en vare. Begrepet omfatter en importør, når varen er produsert utenfor EU, og andre som fremstår som produsent av varen. Departementet foreslår at definisjonen inntas i loven.

Se utkast til avtaleloven § 38 d andre ledd nr. 5 og angrerettloven § 5 bokstav r.

3.2.5 Reparasjonsscore

3.2.5.1 Gjeldende rett

Reparasjonsscore, altså et uttrykk for i hvilken grad en vare kan repareres, er ikke definert eller omtalt i norsk lovgivning.

3.2.5.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 1 tilføyer en definisjon av begrepet «reparasjonsscore» i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 bokstav 14d. «Score for reparerbarhet» defineres som:

”en score som angir i hvilken grad det er mulig å reparere en vare, basert på harmoniserte krav fastsatt på unionsnivå”

I direktivets fortale punkt 34 står det at for å gjøre det mulig for forbrukerne å treffe informerte transaksjonsbeslutninger og velge varer som er enklere å reparere, bør næringsdrivende, der det er aktuelt, og før forbrukerne er bundet av avtalen, opplyse om varens reparasjonsscore som oppgitt av produsenten og som fastsatt på unionsplan.

3.2.5.3 Departementets vurderinger

Uttrykket reparasjonsscore er ganske nytt. Det fremgår av direktivets definisjon at scoren baseres på harmoniserte, det vil si samordnede, krav. Det er altså ikke opp til den enkelte produsent eller selger å gi sin vare et terningkast eller lignende. Scoresystemet skal være harmonisert, det vil si at det skal fastlegges på unionsnivå hvordan den enkelte vare skal gis en bestemt score, og dette skal være likt i medlemsstatene. Det er EU som skal fastsette et scoresystem for ulike produkter. Per i dag er det, etter hva departementet er kjent med, kun fastsatt scoresystem for mobiltelefoner og nettbrett.

Departementet foreslår at definisjonen av reparasjonsscore i forbrukerrettighetsdirektivets artikkel 2 nr. 14d gjennomføres både i angrerettloven og i avtaleloven.

Se utkast til angrerettloven § 5 bokstav s og avtaleloven § 38 a første ledd nr. 6.

3.2.6 Programvareoppdatering

3.2.6.1 Gjeldende rett

Forbrukerkjøpsloven omfatter digitale ytelser som etter kjøpsavtalen skal leveres sammen med en ting, og som er sammenknyttet med tingen på en slik måte at ytelsene er nødvendige for tingens funksjoner, jf. § 2 første ledd bokstav e. Etter forbrukerkjøpsloven § 15 fjerde ledd skal selgeren sikre at forbrukeren får informasjon om og får levert oppdateringer som er nødvendig for at tingen fortsetter å være i samsvar med lovens krav. Dette gjelder også sikkerhetsoppdateringer.

3.2.6.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 1 innfører en definisjon av begrepet «programvareoppdatering» i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14e. Etter denne bestemmelsen skal programvareoppdatering defineres som:

«en gratis oppdatering, herunder en sikkerhetsoppdatering, som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være i samsvar i henhold til direktiv (EU) 2019/770 og (EU) 2019/771»

Direktivene definisjonen viser til er EUs digitalytelsesdirektiv og forbrukerkjøpsdirektiv.

3.2.6.3 Departementets vurderinger

Ved gjennomføringen av digitalytelsesdirektivet og forbrukerkjøpsdirektivet ble definisjonen av «programvareoppdatering» inntatt i lovverket. Se forbrukerkjøpsloven § 2 første ledd bokstav e og § 15 fjerde ledd. Det kan derfor være unødvendig å innta definisjon av programvareoppdatering i annet regelverk. Definisjonen i forbrukerkjøpsdirektivet gjelder imidlertid ikke at oppdateringen er gratis. Definisjonen i endringsdirektivet i artikkel 2 nr. 1 som gjør endringer i forbrukerrettighetsdirektivet, gjelder *gratis* oppdatering. Dette avviker også fra definisjonen i endringsdirektivet artikkel 1 bokstav b som i bokstav u føyer til definisjonen av programvareoppdatering i handelspraksisdirektivet. For å slå fast at kravet til opplysninger om programvareoppdatering etter forbrukerrettighetsdirektivet gjelder gratis oppdatering, foreslår departementet at definisjonen av programvareoppdatering inntas i henholdsvis avtaleloven og angrerettloven, se nedenfor under punkt 3.3.6 og 3.4.5.

Se også forslaget til ny definisjon av «programvareoppdatering» i markedsføringsloven § 5, under punkt 2.2.9.

Se utkast til avtaleloven § 38 a første ledd nr. 7 og angrerettloven § 5 bokstav t.

3.3 Opplysningskrav før avtaleinngåelse i faste forretningslokaler mv. (forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5)

3.3.1 Innledning

Forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 regulerer opplysningskrav ved avtaler som inngås ved fjernsalg eller salg utenom faste forretningslokaler. Artikkel 5 regulerer opplysningskrav ved andre avtaler. Dette er typisk avtaler som inngås i butikk. Opplysningskravene i artikkel 5 og 6 angir at før forbrukeren blir bundet av en avtale, så skal den næringsdrivende gi forbrukeren nærmere angitte opplysninger opplistet i artikkelen, på en klar og forståelig måte. Opplysningskravene i artikkel 5 modereres, ved at opplysningene ikke behøver gis hvis de allerede fremgår av sammenhengen i salgssituasjonen.

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet gjør enkelte endringer i kravene til forhåndsopplysninger. Mange av endringene i artikkel 5 og 6 er parallelle. Endringene i behandles i det følgende.

Det følger av direktivets formåls punkt 25 at formålet med endringene er å sette forbrukerne i stand til å treffe mer informerte kjøpsbeslutninger, samt å stimulere etterspørselen etter og tilbudet av mer holdbare varer. For å oppnå dette bør forbrukerne gis spesifikke opplysninger om et produkts holdbarhet og reparasjonsmuligheter før avtalen inngås. For varer med digitale elementer bør forbrukerne dessuten informeres om

hvor lenge gratis programvareoppdateringer er tilgjengelige. Opplysningene bør gis på en tydelig og forståelig måte og i overensstemmelse med tilgjengelighetskravene i direktiv (EU) 2019/882 (direktiv om tilgjengelighetskrav for varer og tjenester-tilgjengelighetsdirektivet). Forpliktelsene er ment å supplere forbrukernes rettigheter i henhold til direktiv (EU) 2019/770 og (EU) 2019/771 (henholdsvis digitalytelsesdirektivet og forbrukerkjøpsdirektivet).

3.3.2 Opplysninger om rettslig garanti

3.3.2.1 Gjeldende rett

Avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, slik artikkelen lød før endringen i direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet. Bestemmelsen gjelder opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse.

3.3.2.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 2 bokstav a endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, slik at det også skal gis påminnelse om de vesentligste elementene i den rettslige garantien, herunder dens minimumsvarighet på to år som fastsatt i EU-direktiv 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet). Denne informasjonen skal gis ved hjelp av en harmonisert melding som er omhandlet i endringsdirektivet artikkel 2 nr. 5, se nedenfor under punkt 3.5. Bestemmelsene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e om digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse, er utelatt fra bokstav e, og flyttet til nye bokstaver eb og ec.

I henhold til fortalen punkt 27 i endringsdirektivet er forbrukerne ofte ikke klar over hvilke rettigheter de har etter forbrukerkjøpsdirektivet. Derfor bør en harmonisert melding minne forbrukerne om at det finnes en rettslig garanti for samsvar, det vil si at varen/tjenesten er kontraktsmessig, og om hovedelementene i denne rettslige garantien, derunder at den har en varighet på minst to år. Den harmoniserte meldingen bør også gi en generell henvisning til muligheten for at den rettslige garantien kan ha lengre varighet etter nasjonal rett. I henhold til fortalen skal dette forhindre at opplysninger om den rettslige garantien forveksles med opplysninger om den kommersielle holdbarhetsgarantien.

3.3.2.3 Departementets vurderinger

Endringene i forbrukerrettighetsdirektivet innebærer utvidelse av den næringsdrivendes opplysningsplikt, ved at det også skal opplyses om de vesentligste elementene i den rettslige garantien, dens minimumsvarighet, og at informasjonen skal gis ved hjelp av en harmonisert melding. At meldingen er harmonisert, innebærer at den er standardisert, dvs. ensartet i landene som omfattes av direktivet. Direktivets opplysningskrav om «rettslig garanti» med en minimumsvarighet på to år viser til direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet). Etter forbrukerkjøpsdirektivets artikkel 10 nr. 1 skal selgeren være ansvarlig overfor forbrukeren for manglende samsvar på det tidspunktet varene ble

levert, og som viser seg innen to år etter dette tidspunktet. «Manglende samsvar» innebærer at varene ikke er kontraktsmessig, dvs. at de har mangel. Medlemsstatene kan opprettholde eller innføre lengre frister, jf. artikkel 10 nr. 3. Ved gjennomføringen av forbrukerkjøpsdirektivet ble det valgt å beholde lovens reklamasjonsregler i § 27 andre ledd på henholdsvis to år og fem år, jf. Prop. 49 LS (2022-2023) punkt 16.1.12 og punkt 9.5.

Departementet foreslår at det utvidede informasjonskravet inntas i avtaleloven § 38b første ledd nr. 5. Ordlyden i endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav a lyder:

«en påminnelse om at det finne en rettslig garanti for samsvar for varer, og om hovedelementene i denne, herunder at den har en varighet på minst to år som fastsatt i direktiv (EU) 2019/771, vist på en framtrødende måte, ved bruk av den harmoniserte meldingen omhandlet i artikkel 22a i dette direktivet»

Etter departementets syn er det nødvendig med en direktivnær gjennomføring, men med noen mindre språklige tilpasninger til norsk rett, og det foreslås følgende ordlyd:

«den rettslige garantien for at varene er kontraktsmessige, hovedelementene i den, herunder at garantien har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven. Opplysningene skal vises på en framtrødende måte ved bruk av en harmonisert melding.»

Det vises til at begrepsbruken i loven bør være i overenstemmelse med begrepene som trolig vil framgå av den harmoniserte meldingen. Departementet har imidlertid også vurdert om det i stedet kan være hensiktsmessig med en begrepsbruk som i større grad er i overenstemmelse med forbrukerkjøpslovens terminologi. Departementet har vurdert om endringsdirektivets ordlyd «rettslig garanti for samsvar for varer» i stedet kan gis følgende alternative ordlyd: «selgers mangelsansvar etter forbrukerkjøpsloven, hovedelementene i mangelsansvaret og lovens reklamasjonsregler». Etter departementets vurdering vil en direktivnær ordlyd gi en bedre og klarere rettstilstand, også sett hen til begrepene som trolig vil framgå av den harmoniserte etiketten. Det bes særlig om høringsinstansenes innspill på departementets forslag.

Departementet foreslår også at avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 skal speile kravene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, slik at opplysningskravene som ikke lenger fremgår av artikkel 5 nr. 1 bokstav e, flyttes til egne bokstaver i avtaleloven § 38b første ledd, tilsvarende systemet i direktivet. Se punkt 3.3.4 og 3.3.5 nedenfor.

Se utkast til avtaleloven § 38 b første ledd endret nr. 5.

3.3.3 Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti

3.3.3.1 Gjeldende rett

Etter avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 skal det gis forhåndsupplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, slik den lød før endringsdirektivet.

3.3.3.2 *Endringsdirektivet*

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 endret bokstav e med nye bokstaver ea, eb, ec og ed. Innholdet i bokstavene eb og ec fremgikk tidligere av artikkel 5 nr. 1 bokstav e.

Det fremgår av forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav ea at der en garanti som har en varighet på minst to år, dekker hele varen og tilbys kostnadsfritt til forbrukerne, så skal informasjon om at varen omfattes av en slik kommersiell holdbarhetsgaranti gjøres tilgjengelig for forbrukerne. Opplysningene skal gjøres tilgjengelige ved bruk av en harmonisert etikett, jf. forbrukerrettighetsdirektivet ny artikkel 22a, sammen med informasjon om den rettslige garantien.

Kommersiell holdbarhetsgaranti er omtalt i direktivets fortale punktene 26-28 og 30-32. Det fremgår av fortalen nr. 26 at produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti er en forpliktelse fra produsenten overfor forbrukeren om en vares holdbarhet. En holdbarhetsgaranti er en forpliktelse om at en vare ved normal bruk vil opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse. Det vises til at mange produktsvikter først oppstår etter at den lovpålagte reklamasjonstiden på to år etter direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet) har gått ut, se fortalen punkt 30. Det poengteres at bruken av en harmonisert etikett om kommersiell holdbarhetsgaranti kun gjelder der denne holdbarhetsgarantien går utover den rettslige garantien på to år. Det fremgår også at den kommersielle holdbarhetsgarantien bør gjelde hele varen, og ikke for bestemte deler av den, slik at det blir lettere for forbrukerne å treffe informert transaksjonsbeslutning når de sammenligner varer før de inngår en avtale.

Plikten for næringsdrivende som selger varer, til å informere forbrukerne om eksistensen og varigheten av en eventuell kostnadsfri kommersiell holdbarhetsgaranti, gjelder kun dersom produsenten gjør opplysningene tilgjengelig for dem. Den næringsdrivende bør ikke være pålagt å aktivt søke slike opplysninger fra produsenten. For å unngå at forbrukerne forveksler den kommersielle holdbarhetsgarantien med den rettslige garantien, bør forbrukerne, på den harmoniserte etiketten, minnes om at de også har en slik rettslig garanti.

