



DET KONGELIGE
BARNE- OG FAMILIEDEPARTEMENT

Ot.prp. nr. 43

(2001-2002)

Om lov om endringer i lov 16. juni 1972
nr. 47 om kontroll med markedsføring
og avtalevilkår (markedsføringsloven)

*Tilråding fra Barne- og familiedepartementet av 15. mars
2002,
godkjent i statsråd samme dag.
(Regjeringen Bondevik II)*

1 Hovedinnholdet i lovforslaget

I proposisjonen legger Barne- og familiedepartementet frem et forslag til lov om endringer i lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven). Endringene gjennomfører deler av direktiv 1999/44/EF om visse sider ved forbrukerkjøp og tilknyttede garantier, heretter omtalt som forbrukerkjøpsdirektivet eller bare direktivet. Direktivet har frist for gjennomføring 1. januar 2002.

Lovforslaget gjennomfører direktivet artikkel 6 nr. 2-4, om visse formkrav til garantier. De øvrige delene av forbrukerkjøpsdirektivet vil bli vurdert i forbindelse med ny lovgivning om forbrukerkjøp, som fremmes av Justisdepartementet.

Det foreslås videre å lovfeste en del ytterligere krav til garantier, som langt på vei må antas å følge av markedsføringslovens generelle bestemmelser. Dette gjøres fordi det er utbredte misforståelser, både blant næringsdrivende og forbrukere, når det gjelder forskjellen mellom garantier (som er frivillige ordninger) og reklamasjonsrettighetene (som følger av lovgivning eller ulovfestet rett).

Hovedpunktene i forslaget er at:

- forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 2-4 om visse formkrav til garantier i forbindelse med forbrukerkjøp utvides til å gjelde generelt i forbrukerforhold og gjennomføres i markedsføringsloven.
- det opprettes et nytt kapittel II a i markedsføringsloven som gjelder særskilt for garantier.
- markedsføringsloven § 2 tredje ledd om villedende markedsføring av garantier omformuleres og flyttes til det nye kapittelet om garantier.
- det lovfestes en opplysningsplikt for å klargjøre forskjellen mellom garantier og reklamasjoner etter lovgivningen.

2 Bakgrunnen for lovforslaget

2.1 Innledning - forbrukerkjøpsdirektivet og Justisdepartementets høring

Forbrukerkjøpsdirektivet ble vedtatt 25. mai 1999 med frist for gjennomføring 1. januar 2002. Direktivet er innlemmet i EØS-avtalen, jf. beslutning av EØS-komiteen nr. 12/2000 og Stortingets samtykke, jf. St.prp. nr. 42 (1999-2000) og Innst.S nr. 157 (1999-2000).

Justisdepartementet er ansvarlig for gjennomføringen av direktivet i norsk rett, og har ved høringsbrev 5. juni 2000