Det fremgår av fortalen punkt 32 at produsenten og selgeren står fritt til å tilby andre typer kommersielle garantier, dvs. garantier som går utover den rettslige garantien og som ikke gjelder holdbarhet. Det følger forutsetningsvis at disse ikke skal omfattes av den harmoniserte etiketten.

Fortalen punkt 28 beskriver hvordan etikett og melding bør vises. Den harmoniserte etiketten bør fremvises på en fremtredende måte og brukes slik at forbrukerne enkelt kan identifisere akkurat hvilken vare som er dekket av en kommersiell holdbarhetsgaranti. Som eksempel nevnes at etiketten kan plasseres direkte på varens emballasje, eller at etiketten kan fremvises på en fremtredende måte på hyllen der varene dekket av garantien står, eller den kan plasseres rett ved siden av bildet av varen ved nettsalg. Produsenter som tilbyr slike kommersielle holdbarhetsgarantier kan selv plassere den harmoniserte

etiketten direkte på den aktuelle varen eller emballasjen, med sikte på å oppnå en kommersiell fordel.

Det fremgår at etiketten kommer i tillegg til den harmoniserte meldingen som gir forbrukerne en generell påminnelse om den rettslige garantien for samsvar (at varen er kontraktsmessig) som gjelder for alle varer i henhold til forbrukerkjøpsdirektivet. Den harmoniserte meldingen bør vises på en fremtredende måte, for eksempel på en iøynefallende måte på en plakat på en vegg i butikken, ved siden av kassen, eller ved nettsalg, som en generell påminnelse på nettstedet til den næringsdrivende som selger varer. Det er Kommisjonen som har myndighet til å utforme den harmoniserte etiketten og den harmoniserte meldingen, jf. fortalet punkt 29 og forbrukerrettighetsdirektivets artikkel 22a nr. 2 og 4, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 5.

3.3.3.3 Departementets vurderinger

Avtaleloven inneholder allerede krav til at det skal gis opplysninger om eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse. Kommersielle garantier er altså garantier som kommer i tillegg til de rettslige garantiene som omtalt under punkt 3.3.2. Nytt i forbrukerrettighetsdirektivet er at opplysninger om eventuell kommersiell garanti som kun gjelder holdbarhet, som er kostnadsfri for forbrukeren, som dekker hele varen, og som varer lenger enn den rettslige garantien, skal gis ved hjelp av en harmonisert etikett, se punkt 3.5 nedenfor. Denne etiketten er noe annet enn den harmoniserte meldingen som skal benyttes ved informasjon om rettslig garanti, jf. punkt 3.3.2 ovenfor. Den kommersielle holdbarhetsgarantien avviker fra den generelle kommersielle garantien som er regulert i avtaleloven nr. 5. Denne foreslås flyttet til ny nr. 8 for å følge rekkefølgen i forbrukerrettighetsdirektivet.

Departementet foreslår at endringene i forbrukerrettighetsdirektivet ved ny bokstav ea i artikkel 5 nr. 1 gjennomføres ved endringer i avtaleloven.

Se utkast til avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 6.

3.3.4 Opplysninger om rettslig garanti for digitalt innhold mv.

3.3.4.1 Gjeldende rett

Etter avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 skal det gis forhåndsopplysninger før avtale inngås om den rettslige forpliktelsen til å levere digitalt innhold og digital tjeneste. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e som lød før endringsdirektivet:

«i tillegg til en påminnelse om at det finnes et lovkrav om at varer, digitalt innhold og digitale tjenester skal være kontraktsmessige, eventuelt en påminnelse om at det finnes ettersalgsservice og kommersielle garantier, samt vilkårene for disse.

Denne artikkelen ble gjennomført i norsk rett ved gjennomføring av moderniseringsdirektivet, se Prop. 50 LS (2022-2023). Som det fremgår ovenfor (i punkt 3.3.2.2), er artikkel 5 nr. 1 bokstav e i forbrukerrettighetsdirektivet endret, slik at bokstaven nå kun omhandler rettslig garanti for varer, hovedelementene i denne, varighet på minst to år, og bruk av harmonisert melding. Digitalt innhold, digitale tjenester,

ettersalgsservice og kommersielle garantier, samt vilkårene for disse er flyttet ut av bokstaven.

3.3.4.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer endret artikkel 5 nr. 1 bokstav e i forbrukerrettighetsdirektivet med ny bokstav eb. Det følger av bokstav eb at den næringsdrivende skal gi forbrukerne en påminnelse om eksistensen av en rettslig garanti for at digitalt innhold og digitale tjenester er kontraktsmessig. Årsaken til at rettslig garanti for digitalt innhold og digitale tjenester nevnes særskilt, er at digitalt innhold som lastes ned over internett anses å falle utenfor varebegrepet, jf. merknader til avtaleloven § 38b i Prop. 50 LS (2022-2023), som viser til Ot.prp. nr. 44 (2001-2002) punkt 3.8.11.

3.3.4.3 Departementets vurderinger

Som nevnt ovenfor er den nye bokstaven i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav eb omfattet av innholdet i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5. Bestemmelsen er altså gjennomført. Som følge av endringene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e kan det være hensiktsmessig også å gjøre endringer i avtaleloven § 38b nr. 5, slik at loven gjenspeiler inndelingen i direktivet. Dermed er det enklere å se at direktivet er korrekt gjennomført, og enklere å gjennomføre eventuelle senere endringer i direktivet. Endringen blir derfor kun av redaksjonell art, og har ingen rettslig betydning.

Se utkast til avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 7

3.3.5 Opplysninger om ettersalgsservice og kommersielle garantier

3.3.5.1 Gjeldende rett

Som nevnt ovenfor under punkt 3.3.4.1, inneholder avtaleloven § 38 første ledd nr. 5 krav til at den næringsdrivende skal gi opplysninger til forbrukeren om eventuell ettersalgsservice og kommersielle garantier, samt vilkårene for disse.

3.3.5.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer endret forbrukerrettighetsdirektiv (se punkt 3.3.3.2 ovenfor) artikkel 5 nr. 1 bokstav e med ny bokstav ec. Dersom det er relevant skal den næringsdrivende også gi informasjon om eksistensen av, og betingelsene for, ettersalgsservice og kommersielle garantier. Disse opplysningskravene stod tidligere i artikkel 5 nr. 1 bokstav e, og ble inntatt i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 ved gjennomføring av moderniseringsdirektivet. Se Prop. 50 LS (2022-2023).

3.3.5.3 Departementets vurderinger

Kravene om forhåndsinformasjon om eventuell ettersalgsservice og kommersielle garantier er allerede gjennomført ved avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5. Som følge av endringene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, foreslås det at gjennomføringsbestemmelsene om ettersalgsservice og kommersielle garantier også endres. Endringen i avtaleloven er bare av redaksjonell art.

Se utkast til avtaleloven § 38b første ledd ny nr. 8.

3.3.6 Opplysninger om programvareoppdateringer

3.3.6.1 Gjeldende rett

Avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 gjelder krav om at den næringsdrivende skal gi forbrukeren opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e. Det er ingen uttrykkelig krav til opplysninger om programvareoppdateringer. Etter forbrukerkjøpsloven § 15 fjerde ledd skal selgeren imidlertid sikre at forbrukeren får informasjon om og får levert oppdateringer, herunder sikkerhetsoppdateringer, som er nødvendige for at tingen omtalt i § 2 første ledd bokstav e fortsetter å være i samsvar med lovens krav.

Forbrukerkjøpsloven § 2 første ledd bokstav e gjelder digitale ytelser som etter kjøpsavtalen skal leveres sammen med en ting, og som er knyttet sammen med tingen på en slik måte at ytelsene er nødvendige for tingens funksjoner. Gjelder avtalen en enkelt levering av en digital ytelse, gjelder selgerens plikter etter første punktum i den tidsperioden som forbrukeren med rimelighet kan forvente ut fra typen og formålet med tingen og den digitale ytelsen og under hensyn til avtalens omstendigheter og art. Gjelder avtalen en løpende levering av den digitale ytelsen, gjelder selgerens plikter etter første punktum så lenge den digitale ytelsen skal leveres, men likevel i minst to år etter leveringen av tingen.

3.3.6.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 med ny bokstav ed. Det fremgår av den nye bokstaven at for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, hvor produsenten eller leverandøren stiller opplysningene til rådighet for den næringsdrivende, skal den næringsdrivende gi forbrukerne informasjon om den minimumsperiode produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer (se definisjon i punkt 3.2.6). Minimumsperioden kan angis enten som en periode eller med henvisning til en konkret dato. Den næringsdrivende er kun forpliktet til å gi slike opplysninger dersom produsenten eller leverandøren har stilt opplysningene til rådighet for den næringsdrivende.

Opplysningskravet skal bidra til at forbrukerne kan treffe mer informerte beslutninger og samtidig fremme konkurransen mellom produsenter når det gjelder holdbarheten av varer med digitale elementer, se direktivets forale punkt 33. Opplysningene skal formidles til forbrukerne på en enkel og tydelig måte, slik at de har mulighet til å sammenligne ulike minimumsperioder. Bestemmelsen er ikke ment å berøre de forpliktelsene som er fastsatt i EU-retten, nærmere bestemt direktiv (EU) 2019/770 (digitalytelsesdirektivet) og (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet), og, hvor det er relevant, produktspesifikk EU-rett. Opplysningene om programvareoppdateringer skal gis på en slik måte at det ikke er villedende med hensyn til handelspraksisdirektivet.

3.3.6.3 Departementets vurderinger

Departementet legger til grunn at det er EU-kommisjonens oppfatning at «ettersalgsservice» som er omtalt under punkt 3.3.5, ikke omfatter programvareoppdateringer, selv om det språklig sett bør kunne omfattes. Bestemmelsen i direktivet avviker fra forbrukerkjøpsloven § 15 fjerde ledd som gjelder informasjon til forbrukeren om blant annet sikkerhetsoppdateringer. Ny bokstav e i forbrukerrettighetsdirektivet gjelder opplysninger om minimumstiden produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer. Det fremgår av endringsdirektivets nye definisjon i forbrukerrettighetsdirektivets artikkel 2 nr. 1 bokstav 14e at programvareoppdatering er en gratis oppdatering, se punkt 3.2.6.

Slik opplysningsbestemmelsen lyder i forbrukerrettighetsdirektivet, fremgår det ikke at opplysningene som gis, skal gjelde gratis oppdateringer. Dette fremgår imidlertid når man sammenholder opplysningsbestemmelsen med definisjonen. Departementet foreslår at kravet til forhåndsopplysninger om programvareoppdateringer gjennomføres i avtaleloven. Se for øvrig forslag til definisjon av «programvareoppdatering» i markedsføringsloven § 5, se punkt 2.2.9.

Se utkast til avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 9.

3.3.7 Opplysninger om reparasjonsscore

3.3.7.1 Gjeldende rett og direktivet

Vi har i dag ingen nasjonale regler om klassifisering av en gjenstands mulighet for å bli reparert (reparerbarhet).

3.3.7.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 2 bokstav c legger til en ny bokstav i i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1. Etter bokstav i skal den næringsdrivende gi forbrukeren opplysninger om varenes «score for reparerbarhet» (se definisjon i punkt 3.2.5), der dette er relevant.

Formålet med opplysninger om reparasjonsscore er å gi forbrukerne mulighet til å treffe en informert kjøpsbeslutning og velge varer som er lettere å reparere, jf. direktivets fortale punkt 25 og 34. Reparasjonsscore er den som er oppgitt av produsenten, og som er fastsatt på unionsplan, dvs. i EU/EØS.

3.3.7.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at direktivets bestemmelser om reparerbarhet inntas i norsk rett. Kunnskap om en vares reparasjonsscore før et kjøp gjøres, vil sette miljøbevisste og økonomiske forbrukerne i stand til å velge varer som er reparerbare, og dermed unngå å kaste og kjøpe nytt når en vares funksjoner svikter. Krav til å oppgi reparerbarhet vil styrke forbrukervernet, ved at forbrukerne kan vurdere en gjenstands mulighet for å bli reparert opp mot pris og andre forhold, før kjøp inngås. Systemet skal være objektivt, basert på fastsatte kriterier, og ikke produsents eller selgers subjektive vurdering. Per i dag er det, etter det departementet er kjent med, fastsatt system for reparasjonsscore kun for to varer, det vil si smarttelefoner og nettbrett.

Se utkast til avtaleloven § 38 b første ledd nr. 10.

3.3.8 Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.

3.3.8.1 Gjeldende rett

I dag er det ingen rettslige krav til produsent eller selger om å gi opplysninger om det er mulig å reparere en vare, eller om det finnes tilgjengelige reservedeler, kostnader for disse, tilgjengelighet av bruksanvisninger og veiledninger, i tillegg til, eller dersom det ikke gis opplysninger om reparerbarhet, som omtalt i forrige punkt.

3.3.8.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 2 bokstav c legger til en ny bokstav j i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1. Bokstav j slår fast at dersom det ikke er fastsatt reparasjonsscore som omfattes av bokstav i, skal den næringsdrivende gi forbrukeren opplysninger om tilgjengeligheten av, kostnadene ved og prosedyren for bestilling av reservedeler som er nødvendige for å holde varen i kontraktsmessig stand. Det forutsettes at produsenten har gitt den næringsdrivende slike opplysninger. Der slik informasjon er stilt til rådighet for den næringsdrivende skal den næringsdrivende også gi forbrukeren informasjon om tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsveiledninger, samt opplysninger om eventuelle reparasjonsbegrensninger.

Ifølge fortalen punkt 35 er formålet med bestemmelsen å sikre at forbrukerne er velinformerte om reparasjonsmulighetene for de varene de kjøper, i tilfeller hvor det ikke er fastsatt en score for varens reparasjonsmuligheter på unionsplan, altså som gjelder i EU/EØS-området. Den næringsdrivende skal i slike tilfeller gi andre relevante reparasjonsopplysninger.

3.3.8.3 Departementets vurderinger

Bestemmelsen om reservedeler og bruksanvisninger mv. i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav j utfyller bokstav i om reparasjonsscore ovenfor, og bidrar til å øke forbrukervernet. Departementet foreslår at en bestemmelse som gjennomfører endringsdirektivets endringer i forbrukerrettighetsdirektivet inntas i avtaleloven.

Se utkast til avtaleloven § 38 b første ledd nr. 11.

3.4 Opplysningskrav før avtaleinngåelse ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6)

3.4.1 Opplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer

3.4.1.1 Gjeldende rett

Etter angrerettloven § 8 første ledd bokstav g skal den næringsdrivende gi forbrukeren opplysninger om ordningene for betaling, levering, oppfyllelse, leveringsfrist og hvordan den næringsdrivende håndterer reklamasjoner. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav g.

3.4.1.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 3 bokstav a gjør en endring i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav g ved at det tas inn krav om at det også skal gis forhåndsopplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer, der dette tilbys. Som eksempler på miljøvennlige leveringsalternativer nevnes i fortalen punkt 37 levering av varer via fraktsykkel eller elektriske kjøretøy.

3.4.1.3 Departementets vurderinger

Direktivets krav til opplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer gjelder fjernsalg og salg som inngås utenom faste forretningslokaler. Departementet foreslår at tillegget om miljøvennlige leveringsalternativer i direktivet gjennomføres i angrerettloven.

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav g.

3.4.2 Opplysninger om rettslig garanti

3.4.2.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav l gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l, slik denne bokstaven lyder før endringen som følger av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet. I tillegg til krav om at det skal gis opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, inneholder bokstav l bestemmelser om rettslig forpliktelse til å levere digitalt innhold og digital tjeneste som er kontraktsmessig, dvs. mangelfri.

3.4.2.2 Endringsdirektivet

Forbrukerrettighetsdirektivets artikkel 6 nr. 1 bokstav l (for avtaler som inngås ved fjernsalg eller salg utenom faste forretningslokaler) gjelder en påminnelse som den næringsdrivende skal gi forbrukeren om at det finnes en rettslig garanti for at varer, digitalt innhold og digitale tjenester er kontraktsmessig. Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 3 bokstav b endrer denne bestemmelsen, slik at det også skal gis en påminnelse om de vesentligste elementene i den rettslige garantien, herunder dens minimumsvarighet på to år, i samsvar med direktiv (EU) 2019/771 om forbrukerkjøp. Etter forbrukerkjøpsdirektivets artikkel 10 nr. 1 skal selgeren være ansvarlig overfor forbrukeren for manglende samsvar på det tidspunktet da varene ble levert, og som viser seg innen to år etter dette tidspunktet. Medlemsstatene kan opprettholde eller innføre lengre frister, jf. artikkel 10 nr. 3. Opplysningene skal, som etter forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, se punkt 3.3.2 ovenfor, gis ved å bruke en harmonisert melding som er omhandlet i direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 22a, se nærmere punkt 3.5 og punkt 3.3.2. Bestemmelsene i direktivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l om digitalt innhold og digital tjeneste, er utelatt fra bokstav l, og inntatt i bokstav lb, se nedenfor under punkt 3.4.4.

3.4.2.3 Departementets vurderinger

Bestemmelsen i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 første ledd bokstav l innebærer at den næringsdrivende skal presisere overfor forbrukeren hvor lenge selgeren er ansvarlig for mangler. Det følger av forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd at reklamasjonsfristen er to år etter at tingen ble levert, men dersom tingen eller deler av den ved vanlig bruk er

ment å vare vesentlig lenger enn to år, er fristen for å reklamere fem år. Opplysningene skal gis ved bruk av en harmonisert melding. Det fremgår for øvrig av direktivets artikkel 22a nr. 3 om harmonisert melding og harmonisert etikett (se punkt 3.5) at den harmoniserte meldingen skal omfatte en generell henvisning til muligheten for at den rettslige garantien har lengre varighet etter nasjonal rett.

Departementet foreslår at direktivets endrede artikkel 6 første ledd bokstav l om opplysninger om rettslig garanti gjennomføres i angrerettloven. Det vises til drøftelsen ovenfor i punkt 3.3.2.3 om alternativ ordlyd som er mer i overensstemmelse med forbrukerkjøpslovens terminologi. Det bes særlig om høringsinstansenes innspill på forslaget til ordlyd.

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav l.

3.4.3 Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti

3.4.3.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav r pålegger den næringsdrivende å gi forbrukeren forhåndsopplysninger om eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 første ledd bokstav m.

3.4.3.2 Endringsdirektivet

Som nevnt under punkt 3.4.2 om opplysninger om rettslig garanti, gjennomfører angrerettloven § 8 første ledd bokstav l forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 første ledd bokstav l, før endring i direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet. Endringsdirektivet artikkel 2 nr. 3 bokstav b endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 bokstav l. Endringsdirektivet artikkel 2 nr. 3 bokstav c supplerer endret bokstav l med ny bokstav la.

Det fremgår av artikkel 6 nr. 1 bokstav la at dersom produsenten, uten ekstra kostnad, tilbyr forbrukeren en kommersiell holdbarhetsgaranti som gjelder hele varen og har en varighet på mer enn to år, og produsenten gjør denne informasjonen tilgjengelig for den næringsdrivende, så skal opplysninger om at varen omfattes av en slik holdbarhetsgaranti gjøres tilgjengelig for forbrukerne, på en fremtredende måte, ved bruk av en harmonisert etikett. På etiketten skal det også gis informasjon om den rettslige garantien.

Den kommersielle holdbarhetsgarantien er omtalt i direktivets fortale punktene 26-32. Det vises til at mange produktsvikter først oppstår etter at den lovpålagte reklamasjonstiden på to år etter direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet) har gått ut. Det poengteres at bruken av et harmonisert merke om kommersiell holdbarhetsgaranti kun gjelder der denne (kommersielle) holdbarhetsgarantien går utover den rettslige garantien på to år. Det fremgår også at den kommersielle holdbarhetsgarantien bør gjelde hele varen, og ikke for bestemte deler av den, slik at det blir lettere for forbrukerne å treffe informert transaksjonsbeslutning når de sammenligner varer før de inngår en avtale. Plikten for næringsdrivende som selger varer, til å informere forbrukerne om eksistensen og varigheten av en eventuell kommersiell holdbarhetsgaranti som produsenten tilbyr uten

ekstra kostnad, gjelder kun dersom produsenten gjør opplysningene tilgjengelig for dem. Den næringsdrivende skal ikke være pålagt å aktivt søke slike opplysninger fra produsenten.

Det fremgår av fortalen at produsenten og selgeren står fritt til å tilby andre typer kommersielle garantier. Det følger forutsetningsvis at disse ikke skal omfattes av den harmoniserte etiketten.

Fortalen punkt 28 beskriver hvordan etikett og melding bør vises, se punkt 3.5 nedenfor.

3.4.3.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at kravet til opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti gjennomføres i angrerettloven. Med «kommersiell holdbarhetsgaranti» menes en for produsenten frivillig garanti, hvis varighet går utover den rettslige garantien som det også skal opplyses om, jf. angrerettloven § 8 første ledd bokstav 1. Opplysningene skal gis ved hjelp av en harmonisert etikett. Denne etiketten skal Kommisjonen utforme, se punkt 3.5 nedenfor. Departementet foreslår at opplysningskravet inntas i ny bokstav m, slik at rekkefølgen av opplysningskrav blir nærmere rekkefølgen i direktivet, og at innholdet i gjeldende bokstaver forskyves.

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav m.

3.4.4 Opplysninger om rettslig garanti for digitalt innhold og digitale tjenester

3.4.4.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav 1 pålegger den næringsdrivende å gi forbrukeren opplysninger om den rettslige forpliktelsen til også å levere digitalt innhold og digital tjeneste i samsvar med kontrakt. Bestemmelsen gjennomfører deler av forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav 1 etter endringen som ble gjort ved gjennomføringen av moderniseringsdirektivet (Prop. 50 LS (2022-2023)).

3.4.4.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 3 bokstav c endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav 1 ved å flytte opplysninger om rettslig garanti for digitalt innhold og digitale tjenester ut av bokstav l og inn i en ny bokstav lb.

3.4.4.3 Departementets vurderinger

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav 1 ble nylig endret ved gjennomføring av moderniseringsdirektivet, se Prop. 50 LS (2022-2023). Ved endringen ble krav til å gi opplysninger om rettslig garanti om digitalt innhold og digitale tjenester inntatt i bokstav l. Årsaken til at digitalt innhold og digitale tjenester ble spesielt omtalt i direktiv og lov, var at slike ytelser ikke anses dekket av ordet «varer». Bestemmelsen i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav la anses derfor allerede som gjennomført. Som følge av at artikkel 6 nr. 1 bokstav l i direktivet kun omhandler rettslige garantier som gjelder varer, foreslår departementet at bestemmelsene om rettslig garanti for digitalt innhold og digitale tjenester også i angrerettloven flyttes ut av bokstav l. Ved at rekkefølgen av bestemmelsene i angrerettloven om garantier er parallelle til rekkefølgen av bestemmelsene i forbrukerrettighetsdirektivet, er det enklere å konstatere

at direktivet er korrekt gjennomført, og enklere å gjennomføre eventuelle senere endringer i direktivet. Rettslig sett er bestemmelsen i direktivet artikkel 6 nr. 1 bokstav lb allerede gjennomført ved angrerettloven § 8 første ledd bokstav l.

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav l og ny bokstav n.

3.4.5 Opplysninger om programvareoppdateringer

3.4.5.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav l pålegger den næringsdrivende å gi forbrukeren opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, digitalt innhold og digital tjeneste. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr.1 bokstav l slik den lød før endringene i endringsdirektivet.

3.4.5.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 3 bokstav c supplerer forbrukerrettighetsdirektivet endret artikkel 6 nr. 1 med ny bokstav lc. Det fremgår av den nye bokstaven at for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, skal den næringsdrivende gi forbrukerne informasjon om den minimumsperiode produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer (se definisjon i punkt 3.2.6). Minimumsperioden kan angis enten som en periode eller med henvisning til en konkret dato. Den næringsdrivende er kun forpliktet til å gi slike opplysninger dersom produsenten eller leverandøren har stilt opplysningene til rådighet for den næringsdrivende.

Kravet til opplysninger om programvareoppdateringer skal bidra til at forbrukerne kan treffe mer informerte beslutninger og samtidig fremme konkurransen mellom produsenter når det gjelder holdbarheten av varer med digitale elementer, se direktivets fortale punkt 33. Opplysningene skal formidles til forbrukerne på en enkel og tydelig måte, slik at de har mulighet til å sammenligne ulike minimumsperioder. Bestemmelsen er ikke ment å berøre de forpliktelsene som er fastsatt i EU-retten, nærmere bestemt digitaltelyselsesdirektivet og forbrukerkjøpsdirektivet (direktiv EU 2019/770 og EU 2019/771), og, hvor det er relevant, produktspesifikk EU-rett. Opplysningene om programvareoppdateringer skal gis på en slik måte at det ikke er villedende med hensyn til handelspraksisdirektivet. Det fremgår av definisjonen av programvareoppdateringer, se punkt 3.2.6, at den gjelder gratis oppdateringer.

3.4.5.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at krav til opplysninger om programvareoppdateringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav ed) gjennomføres i angrerettloven. Bestemmelsen bedrer forbrukervernet, ved at forbrukeren får praktiske opplysninger om hvor lenge det kan forventes at programvaren kan fungere ved hjelp av gratis tilgjengelige oppdateringer. At det gjelder gratis oppdateringer, følger av definisjonen av programvareoppdatering i direktivet artikkel 2 nr. 14e).

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav o.

3.4.6 Opplysninger om reparasjonsscore

3.4.6.1 Gjeldende rett

Vi har i dag ingen nasjonale regler om klassifisering av en gjenstands mulighet for å bli reparert (reparerbarhet).

3.4.6.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 3 bokstav d legger til en ny bokstav u i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1. Etter bokstav u skal den næringsdrivende gi forbrukeren opplysninger om varenes «score for reparerbarhet» (se definisjon i punkt 3.2.5), der dette er relevant.

Formålet med opplysninger om reparasjonsscore er å gi forbrukerne mulighet til å treffe en informert kjøpsbeslutning og velge varer som er lettere å reparere, jf. direktivets fortale punkt 25 og 34. Reparasjonsscore er den som er oppgitt av produsenten, og som er fastsatt på unionsplan.

3.4.6.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at direktivets bestemmelser om reparerbarhet inntas i norsk rett. Se også forslaget i punkt 3.3.7. Kunnskap om en vares reparasjonsscore før et kjøp gjøres, vil sette miljøbevisste og økonomiske forbrukerne i stand til å velge varer som er reparerbare, og dermed unngå å kaste og kjøpe nytt når en vares funksjoner svikter. Krav til å oppgi reparerbarhet vil styrke forbrukervernet, ved at forbrukerne kan vurdere en gjenstands mulighet for å bli reparert opp mot pris og andre forhold, før kjøp inngås. Systemet skal være objektivt, basert på fastsatte kriterier, og ikke produsents eller selgers subjektive vurdering. Per i dag er det fastsatt system for reparasjonsscore kun for to varer, nemlig smarttelefoner og nettbrett.

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav q.

3.4.7 Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv. (reparasjonsbegrensninger)

3.4.7.1 Gjeldende rett

I dag er det ingen rettslige krav til produsent eller selger om å gi opplysninger om det er mulig å reparere varen/tjenesten, om det finnes tilgjengelige reservedeler, kostnader for disse, tilgjengelighet av bruksanvisninger og veiledninger, i tillegg til eller dersom det ikke gis opplysninger om reparerbarhet, som omtalt i forrige punkt.

3.4.7.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 3 bokstav d endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved at det føyes til en ny bokstav v. Bokstav v slår fast at dersom det ikke er fastsatt reparasjonsscore som omfattes av bokstav u, skal den næringsdrivende, forutsatt at produsenten stiller slike opplysninger til rådighet for den næringsdrivende, gi forbrukeren opplysninger om tilgjengeligheten av, kostnadene ved og prosedyren for bestilling av reservedeler som er nødvendige for å holde varen i kontraktmessig stand. Der slik informasjon er stilt til rådighet for den næringsdrivende skal den næringsdrivende også gi forbrukeren informasjon om tilgjengeligheten av

reparasjons- og vedlikeholdsveiledninger, samt opplysninger om eventuelle reparasjonsbegrensninger.

Ifølge fortalen punkt 35 er formålet med bestemmelsen å sikre at forbrukerne er velinformerte om reparasjonsmulighetene for de varene de kjøper, i tilfeller hvor det ikke er fastsatt en score for varens reparasjonsmuligheter på unionsplan. Den næringsdrivende skal i slike tilfeller gi andre relevante reparasjonsopplysninger.

3.4.7.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at forbrukerrettighetsdirektivets krav om at den næringsdrivende skal gi opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger for varer som det ikke er satt reparasjonsscore for, jf. punkt 3.4.6, gjennomføres i angrerettloven.

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav r.

3.4.8 Utvidede opplysninger om angrerett

3.4.8.1 Gjeldende rett

Etter angrerettloven § 8 første ledd bokstav h skal den næringsdrivende på en klar og forståelig måte opplyse forbrukeren om at det foreligger angrerett, samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten, jf. § 20 første og andre ledd. Den næringsdrivende skal også gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angrerett (angreskjema). Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav h.

3.4.8.2 Endringsdirektiv – EU-direktiv 20/2673

I endringsdirektivet 20/2673 om endring av direktiv 2011/83/EU for så vidt angår avtaler om finansielle tjenesteytelser inngått ved fjernsalg og om opphevelse av direktiv 2002/65/EF artikkel 1 nr. 2 gjøres det endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav h, ved at det, hvor det er relevant, også skal gis opplysning om eksistensen og plassering av angrefunksjonen som omhandlet i artikkel 11a. Se punkt 3.6 om angrefunksjonen.

3.4.8.3 Departementets vurderinger

Som følge av at det innføres en adgang til å utøve angreretten ved hjelp av en elektronisk angrefunksjon – en «angreknapp» for avtaler som inngås elektronisk, er det nødvendig at forbrukeren før avtale inngås også får informasjon om dette. Opplysningene skal bare gis der det er relevant, dvs. ved avtaler om fjernsalg som inngås elektronisk.

Se utkast til angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav h.

3.4.9 Særlige krav for fjernsalgsavtaler som inngås elektronisk

3.4.9.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 16 stiller ekstra krav til avtaler som inngås elektronisk. I slike tilfeller skal den næringsdrivende tydelig og i fremhevet form gjøre forbrukeren oppmerksom på opplysningene fastsatt i § 8 første ledd bokstav a, e og n umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen. Opplysningene det vises til er varenes eller tjenestenes viktigste

egenskaper, pris, og avtalens varighet eller minste bindingstid om det er aktuelt, samt vilkår for oppsigelse.

Det fremgår videre av angrerettloven § 16 andre ledd at den næringsdrivende skal påse at forbrukeren uttrykkelig erkjenner at bestillingen medfører en forpliktelse til å betale. Dersom bestillingen utføres ved å aktivere en knapp eller annen funksjon skal knapp eller funksjon være merket på en lett leselig måte med «bestilling med forpliktelse til å betale» eller tilsvarende. Dersom disse kravene ikke er fylt, blir forbrukeren ikke bundet av avtalen eller bestillingen, jf. tredje ledd. Reglene i angrerettloven § 16 gjennomfører artikkel 8 nr. 2 i forbrukerrettighetsdirektivet.

3.4.9.2 Endringsdirektivet

Direktivet om forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 4 utvider kravet til opplysningene som den næringsdrivende skal gi forbrukeren umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen, ved endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 8 nr. 2 første ledd. I tillegg til opplysningene om varenes eller tjenestenes viktigste egenskaper, pris, og avtalens varighet eller minste bindingstid om det er aktuelt, samt vilkår for oppsigelse, skal det informeres om opplysningene i artikkel 6 nr. 1 bokstav la, altså om kommersiell holdbarhetsgaranti. Opplysningene om kommersiell holdbarhetsgaranti skal gis ved hjelp av en harmonisert etikett. Det fremgår av direktivets foralepunkt 38 at den næringsdrivende tydelig og i fremhevet form, og umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen, skal gjøre forbrukeren oppmerksom på den harmoniserte etiketten, slik at forbrukeren skal kunne ta høyde for opplysningene som fremgår av den før bindende avtale inngås.

3.4.9.3 Departementets vurderinger

Departementet foreslår at endringen i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 8 nr. 2 første ledd gjennomføres, ved at det i paragrafen om bruk av elektronisk kommunikasjon inntas krav om at den næringsdrivende tydelig og i fremhevet form også skal gjøre forbrukeren oppmerksom på opplysningene om kommersiell holdbarhetsgaranti umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen.

Se utkast til angrerettlov § 16 endret første ledd.

3.5 Harmonisert melding og harmonisert etikett

3.5.1 Gjeldende rett

Harmonisert melding og harmonisert etikett som informasjonsbærer etter forbrukerrettighetsdirektivet er ikke regulert i norsk rett.

3.5.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet artikkel 2 nr. 5 innfører en ny artikkel 22a i forbrukerrettighetsdirektivet kapittel V om Alminnelige bestemmelser. For å sikre at forbrukerne er velinformerte og lett kan forstå sine rettigheter innenfor hele EU, skal det, ifølge ny artikkel 22a nr. 1, benyttes en *harmonisert melding* for å formidle

opplysninger om eksistensen av den rettslige garantien for varers kontraktsmessighet som nevnt i artikkel 5 nr. 1 bokstav e og artikkel 6 nr. 1 bokstav l. Tilsvarende skal det benyttes en *harmonisert etikett* for å formidle opplysninger om en kommersiell holdbarhetsgaranti som nevnt i artikkel 5 nr. 1 bokstav ea og artikkel 6 nr. 1 bokstav la.

Bakgrunnen for kravet om harmonisert melding er, ifølge direktivets fortale punkt 27, at nylige rapporter viser at forbrukere ofte ikke kjenner til sine juridiske rettigheter i henhold til direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet). Ny artikkel 22a nr. 3 krever derfor at den harmoniserte meldingen skal inneholde de vesentligste elementene i den rettslige garantien, herunder dens minimumsvarighet på to år, som fastsatt i forbrukerkjøpsdirektivet, og en generell henvisning til muligheten for at varigheten av den rettslige garantien er lengre i henhold til nasjonal lovgivning. Dette skal forhindre at det oppstår forvirring med hensyn til opplysningene om den kommersielle garantien for holdbarhet.

Det nærmere innholdet og utformingen av den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten skal fastsettes av Kommisjonen senest innen 27. september 2025, jf. artikkel 22a nr. 2 og 4. Det er pålagt å referere til minimumsperioden på 2 år i den harmoniserte meldingen. Det fremgår av det tredje punktet i artikkel 22a at "Den harmoniserte meldingen skal inneholde hovedpunktene i den rettslige garantien for samsvar, inkludert dens minimumsvarighet på to år som angitt i direktiv (EU) 2019/771 og en generell referanse til muligheten for at varigheten av den rettslige garantien for samsvar er lengre i henhold til nasjonal lovgivning." Det vil alltid bli spesifisert at perioden kan være lengre i henhold til nasjonal lovgivning.

Den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten skal være lett gjenkjennelige og forståelige for forbrukerne, samt lette å bruke for de næringsdrivende, jf. artikkel 22a nr. 5. Det fremgår av direktivets fortale punkt 28 at den harmoniserte etiketten bør vises på en fremtredende måte og brukes på en måte som gjør det mulig for forbrukerne å lett kunne identifisere hvilke varer som drar fordel av en kommersiell garanti for holdbarhet som tilbys av produsenten uten ytterligere kostnader, dekker hele varen og har en varighet på mer enn to år. Dette kan for eksempel gjøres ved at etiketten plasseres direkte på emballasjen for en bestemt vare eller ved å plassere etiketten på en fremtredende måte på hyllen der varene som er omfattet av en slik garanti, plasseres. Dersom det er tale om nettsalg, kan etiketten plasseres ved siden av bildet av varen. Produsenter som tilbyr slike garantier, kan selv plassere den harmoniserte etiketten direkte på den bestemte varen eller på dens emballasje. Den næringsdrivende skal sørge for at den harmoniserte etiketten er klart synlig.

Det fremgår videre av fortalen punkt 28 at også den harmoniserte meldingen bør vises på en fremtredende måte, for eksempel på en iøynefallende plakat på en vegg i butikken eller ved siden av kassen. Ved nettsalg kan den vises som en generell påminnelse på den næringsdrivendes nettside.

For å unngå at forbrukerne forveksler den kommersielle garantien for holdbarhet og den rettslige garantien for kontraktsmessighet, bør det harmoniserte merket også minne

forbrukerne om at de nyter godt av den rettslige garantien (for kontraktsmessighet), se direktivets fortale punkt 26.

3.5.3 Departementets vurderinger

Det følger av opplysningskravene i forbrukerrettighetsdirektivet at visse forhåndsopplysninger skal gis ved hjelp av en harmonisert melding eller en harmonisert etikett. De næringsdrivende må derfor vite hvordan en slik melding eller etikett ser ut. Kommisjonen har igangsatt en forberedende studie for å spesifisere utformingen og innholdet av den harmoniserte meldingen basert på omfattende tilbakemeldinger fra interessenter, inkludert individuelle forbrukere og forhandlere/produsenter. Flere prototyper har blitt presentert og diskutert med interessenter og medlemsstater. De fleste prototyper har introdusert en QR-kode/nettlenke som kan referere til de nasjonale (spesifikke) reglene. Disse prototypene vil bli testet med forbrukere i flere land. Fastsettelse av utseende og innhold på harmonisert melding og etikett vil kunne gjøres i forskrift, etter at Kommisjonen har utarbeidet melding og etikett. Departementet foreslår at forskriftshjemmel for bestemmelser om harmonisert melding og etikett inntas i avtaleloven og angrerettloven.

Departementet foreslår at forskriftshjemmelen i angrerettloven § 8 femte ledd utvides, til også å hjemle harmonisert melding og harmonisert etikett. I avtaleloven foreslås forskriftshjemmel inntatt i bestemmelsene om opplysninger om rettslig garanti og kommersiell holdbarhetsgaranti i § 38b femte og sjette ledd. Dersom Kommisjonens gjennomføringsrettsakt vedtas i form av en forordning, må den gjennomføres ved at det inntas en inkorporasjonsbestemmelse i de nevnte paragrafene i angrerettloven og i avtaleloven.

Se utkast til angrerettloven § 8 femte ledd nytt andre punktum og avtaleloven § 38 b nr. 5 og nr. 6.

3.6 Elektronisk angrefunksjon – «angreknapp»

3.6.1 Gjeldende rett

Næringsdrivende skal på en klar og forståelig måte gi forbrukere forhåndsopplysninger om varen eller tjenesten de ønsker å selge, før avtale inngås. For avtaler som inngås utenfor faste forretningslokaler eller ved fjernsalg, skal det også opplyses om det foreligger angrerett, samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten. Den næringsdrivende skal også gi forbrukeren et standard angreskjema. Dette følger av angrerettloven § 8 første ledd bokstav h som gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav h. Angreretten må utøves innen angrefristens utløp ved å gi en melding til den næringsdrivende. Meldingen kan fremsettes ved bruk av utfylt angreskjema eller ved fremsettelse av annen utvetydig erklæring, jf. angrerettloven § 20. Dersom den næringsdrivende gir forbrukeren adgang til å gi meldingen om at vedkommende angrer seg elektronisk, skal den næringsdrivende

umiddelbart bekrefte på et varig medium at meldingen er mottatt. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 11.

3.6.2 Endringsdirektiv – (EU) 2023/2673

Europaparlamentets og Rådets direktiv (EU) 2023/2673 av 22. november 2023 gjør endring i forbrukerrettighetsdirektivet ved å føye en ny artikkel 11a til forbrukerrettighetsdirektivet, jf. dette endringsdirektivet artikkel 1 nr. 3. Bestemmelsen gjelder fjernsalg som inngås elektronisk – ved en «onlinegrenseflate». Bestemmelsen pålegger næringsdrivende å legge til rette for at forbrukeren også kan utøve angreretten ved hjelp av en angrefunksjon. De nærmere kravene til utforming av angrefunksjonen fremgår av artikkel 11 a nr. 1 til 5. Bestemmelsen gjelder generelt, ikke bare for finansielle tjenester.

Angrefunksjonen skal være merket med ordene «angre avtalen» eller tilsvarende utvetydig formulering på en lett leselig måte. Angrefunksjonen skal være uavbrutt tilgjengelig i hele perioden inntil angrefristen utløper. Den skal ha en fremtredende plass på onlinegrenseflaten og være lett tilgjengelig for forbrukeren, jf. forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 11a nr. 1.

Det følger av fortalen nr. 37 til endringsdirektivet at en onlinegrenseflate f.eks. kan være et nettsted eller en applikasjon. I henhold til fortalen skal angrefunksjonen sikre at forbrukerne kan angre på en avtale like enkelt som de kan inngå den.

Det siteres fra fortalen, i dansk språkversjon: (fortryde = angre)

«Forbrukeren bør f.eks. ikke være forpliktet til at foretage handlinger for at finde eller tilgå funktionen, f.eks. download af en applikation, hvis aftalen ikke blev indgået via den pågældende applikation. For at lette processen kan den erhvervsdrivende f.eks. tilbyde hyperlinks, der leder forbrukeren til fortrydelsesfunktionen. Forbrukeren bør have mulighed for at fremsætte fortrydelseserklæringen og give eller bekræfte de oplysninger, der er nødvendige for at identificere aftalen. F.eks. bør en forbruger, der allerede har identificeret sig selv, f.eks. ved at logge ind, kunne fortryde aftalen uden igen at skulle identificere sig eller, hvor det er relevant, identificere den aftale, som vedkommende ønsker at fortryde.»

I henhold til artikkel 11a nr. 2 skal angrefunksjonen gjøre det mulig å angre seg online, og dermed underrette den næringsdrivende om at forbrukeren ønsker å angre på avtalen. Ved hjelp av online angreerklæring skal forbrukeren lett kunne gi eller bekrefte opplysninger om sitt navn, opplysninger som identifiserer avtalen som forbrukeren ønsker å angre på, og opplysninger om ved hvilken elektronisk måte forbrukeren ønsker å få bekreftet at angreretten er benyttet.

Den næringsdrivende skal i henhold til artikkel 11a nr. 3 gjøre det mulig for forbrukeren å sende inn angreerklæringen ved hjelp av en bekreftelsesfunksjon som skal være merket med ordene «Bekreft bruk av angrerett» eller tilsvarende utvetydig formulering. Etter at forbrukeren har aktivert bekreftelsesfunksjonen, skal den næringsdrivende uten unødige forsinkelse sende forbrukeren en kvittering for mottatt bruk av angreretten på et varig medium. Bekreftelsen skal inneholde dato og tidspunktet forbrukeren benyttet

angrefunksjonen. Det følger av fortalen punkt 37 at bekreftelsen fra forbrukeren skal hindre at forbrukeren utøver angreretten utilsiktet.

Forbrukeren skal i henhold til artikkel 11 a nr. 5 anses for å ha utøvet angreretten innenfor angrefristen, dersom vedkommende har sendt inn onlineangreerklæringen innen fristens utløp.

Det følger videre av fortalen at formålet med angrefunksjonen er å øke forbrukernes bevissthet om angreretten, og gjøre det enklere å bruke denne muligheten. Hvis forbrukeren har bestilt flere varer eller tjenester ved samme fjernsalgsavtale, skal den næringsdrivende gi forbrukeren mulighet til å angre kun en del av avtalen.

3.6.3 Departementets vurderinger

Angrerettloven gjelder avtaler som inngås ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler, altså ved messesalg, dørsalg mv. Fjernsalg kan også foregå på ulike måter, f.eks. per telefon, postordre eller per e-post. Den nye artikkel 11 a i forbrukerrettighetsdirektivet om en online angrefunksjon er kun aktuell for fjernsalg i form av kjøp som gjøres direkte via et nettsted. Bestemmelsen gjelder generelt, ikke bare for finansielle tjenester, og det foreslås derfor at bestemmelsen gjennomføres i angrerettloven. De øvrige bestemmelsene i direktivet vurderes av Justis- og beredskapsdepartementet.

Funksjonen skal gjøre det enklere for forbrukeren å utøve angreretten. Funksjonen innebærer at forbrukeren ikke behøver å returnere et angreskjema eller selv formulere en melding om at vedkommende vil bruke angreretten og som sendes innen angrefristens utløp. En slik melding kan sendes per brev, e-post eller SMS. Det følger av angrerettloven § 20 siste ledd at det er forbrukeren som har bevisbyrden for at angreretten er benyttet innenfor angrefristen. Ved en online angrefunksjon kan meldingen om bruk av angreretten sendes nettstedet (onlinegrensesnittet) der varen eller tjenesten ble kjøpt. Den næringsdrivende må derfor gjøre det enkelt for forbrukeren å finne tilbake til dette nettstedet, enten ved en pålogging (dersom pålogging ble anvendt ved kjøpet) eller på annen måte. Selv om angrefunksjonen skal gjøre det enklere for forbrukeren å utøve angreretten, innebærer ikke endringen lettelse for den næringsdrivende. Direktivet letter ikke på den næringsdrivendes plikt til å gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angrerett, jf. angrerettloven § 8 første ledd bokstav h, eller plikten til å opplyse om fremgangsmåte for å utøve angrerett, vilkår og tidsfrister. Reglene i angrerettloven § 21 tredje ledd om at manglende opplysninger om angreretten i § 8 første ledd bokstav h forlenger angrefristen med 12 måneder, skal fortsatt gjelde.

Departementet foreslår at forbrukerrettighetsdirektivets artikkel 11 a gjennomføres i angrerettloven. Departementet foreslår også at kravene til forhåndsopplysninger om angrefunksjonen gjennomføres.

Se utkast til endringer i angrerettloven § 8 a første ledd bokstav h, § 20 og ny § 20a.

4 Økonomiske og administrative konsekvenser

4.1 Innledning

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (endringsdirektivet) endrer handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet, som begge er gjennomført i norsk rett i markedsføringsloven, angrerettloven, avtaleloven og i forskrift om urimelig handelspraksis. Endringsdirektivet er totalharmonisert. Under forutsetning av at endringsdirektivet innlemmes i EØS-avtalen, er Norge derfor forpliktet til å opprettholde eller innføre nasjonale regler som tilsvarer endringsdirektivets regler.

I det følgende gjengis en kort omtale av Kommisjonens konsekvensanalyse. Deretter vurderes lov- og forskriftsforslagets økonomiske og administrative konsekvenser for næringsliv, forbrukere, det offentlige og miljøet i Norge.

4.2 Kommisjonens konsekvensanalyse

Endringsdirektivet bygger på Kommisjonens konsekvensanalyse av 30. mars 2022. Konsekvensanalysen og informasjon om denne er tilgjengelig her: [Proposal for a Directive on empowering consumers for the green transition and annex | European Commission \(europa.eu\)](#). Konsekvensanalysen var omtalt i departementets høringsnotat fra 2022 punkt 1.2 og 4.

Kommisjonens konsekvensanalyse viser at:

- forbrukerne mangler pålitelig informasjon om produkters bærekraft (bl.a. miljøegenskaper, holdbarhet og muligheter for reparasjon).
- forbrukerne opplever villedende handelspraksis. Eksempler på slik praksis er førtidig produktsvikt, uklare eller udokumenterte villedende miljøpåstander i markedsføring («grønnvasking») og manglende transparens og troverdighet for bærekraftsmerker og tjenester, herunder digitale informasjonsverktøy, som sammenligner produkters bærekraftsegenskaper.

Dette er ikke i samsvar med målet for den europeiske grønne given, som er å skape et skifte til en mer miljømessig bærekraftig økonomi og et mer miljømessig bærekraftig samfunn. Forbrukernes tillit til opplysninger om miljøegenskaper er redusert. Det forhindrer også forbrukerne i å aktivt bidra til den grønne omstillingen. Det er også et problem for seriøse næringsdrivende som tilbyr reelt bærekraftige produkter.

En undersøkelse knyttet til 150 miljøpåstander viste at en betydelig andel (53,3%) ga vage, villedende eller ubegrunnede opplysninger om produkters miljøegenskaper i hele EU og i en lang rekke produktgrupper (både i reklamer og på produktet) (European Commission, Environmental claims in the EU – inventory and reliability assessment, 2020).

Kommisjonen viser også til behovet for felles regelverk. Dersom EU-landene nå innfører forskjellig nasjonal regulering som løsning på de problemene som er beskrevet, risikerer

de næringsdrivende unødvendig høye kostnader ved å måtte forholde seg til fragmentert og ulikt regelverk. Konsekvensanalysen viser videre at det i dag ikke tas tilstrekkelig hånd om virkningene for miljøet av ikke-bærekraftige forbruksvalg. Disse problemenes søkes løst ved:

- krav om opplysninger som skal gis til forbrukerne i forbindelse med avtaler/kjøp, og
- regler som styrker beskyttelsen av forbrukerne mot urimelig handelspraksis.

Konsekvensanalysen konkluderer med at forslaget kan ventes å styrke europeisk forbrukervelferd med minst 12,5 til 19,4 milliarder euro over en 15-årsperiode.

Tilpasningskostnader for europeisk næringsliv anslås til mellom 9,1 og 10,4 milliarder euro. Dette tilsvarer gjennomsnittlige engangskostnader per næringsdrivende på mellom 556 og 568 euro, etterfulgt av årlige kostnader på mellom 64 og 79 euro i 15 år.

På den annen side antar Kommisjonen at seriøse næringsdrivende vil oppleve betydelige fordeler som følge av at mindre seriøse konkurrenter vil måtte tilpasse seg bærekraftig handelspraksis.

Endelig antar Kommisjonen at gjennomsnittlige håndhevingskostnader for offentlige myndigheter vil beløpe seg til mellom 440 000 og 500 000 euro årlig per land.

4.3 Konsekvenser for næringsdrivende

Flere av lovforslagene er en kodifisering av gjeldende rett og dermed en lovfesting av krav som næringsdrivende allerede må forholde seg til. Konsekvensene og kostnadene for næringsdrivende som følger dagens regler vil derfor være begrenset. Enkelte av lovforslagene, samt de nye punktene på svartelisten, medfører imidlertid nye krav for næringsdrivende. Reglene i endringsdirektivet er for det meste fullharmonisert, det vil si at de samme reglene vil gjelde også i andre EU/EØS-medlemsstater og gir ikke nasjonalt handlingsrom.

Kommisjonens konsekvensanalyse anslår at tilpasningskostnader for europeisk næringsliv blir mellom 9,1 og 10,4 milliarder euro, jf. omtalen i punkt 4.2 ovenfor. Dette tilsvarer gjennomsnittlige engangskostnader per næringsdrivende på mellom 556 og 568 euro, etterfulgt av årlige kostnader på mellom 64 og 79 euro i 15 år. Departementet har ikke foretatt tilsvarende analyse for norske næringsdrivende, men tallene per næringsdrivende antas å bli relativt beskjedne.

Departementet viser til endringsdirektivets fortale punkt 1 hvor det står at dersom man sikrer at miljøpåstander er rimelige, forståelige og pålitelige, vil næringsdrivende kunne operere på like vilkår, mens forbrukerne vil kunne velge produkter som faktisk er bedre for miljøet enn konkurrerende produkter. Det står videre at dette vil oppmuntre til konkurranse som gir mer miljømessige bærekraftige produkter, noe som igjen vil redusere den negative innvirkningen på miljøet. Departementet viser også til Kommisjonens konsekvensanalyse hvor det heter at seriøse næringsdrivende vil oppleve betydelige fordeler som følge av at mindre seriøse konkurrenter vil måtte tilpasse seg bærekraftig

handelspraksis. Departementet antar derfor at lov- og forskriftsforslaget vil kunne ha en positiv effekt på konkurransen mellom næringsdrivende, samt være en fordel for seriøse aktører. Departementet antar også at harmoniserte og klarere regler kan føre til større rettsklarhet og reduserte kostnader, særlig for næringsdrivende med virksomhet i flere europeiske land.

Større rettsklarhet vil også være en fordel for små og mellomstore bedrifter fordi ressurser og kostnader til å forstå og innrette seg etter de nye reglene vil kunne reduseres. Forslaget til nye definisjoner vil også kunne bidra til større rettssikkerhet og forutberegnelighet.

Forbrukertilsynet vil kunne informere og gi veiledning til næringsdrivende om de nye reglene, blant annet gjennom informasjon på hjemmesiden og ved å oppdatere sin veileder om bærekraftspåstander. Dette vil bidra til å gjøre det enklere for næringsdrivende å forstå og innrette seg etter de nye reglene.

Kommisjonens veiledning til handelspraksisdirektivet har også et eget punkt om miljøpåstander i punkt 4.1.1. Kommisjonen har også publisert en veiledning til forbrukerrettighetsdirektivet. I endringsdirektivets fortale punkt 42 står det at det er viktig at Kommisjonen holder veiledningsdokumentene for handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet oppdatert, slik at de tar hensyn til innholdet i empowerment-direktivet. [EUR-Lex - 52021XC1229\(05\) - EN - EUR-Lex.](#)

Departementet viser til at forslaget vil berøre alle næringsdrivende som markedsfører miljøpåstander mv. overfor forbrukere, samt alle næringsdrivende som selger varer og tjenester til forbrukere. Det antas at kostnader til innrettelse av de nye reglene vil være relativt beskjedne. Det vises for øvrig til Kommisjonens konsekvensanalyse, men det er ikke foretatt noen egen analyse av det norske markedet. Departementet har ikke vurdert særskilt hvordan lovforslaget berører små og mellomstore næringsdrivende. Det vises til at det ikke er handlingsrom i endringsdirektivet til å gjøre tilpasninger eller unntak for små og mellomstore næringsdrivende.

Det vises også til at mange av reglene i forslaget gjelder miljøpåstander, og at det er opp til næringsdrivende å velge om de vil markedsføre miljøpåstander eller ikke. Forslaget antas også som nevnt å fremme konkurransen mellom næringsdrivende og vil være en fordel for seriøse aktører. Forslaget antas derfor ikke å begrense bedrifters innovasjon og konkurranseevne.

Departementet viser til at Forbrukertilsynet har hjemmel til å ilegge overtredelsesgebyr for brudd på markedsføringsloven §§ 6 til 9 samt svartelisten, jf. markedsføringsloven § 42. Men det forutsetter at vilkårene i § 42 er oppfylt, det vil si at overtredelsen anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, og overtredelsen har skjedd forsettlig eller uaktsomt. Departementet har gitt forskrift om nærmere regler om utmåling av overtredelsesgebyr, jf. § 42 andre ledd, se forskrift 14. februar nr. 193 om utmåling av tvangsmulkt og overtredelsesgebyr.

4.4 Konsekvenser for forbrukere

Formålet med de nye reglene er blant annet å sette forbrukerne i stand til å treffe informerte kjøpsbeslutninger og med det bidra til mer bærekraftige forbruksmønstre, jf. endringsdirektivets fortale punkt 1. De nye reglene vil gi forbrukere bedre informasjon og bekjempe urimelig handelspraksis i form av blant annet for tidlig foreldelse av varer, villedende miljøpåstander («grønnvasking») og bærekraftsmerker som ikke er tydelige og troverdige. Reglene vil følgelig kunne ha positive konsekvenser for forbrukernes mulighet til å kunne treffe informerte kjøpsbeslutninger. Kommisjonens konsekvensanalyse konkluderer med at de nye reglene kan ventes å styrke samlet europeisk forbrukervelferd med minst 12,5 til 19,4 milliarder euro over en 15-årsperiode. Departementet har ikke foretatt en tilsvarende analyse avgrenset til norsk forbrukervelferd.

4.5 Konsekvenser for det offentlige

I høringen av Kommisjonens direktivforslag i 2022 pekte Forbrukertilsynet på at forslaget i stor grad kodifiserer gjeldende rett, og at de foreslåtte endringene ikke vil få store konsekvenser for næringsdrivende. Forbrukertilsynet viste til at det for håndhevingsmyndighetene trolig vil bli enklere å håndheve villedende og/eller udokumentert bruk av klima- og miljøpåstander i markedsføring. Plasseringen av flere av reglene i svartelisten vil lette Forbrukertilsynets tilsynsarbeid, da det ikke nødvendigvis vil kreve omfattende konkrete vurderinger å konstatere lovbrudd i en del typetilfeller som i dag kan være ressurskrevende å undersøke. Departementet slutter seg til Forbrukertilsynets vurdering.

Departementet viser til at Forbrukertilsynet allerede i dag arbeider med miljø- og bærekraftspåstander i markedsføring. Dette kan innebære at økte tilsyns- og håndhevingskostnader vil ligge i det nedre sjikt eller under anslaget i Kommisjonens konsekvensanalyse.

I endringsdirektivets fortale punkt 1 står det at de nye reglene vil sette nasjonale organer i stand til å ta i tak i villedende miljømarkedsføring mv. på en effektiv måte.

Endringene medfører også på enkelte punkter økt rettslig klarhet, noe som vil være til fordel både for de næringsdrivende og for Forbrukertilsynet. Utvidelsen av svartelisten vil i betydelig grad styrke tilsynsmyndighetenes mulighet til effektiv håndheving av regelverket.

Departementet legger til grunn at Forbrukertilsynet vil gi næringsdrivende nettbasert veiledning samt ved å oppdatere sin veileder på hjemmesiden om bærekraftspåstander.

I Kommisjonens konsekvensanalyse antas det at gjennomsnittlige håndhevingskostnader for offentlige myndigheter vil beløpe seg til mellom 440 000 og 500 000 euro årlig per land. Departementet har ikke foretatt en tilsvarende analyse for Forbrukertilsynet i Norge, men antar at håndhevingskostnadene vil være relativt beskjedne.

Etter departementets vurdering vil lov- og forskriftsforslaget samlet sett ikke medføre økonomiske og administrative konsekvenser av vesentlig betydning for Forbrukertilsynet

eller Markedsrådet. Det legges til grunn at Forbrukertilsynet kan føre tilsyn med de nye reglene innenfor gjeldende budsjettamme.

4.6 Konsekvenser for miljøet

Formålet med endringsdirektivet er blant annet å bidra til høy grad av miljøvern og å gjøre framskritt i det grønne skiftet, og å bidra til mer bærekraftige forbruksmønstre, jf. fortalen punkt 1. De nye reglene vil gi mer miljømessig bærekraftige produkter, noe som igjen vil redusere den negative innvirkningen på miljøet.

I Kommisjonens konsekvensanalyse står det at forbrukerne vil være mer tilbøyelig til å velge produkter som er bærekraftig (dvs. framstilt med lavere miljøpåvirkning, som forventes å vare lenger og bli reparert oftere). Ifølge Kommisjonens konsekvensanalyse ventes de nye reglene å styrke miljøet ved å bidra til å begrense CO₂-utslipp med 5 til 7 millioner tonn CO₂-ekvivalenter over 15 år i EU. Departementet har ikke gjort tilsvarende vurdering for Norge, men antar at de nye reglene vil begrense CO₂-utslipp i en viss grad også i Norge.

5 Merknader til lovforslaget

5.1 Markedsføringsloven

Til markedsføringsloven § 5

Ny bokstav d definerer begrepet «varer». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav a, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «varer» i artikkel 2 bokstav ca. Se de generelle merknadene punkt 2.2.2.

Ny bokstav e er tidligere bokstav d (handelspraksis), som er forskjøvet på grunn av ny bokstav d.

Ny bokstav f er tidligere bokstav e (garanti), som er forskjøvet på grunn av ny bokstav d.

Bokstav g definerer begrepet «miljøpåstand». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «miljøpåstand» i artikkel 2 bokstav o. Se de generelle merknadene punkt 2.2.3.

Bokstav h definerer begrepet «generell miljøpåstand». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1

bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «generell miljøpåstand» i artikkel 2 bokstav p. Se de generelle merknadene punkt 2.2.4.

Bokstav i definerer begrepet «bærekraftsmerke». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «bærekraftsmerke» i artikkel 2 bokstav q. Se de generelle merknadene punkt 2.2.5.

Bokstav j definerer begrepet «sertifiseringsordning». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «sertifiseringsordning» i artikkel 2 bokstav r. Se de generelle merknadene punkt 2.2.6.

Bokstav k definerer begrepet «anerkjente fremragende miljøprestasjoner». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i artikkel 2 bokstav s. Se de generelle merknadene punkt 2.2.7.

Bokstav l definerer begrepet «holdbarhet». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «holdbarhet» i artikkel 2 bokstav t. Se de generelle merknadene punkt 2.2.8.

Bokstav m definerer begrepet «programvareoppdatering». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «programvareoppdatering» i artikkel 2 bokstav u. Se de generelle merknadene punkt 2.2.9.

Bokstav n definerer begrepet «forbruksvare». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «forbruksvare» i artikkel 2 bokstav v. Se de generelle merknadene punkt 2.2.10.

Bokstav o definerer begrepet «funksjonalitet». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en ny definisjon av «funksjonalitet» i artikkel 2 bokstav w. Se de generelle merknadene punkt 2.2.11.

Til markedsføringsloven § 7

Første ledd bokstav b om ytelsens hovedegenskaper utvides med «*miljøegenskaper eller sosiale egenskaper*», og «*aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter*». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 2 bokstav a, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav b, og er nærmere omtalt i endringsdirektivets fortale punkt nr. 3. Se de generelle merknadene punkt 2.3.

Andre ledd bokstav c er ny og slår fast at en handelspraksis er villedende dersom det framsettes en miljøpåstand knyttet til framtidige miljøprestasjoner uten å oppfylle nærmere krav til gjennomføringsplan. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 2 bokstav b, som legger til en ny praksis på listen over villedende handelspraksis i direktivet om urimelig handelspraksis artikkel 6 nr. 2 bokstav d. Se de generelle merknadene punkt 2.4.

Andre ledd bokstav d er ny og slår fast at en handelspraksis er villedende dersom det markedsføres irrelevante fordeler. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 2 bokstav b, som legger til en ny praksis på listen over villedende handelspraksis i direktivet om urimelig handelspraksis artikkel 6 nr. 2 bokstav e. Se de generelle merknadene punkt 2.4.

Til markedsføringsloven § 8

Nytt syvende ledd angir hvilke opplysninger som skal anses som vesentlige opplysninger ved sammenligningstjenester som angir bærekraftsegenskaper og sosiale egenskaper. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (2024/825/EU) artikkel 1 nr. 3, som legger til en ny praksis på listen over villedende handelspraksis i direktivet om urimelig handelspraksis artikkel 7 nr. 7. Se de generelle merknadene punkt 2.5.

5.2 Angrerettloven

Til endringene i § 2 bokstav i

Endringen retter opp en inkurie, ved at punktum erstattes av komma.

Til endringene i § 5

Til bokstav o

Endringen består i å erstatte punktum med komma, fordi det føyes til flere definisjoner.

Til bokstav p

Bokstav p definerer begrepet «kommersiell holdbarhetsgaranti»

Kommersiell holdbarhetsgaranti avviker fra annen kommersiell garanti, ved at opplysninger om kommersiell garanti for holdbarhet skal gis ved bruk av et harmonisert merke. Annen kommersiell garanti er ikke definert i loven, men er anvendt i opplysningsbestemmelsen i § 8 første ledd bokstav r.

Bokstav p gjennomfører endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 1 bokstav 14a, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.2 og 3.5.

Til bokstav q

Bokstav q definerer begrepet «holdbarhet» og gjennomfører endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 1 bokstav 14b, etter endring ved Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825 artikkel 2 nr. 1. Definisjonen i forbrukerrettighetsdirektivets bokstav 14b inneholder henvisning til definisjonen i forbrukerkjøpsdirektivets artikkel 2 nr. 13 som er inntatt i lovteksten. Se de generelle merknadene punkt 3.2.3.

Til bokstav r

Bestemmelsen definerer «produsent» og gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivets definisjon i artikkel 2 nr. 1 bokstav 14 c etter endring ved Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.4.

Til bokstav s

Bestemmelsen definerer begrepet «reparasjonsscore» og gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivets definisjon om reparasjonsscore i artikkel 2 nr. 1 bokstav 14d, etter endring ved Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.5.

Til bokstav t

Bestemmelsen definerer begrepet «programvareoppdatering» og gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivets definisjon om reparasjonsscore i artikkel 2 nr. 1 bokstav 14e, etter endring ved Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.6.

Til § 8 første ledd

Til endringene i bokstav g

Bokstav g gjennomfører endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav g om miljøvennlige leveringsalternativer mv. etter endring ved Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.1.

Til endringene i bokstav h

Bestemmelsen gjennomfører endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 første ledd bokstav h, jf. direktiv 2023/267, krav til forhåndsopplysninger om ev. angrefunksjon. Bestemmelsen supplerer opplysningene om angrerett og måter angrerett kan utøves på.

Se de generelle merknadene punkt 3.6.

Til endringene i bokstav l

Endringene tilsvarende endringene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 3 bokstav b, ved at kravet til opplysninger om den rettslige garantien utvides, mens informasjonskravet som gjelder digitalt innhold og digital tjeneste utelates fra bestemmelsen. Se ny bokstav n. Kravets varighet på minst to år henger sammen med kravet i forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771) som er gjennomført i forbrukerkjøpsloven.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.2.

Til ny bokstav m

Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ny bokstav la, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 3 bokstav c, om den næringsdrivendes plikt til å gi forbrukeren forhåndsopplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti. Kommersiell holdbarhetsgaranti er definert i § 5 bokstav p.

Innholdet i senere bokstaver i angrerettloven § 8 første ledd er forskjøvet, slik at innholdet i gjeldende bokstav m er flyttet til ny bokstav r.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.3.

Til ny bokstav n

Bestemmelsen gjelder rettslig garanti for at digitalt innhold og digitale tjenester er kontraktsmessige, det vil si at de ikke inneholder mangler. Opplysningskravet gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ny bokstav lb. Innholdet i bokstav n er flyttet fra bokstav l som gjennomførte forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l, slik den lød etter gjennomføringen av endringene i forbrukerrettighetsdirektivet i forbindelse med moderniseringsdirektivet. Digitalt innhold og digital tjeneste er definert i angrerettloven § 5 henholdsvis bokstav i og j.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.4.

Til ny bokstav o

Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav lc, og gjelder opplysninger om tilgjengeligheten av programvareoppdateringer. Plikten for den næringsdrivende til å gi opplysningene om minimumsperioden programvareoppdateringer leveres forutsetter at produsenten eller leverandøren av programvaren har gjort opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende. Det fremgår av definisjonen av programvareoppdateringer i § 5 bokstav t at opplysningskravet gjelder programvareoppdatering som er gratis.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.5.

Til ny bokstav p

Innholdet tilsvarende tidligere bokstav r om ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier som gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav m. I forbindelse med gjennomføring av moderniseringsdirektivet ble innholdet flyttet fra bokstav l til bokstav r. Nå flyttes innholdet til ny bokstav p for å stå etter øvrige bestemmelser om garantier. Til forskjell fra opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti skal ikke kommersiell garanti som ikke gjelder holdbarhet, fremgå av harmonisert etikett.

Se Prop. 50 LS (2022-2023) om gjennomføring av moderniseringsdirektivet punkt 8.5.4.5 og Prop. 64 L (2013-2014) punkt 3.3.16.

Til ny bokstav q

Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ny bokstav u. Bestemmelsen gjelder det nye begrepet «reparasjonsscore». En score for en vare skal oppgis dersom det er utarbeidet et harmonisert scoresystem for varen i EU.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.6.

Til ny bokstav r

Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ny bokstav v. Bestemmelsen forutsetter at det ikke er utarbeidet reparasjonsscore for varen.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.7.

Til bokstav s

Innholdet tilsvarer tidligere bokstav m om relevante atferdsregler mv. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav n. Se Prop. 64 L (2013-2014) punkt 3.3.17.

Til bokstav t

Innholdet tilsvarer tidligere bokstav n om avtalens varighet og om forbrukerens minste bindingstid. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav o og p. Se Prop. 64 L (2013-2014) punkt 3.3.18 og 3.3.19.

Til bokstav u

Innholdet tilsvarer tidligere bokstav o om eventuelle depositum eller andre økonomiske garantier. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav q. Se Prop. 64 L (2013-2014) punkt 3.3.20.

Til bokstav v

Innholdet tilsvarer tidligere bokstav p om utenrettslig klage- og erstatningsordning. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav t. Se Prop. 64 L (2013-2014) punkt 3.3.21.

Til bokstav w

Innholdet tilsvarer tidligere bokstav q om personlig tilpasset pris. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav ea. Se Prop. 50 LS (2022-2023) om gjennomføring av moderniseringsdirektivet punkt 8.5.3.

Til endringer i § 8 femte ledd siste punktum

Forskriftshjemmelen åpner for å nedfelle i forskrift kravene til harmonisert etikett og melding som Kommisjonen skal utarbeide. At etikett og melding er harmonisert betyr at de skal være ens i EU-EØS-området, og derfor enkle å kjenne igjen for forbrukerne. Se de generelle merknadene punkt 3.5.

Til endringer i § 16

Bestemmelsen utvider de særlige kravene ved elektroniske fjernsalgsavtaler, ved at det også skal opplyses om ev. kommersiell holdbarhetsgaranti. Kravene til opplysninger om avtalens varighet og ev. minste bindingstid mv., det som tidligere stod i bokstav n, er flyttet til bokstav t.

Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 8 nr. 2 første ledd, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 4.

Se de generelle merknadene punkt 3.4.8.

Til endringer i § 20

Endringene supplerer gjeldende bestemmelse om utøvelse av angrerett med opplysninger om adgang til å utøve angreretten ved hjelp av den elektroniske angrefunksjonen omtalt i § 20a. At en avtale er inngått elektronisk, og det foreligger en elektronisk angrefunksjon, fratar ikke forbrukeren retten til å utøve angreretten ved bruk av standardisert angreskjema, eller på annen måte.

Se de generelle merknadene punkt 3.6.

Til § 20a

Paragrafen gjelder elektronisk angrefunksjon og gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 11a, jf. direktiv 2023/2673.

Se de generelle merknadene punkt 3.6.

5.3 Avtaleloven

Til endringene i § 38 a

Bestemmelsen inneholder avgrensning av kapitlets virkeområde og definisjoner. Dette synliggjøres ved endret overskrift.

Til nytt andre ledd

Til nr. 1 og nr. 2

Bestemmelsene viderefører definisjonene i avtaleloven § 38 a andre ledd. Endringen innebærer at definisjonene fremstår i tilsvarende oppsett som etterfølgende definisjoner.

Til nr. 3

Bestemmelsen definerer «kommersiell holdbarhetsgaranti» og gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14a, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.2 og 3.5.

Til nr. 4

Bestemmelsen definerer «holdbarhet». Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14b, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.3.

Til nr. 5

Bestemmelsen definerer «produsent». Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14c, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.4.

Til nr. 6

Bestemmelsen definerer «reparasjonsscore». Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14d, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.5.

Til nr. 7

Bestemmelsen definerer «programvareoppdatering». Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14e, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 1.

Se de generelle merknadene punkt 3.2.6.

Til endringene i § 38 b første ledd

Til endringene i nr. 5

Bestemmelsen inneholder krav til opplysninger om rettslig garanti som skal gis ved hjelp av en harmonisert melding. Bestemmelsen inneholder også en hjemmel for departementet til å gi forskrift om harmonisert melding. Med dette får Barne- og familiedepartementet forskriftskompetanse.

Nr. 5 gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr.1 bokstav e, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav a. Etter nr. 5 skal den næringsdrivende gi opplysninger om at det eksisterer en rettslig garanti for at varen er kontraktsmessig, dvs. mangelfri. Opplysning om at den rettslige garantien gjelder i minst to år fremgår også av forbrukerkjøpsdirektivet (EU 2019/771). To års varighet er et minimum. Dersom nasjonal garanti er lenger for den enkelte vare, er det den lengre garantien som den næringsdrivende må opplyse om. Opplysninger om eksistensen av den rettslige garantien

skal fremgå ved bruk av en harmonisert melding. Denne meldingen skal EU-kommisjonen utarbeide.

De gjeldende opplysningskravene om rettslig forpliktelse til å levere digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse, er flyttet ut av nr. 5.

Se de generelle merknadene punkt 3.3.2 og 3.5.

Til nr. 6

Bestemmelsen gjelder krav til opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti som er kostnadsfritt for forbrukeren. Det skal opplyses om kommersiell holdbarhetsgaranti ved hjelp av en harmonisert etikett.

Bestemmelsen om kommersiell holdbarhetsgaranti i nr. 6 avviker fra kommersiell garanti i nr. 8 som er mer generell, og som ikke skal fremgå av harmonisert etikett. Bestemmelsen inneholder hjemmel til å gi forskrift om harmonisert etikett.

Bestemmelsen gjennomfører endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav b som gjør endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav ea.

Se de generelle merknadene punkt 3.3.3 og 3.5.

Til nr. 7

Bestemmelsen gjelder krav til opplysninger om rettslig garanti for digitalt innhold og digital tjeneste. At ytelsene må være kontraktsmessige, innebærer at de må være mangelfrie. Bestemmelsen gjennomfører endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav b som gjør endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav eb. Det materielle innholdet i nr. 7 stod tidligere i nr. 5, men med noe annen ordlyd.

Se de generelle merknadene punkt 3.3.4.

Til nr. 8

Bestemmelsen gjelder opplysninger om ettersalgsservice og kommersielle garantier. Den gjennomfører endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav b som gjør endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved ny bokstav ec. Endringen i avtaleloven er av redaksjonell art, ved at innholdet er flyttet fra tidligere nr. 5.

Se de generelle merknadene punkt 3.3.4.

Til nr. 9

Bestemmelsen gjelder krav til forhåndsopplysninger om minimumsperioden produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer. Bestemmelsen gjennomfører

endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav b som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved ny bokstav ed.

Se de generelle merknadene punkt 3.3.6

Til nr. 10

Bestemmelsen gjelder krav til opplysninger om «reparasjonsscore».

Bestemmelsen gjennomfører endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav c, som føyer en ny bokstav i til forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1. Reparasjonsscore for varer skal fastsettes i EU. Systemet skal innebære at scoren blir fastsatt etter et mest mulig objektivt system som gjør det mulig å sammenligne ulike produsenters vare av samme type.

Se de generelle merknadene punkt 3.3.7.

Til nr. 11

Bestemmelsen gjelder krav til forhåndsopplysninger som skal gis forbrukeren dersom det ikke er utarbeidet krav til reparasjonsscore, jf. nr. 10. Bestemmelsen gjennomfører endringsdirektivet artikkel 2 nr. 2 bokstav c, som føyer en ny bokstav j til forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1.

Se merknadene til angreterettloven § 8 første ledd bokstav q, og de generelle merknadene punkt 3.3.8.

6 Forslag til lov- og forskriftsendringer

6.1 Forslag til lovendringer

6.1.1 Markedsføringsloven

I lov 1. september 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven) gjøres følgende endringer:

Endringer i § 5:

Ny bokstav d skal lyde:

- d. varer: løseregjenstander, herunder varer med digitale elementer, og vann, gass og elektrisk kraft som tilbys for salg i et begrenset volum eller en fastsatt mengde,*

Gjeldende bokstav d blir ny bokstav e, og gjeldende bokstav e blir ny bokstav f.

Bokstav g følgende skal lyde:

- g. *miljøpåstand: ethvert budskap eller enhver framstilling som ikke er obligatorisk i henhold til EØS-retten eller nasjonal rett, uansett form, herunder tekst, bilder, grafikk eller symboler, for eksempel etiketter, merkenavn, firmanavn eller produktnavn, i forbindelse med kommersiell kommunikasjon, og som uttrykker eller antyder at en ytelse, en produktkategori, et merke eller en næringsdrivende har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn andre ytelser, produktkategorier, merker eller næringsdrivende, eller har forbedret innvirkningen sin over tid,*
- h. *generell miljøpåstand: enhver miljøpåstand framsatt i skriftlig eller muntlig form, herunder gjennom audiovisuelle medier, som ikke er inkludert på et bærekraftsmerke, og der påstanden ikke er spesifisert på en tydelig og framtrædende måte på samme medium,*
- i. *bærekraftsmerke: ethvert frivillig tillitsmerke, kvalitetsmerke eller tilsvarende, enten offentlig eller privat, som tar sikte på å framheve og markedsføre en ytelse, en prosess eller en virksomhet med henvisning til dets miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller begge deler, og som ikke omfatter obligatoriske merker som er påkrevd etter EØS-retten eller nasjonal rett,*
- j. *sertifiseringsordning: en ordning med tredjepartskontroll som bekrefter at en ytelse, en prosess eller en virksomhet oppfyller visse krav og dermed kan bruke det tilsvarende bærekraftsmerket, og hvis vilkår, inkludert kravene, er offentlig tilgjengelige og oppfyller følgende kriterier:*
 - i) *Ordningen er, på transparente, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår, åpen for alle næringsdrivende som er villige og i stand til å oppfylle ordningens krav.*
 - ii) *Ordningens krav er utarbeidet av eieren av ordningen i samråd med relevante eksperter og berørte parter.*
 - iii) *Ordningen fastsetter prosedyrer for å håndtere manglende oppfyllelse av ordningens krav og inneholder bestemmelser om tilbakekalling eller suspensjon av næringsdrivendes bruk av bærekraftsmerket dersom ordningens krav ikke er oppfylt.*
 - iv) *Tilsyn med at en næringsdrivende oppfyller ordningens krav, er underlagt en objektiv prosedyre og utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er basert på standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på EØS-nivå,*
- k. *anerkjente fremragende miljøprestasjoner: miljøprestasjoner som er i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/2010 om EU-miljømerket som er inntatt i norsk rett etter forbrukermerkeloven § 9 første ledd og eventuelle regler gitt i medhold av forbrukermerkeloven § 9 andre ledd, eller med nasjonale eller*

regionale ordninger for miljømerking type I i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i EØS-statene, eller de beste miljøprestasjonene i samsvar med annen gjeldende EØS-rett,

- l. holdbarhet: evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk,*
- m. programvareoppdatering: en oppdatering som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitalytelseslovens regler, herunder en sikkerhetsoppdatering eller en funksjonalitetsoppdatering,*
- n. forbruksvare: enhver komponent i en vare som brukes opp gjentatte ganger og må byttes ut eller etterfylles for at varen skal fungere etter hensikten,*
- o. funksjonalitet: evnen varen har til å utføre sine funksjoner med hensyn til formålet.*

I § 7 gjøres følgende endringer:

Første ledd bokstav b skal lyde:

- b. ytelsens hovedegenskaper, for eksempel dens tilgjengelighet, fordeler eller risiko, ytelsens utførelse, mengde, sammensetning, miljøegenskaper eller sosiale egenskaper, spesifikasjoner, tilbehør, aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter, opprinnelse, hvordan eller når ytelsen produseres eller ytes, levering, bruk eller egnethet for et formål, resultater som kan forventes ved bruk, tester eller kontroll som er utført på ytelsen, eller ettersalgsservice og klagebehandling,*

Andre ledd bokstav c og d skal lyde:

- c. det framsettes en miljøpåstand knyttet til framtidige miljøprestasjoner uten klare, objektive, offentlig tilgjengelige og etterprøvbare forpliktelser fastsatt i en detaljert og realistisk gjennomføringsplan som inkluderer målbare og tidfestede mål og andre relevante elementer som er nødvendige for å underbygge gjennomføringen, for eksempel tildeling av ressurser, og som regelmessig etterprøves av en uavhengig tredjepartsekspert hvis funn gjøres tilgjengelig for forbrukerne*
- d. det markedsføres fordeler overfor forbrukerne som er irrelevante og ikke følger av noen egenskap ved ytelsen eller virksomheten.*

I § 8 gjøres følgende endringer:

Nytt syvende ledd skal lyde:

Dersom en næringsdrivende leverer en tjeneste som sammenligner ytelser og gir forbrukeren opplysninger om miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller om aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter, for disse ytelsene eller leverandørene av disse ytelsene, skal

opplysninger om sammenligningsmetoden, ytelsene som sammenlignes, og leverandørene av ytelsene, samt om tiltakene som er iverksatt for å holde opplysningene oppdatert, anses som vesentlige opplysninger.

6.1.2 Angrerettloven

I lov 20. juni 2014 nr. 27 om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven) gjøres det følgende endringer:

Endringer i § 2 bokstav i:

- i. Avtaler om pengespill,*

Endringer i § 5

Bokstav o skal lyde:

- o) samvirkningsevne: evnen digitalt innhold eller digitale tjenester har til å fungere sammen med annen maskinvare eller programvare enn den som digitalt innhold eller digitale tjenester av samme type vanligvis brukes sammen med,

Bokstav p skal lyde:

- p) kommersiell holdbarhetsgaranti: en garanti, der produsenten garanterer overfor forbrukeren for varens holdbarhet i hele garantiens løpetid. Det vil si at produsenten påtar seg å reparere eller omlevere varen dersom holdbarheten ikke opprettholdes,

Bokstav q skal lyde:

- q) holdbarhet: en vares evne til å beholde sine nødvendige funksjoner og yteevne ved normal bruk,

Bokstav r skal lyde:

- r) produsent: den som produserer en vare, som importerer varen til EØS, eller enhver person som framstår som produsent ved å påføre varen sitt navn, sitt varemerke eller et annet særlig kjennetegn,

Bokstav s skal lyde:

- s) reparasjonsscore: en score som angir i hvilken grad det er mulig å reparere en vare, basert på harmoniserte krav fastsatt på EØS-nivå,

Bokstav t skal lyde:

t) programvareoppdatering: en gratis oppdatering, herunder en sikkerhetsoppdatering, som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitalytelseslovens regler,

I § 8 første ledd gjøres følgende endringer:

Bokstav g skal lyde:

g) ordningene for betaling, levering, *herunder miljøvennlige leveringsalternativer der dette er tilgjengelig*, oppfyllelse, leveringsfrist og hvordan den næringsdrivende håndterer reklamasjoner,

Bokstav h skal lyde:

h) at det foreligger angrerett samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten, jf. § 20 første og annet ledd. Den næringsdrivende skal også gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angrerett (angreskjema). *Hvis relevant, skal det gis informasjon om eksistensen og plasseringen av elektronisk angrefunksjon, jf. §20a,*

Bokstav l skal lyde:

l) den rettslige garantien *for at varene er kontraktsmessige, og om hovedelementene i denne, herunder at garantien har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd. Opplysningene skal vises på en framtrædende måte ved bruk av en harmonisert melding, jf. femte ledd,*

Ny bokstav m skal lyde:

m) eventuelle kommersielle holdbarhetsgarantier uten ekstra kostnad, som gjelder hele varen, garantiens varighet og at den er lenger enn den rettslige garantien, jf. bokstav l. Opplysningene skal, sammen med opplysningene om den rettslige garantien, vises på en fremtrædende måte ved bruk av en harmonisert etikett, jf. femte ledd,

Ny bokstav n skal lyde:

n) den rettslige garantien for at digitalt innhold og digitale tjenester er kontraktsmessige,

Ny bokstav o skal lyde:

o) minimumsperioden produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, så fremt produsenten eller leverandøren har gjort opplysningene tilgjengelig for den

næringsdrivende. Minimumsperioden skal uttrykkes som en tidsperiode eller ved henvisning til en dato,

Ny bokstav p skal lyde:

p) eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse,

q) der dette er relevant, varenes reparasjonsscore, jf. § 5 bokstav r,

Gjeldende bokstav r oppheves.

Ny bokstav r skal lyde:

r) dersom bokstav q ikke er relevant, og forutsatt at produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende, opplysninger om tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og framgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varene fortsatt skal være kontraktsmessige, om tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og om begrensninger for reparasjon,

Gjeldende bokstav m – q blir ny bokstav s – w.

I angrerettloven § 8 femte ledd gjøres følgende endringer:

Departementet kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om standardisert angreskjema, samt om hvordan opplysningsplikten skal oppfylles, herunder at opplysninger om angreretten skal gis ved bruk av et standardisert skjema for opplysninger om angrerett. *Departementet kan i forskrift også gi nærmere bestemmelser om plassering av og innholdet i harmonisert melding og om harmonisert etikett.*

I angrerettloven § 16 første ledd gjøres følgende endringer:

Når en avtale som skal inngås elektronisk forplikter forbrukeren til å betale, skal den næringsdrivende tydelig og i fremhevet form gjøre forbrukeren oppmerksom på opplysningene fastsatt i § 8 første ledd *bokstav a, e, m og t umiddelbart* før forbrukeren foretar bestillingen.

I § 20 gjøres følgende endringer:

Andre ledd nytt andre punktum skal lyde:

For avtaler som er inngått ved bruk av en onlinegrenseflate, kan meldingen også fremsettes ved hjelp av en angrefunksjon, jf. § 20a.

Ny § 20a skal lyde:

§ 20a Om elektronisk angrefunksjon for avtaler inngått ved hjelp av en onlinegrenseflate

For fjernsalgsavtaler inngått ved hjelp av en onlinegrenseflate, skal den næringsdrivende sikre at forbrukeren kan benytte angreretten ved å bruke en elektronisk angrefunksjon.

En angrefunksjon skal være merket på en lett leselig måte med ordene «angre avtalen» eller en tilsvarende utvetydig formulering. Angrefunksjonen skal være tilgjengelig uavbrutt helt til utløpet av angrefristen. Angrefunksjonen skal ha en fremtredende plass på onlinegrenseflaten og være lett tilgjengelig for forbrukeren.

Angrefunksjonen skal gjøre det mulig for forbrukeren å sende en angreerklæring, som underretter den næringsdrivende om at forbrukeren angrer på avtalen. Ved hjelp av angrefunksjonen skal forbrukeren lett kunne gi eller bekrefte følgende opplysninger:

- a) sitt navn
- b) som identifiserer avtalen vedkommende ønsker å angre på
- c) ad hvilken elektronisk vei bekräftelsen på bruk av angreretten skal sendes til forbrukeren.

Den næringsdrivende skal gjøre det mulig for forbrukeren å sende inn utfylt angremelding ved hjelp av en bekräftelsesfunksjon. Bekräftelsesfunksjonen skal være merket på en lett leselig måte og kun med ordene «Bekräft bruk av angrerett» eller en tilsvarende utvetydig formulering.

Etter at forbrukeren har aktivert bekräftelsesfunksjonen, skal den næringsdrivende uten ugrunnet opphold, på et varig medium, sende forbrukeren en kvittering for mottatt angreerklæring. Kvitteringen skal inneholde opplysninger om angreerklæringens innhold og dato og tidspunkt for innsendelse.

Forbrukeren skal anses for å ha benyttet sin angrerett innenfor angrefristen, dersom onlineangreerklæringen er sendt innen angrefristens utløp.

6.1.3 Avtaleloven

I lov 31. mai 1918 nr. 4 gjøres følgende endringer:

Endringer i § 38 a:

Overskriften skal lyde:

§ 38 a *Virkeområde og definisjoner*

Andre ledd oppheves.

Nytt andre ledd skal lyde:

I dette kapitlet menes med:

1. forbruker: en fysisk person som ikke hovedsakelig handler som ledd i næringsvirksomhet,
2. næringsdrivende: en fysisk eller juridisk person som handler, herunder ved fullmektig, som ledd i næringsvirksomhet,
3. kommersiell holdbarhetsgaranti: en garanti, der produsenten garanterer overfor forbrukeren for varens holdbarhet i hele garantiens løpetid. Det vil si at produsenten påtar seg å reparere eller omlevere varen dersom holdbarheten ikke opprettholdes,
4. holdbarhet: en vares evne til å beholde sine nødvendige funksjoner og yteevne ved normal bruk,
5. produsent: den som produserer en vare, som importerer varen til EØS, eller enhver person som framstår som produsent ved å påføre varen sitt navn, sitt varemerke eller et annet særlig kjennetegn,
6. reparasjonsscore: en score som angir i hvilken grad det er mulig å reparere en vare, basert på harmoniserte krav fastsatt på EØS-nivå,
7. programvareoppdatering: en gratis oppdatering, herunder en sikkerhetsoppdatering, som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitaltelyslovens regler.

I § 38 b første ledd gjøres følgende endringer:

Nr. 5 skal lyde:

5. den rettslige garantien for at varene er kontraktsmessige, hovedelementene i den, herunder at garantien har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven. Opplysningene skal vises på en framtrædende måte ved bruk av en harmonisert melding. Departementet kan i forskrift gi bestemmelser om innholdet i, utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen.

Ny nr. 6 flg. skal lyde:

6. eventuelle kommersielle holdbarhetsgarantier uten ekstra kostnad, som gjelder hele varen, og som har en varighet som er lenger enn den rettslige garantien, jf. nr. 5. Opplysningene om kommersielle holdbarhetsgarantier skal, sammen med opplysningene om den rettslige garantien for at varene er kontraktsmessige, gis ved bruk av en harmonisert etikett. Departementet kan i forskrift gi bestemmelser om innholdet i, utformingen og plasseringen av den harmoniserte etiketten,
7. den rettslige garantien for at digitalt innhold og digital tjeneste er kontraktsmessig,
8. eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse,

9. minimumsperioden produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer, så fremt produsenten eller leverandøren har gjort opplysningene tilgjengelig for den næringsdrivende. Minimumsperioden skal uttrykkes som en tidsperiode eller ved henvisning en dato,

10. der dette er relevant, varenes reparasjonsscore,

11. dersom nr. 10 ikke er relevant, opplysninger om tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og framgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varene fortsatt skal være kontraktsmessige, om tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og om begrensninger for reparasjon.

Gjeldende nr. 6 – 9 blir nye nr. 12 – 15.

6.2 Forslag til forskriftsendringer

6.2.1 Forskrift om urimelig handelspraksis («svartelisten»)

I forskrift om urimelig handelspraksis § 1 foreslås det følgende endringer:

Nytt punkt 2a skal lyde:

2a. Å framvise et bærekraftsmerke som ikke er basert på en sertifiseringsordning eller ikke er etablert av offentlige myndigheter.

Nytt punkt 4a til 4c skal lyde:

4a. Å framsette en generell miljøpåstand uten at den næringsdrivende kan vise til anerkjente fremragende miljøprestasjoner som er relevante for påstanden.

4b. Å framsette en miljøpåstand om hele produktet eller hele den næringsdrivendes virksomhet når den bare gjelder et bestemt aspekt ved produktet eller en bestemt aktivitet i den næringsdrivendes virksomhet.

4c. Å påstå, basert på kompensasjon for klimagassutslipp, at en ytelse har en nøytral, redusert eller positiv innvirkning på miljøet med tanke på utslipp av klimagasser.

Nytt punkt 10a skal lyde:

10a. Å framstille krav som er lovpålagt for alle produkter i den aktuelle produktkategorien i EØS, som en særlig egenskap ved det den næringsdrivende tilbyr.

Nytt punkt 23d til 23j skal lyde:

23d. Å holde tilbake opplysninger fra forbrukeren om at en programvareoppdatering vil ha en negativ innvirkning på funksjonen til varer med digitale elementer eller på bruken av digitalt innhold eller digitale tjenester.

23e. Å framstille en programvareoppdatering som nødvendig når den kun forbedrer funksjonaliteten.

23f. Enhver kommersiell kommunikasjon om en vare som har en egenskap som er innført for å begrense holdbarheten, til tross for at den næringsdrivende har tilgang til opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for varens holdbarhet.

23g. Feilaktig å hevde at en vare under normale bruksforhold har en viss holdbarhet når det gjelder brukstid eller bruksintensitet.

23h. Å framstille det som om en vare kan repareres, når det ikke er tilfelle.

23i. Å få forbrukeren til å bytte ut eller etterfylle forbruksvarer i en vare tidligere enn det som er nødvendig av tekniske årsaker.

23j. Å holde tilbake opplysninger om hvordan en vares funksjonalitet svekkes dersom det brukes forbruksvarer, reservedeler eller tilbehør som ikke er levert av originalprodusenten, eller feilaktig å hevde at slik svekkelse vil skje.

Vedlegg

Vedlegg 1: Uoffisiell norsk oversettelse av direktiv (EU) 2024/825 om styrket forbrukervern i det grønne skiftet

Vedlegg 2: Dansk oversettelse av direktiv (EU) 2023/2673 om endring av direktiv 2011/83/EU for så vidt angår avtaler om finansielle tjenesteytelser inngått ved fjernsalg og om opphevelse av direktiv 2002/65

Vedlegg 3: Lovspeil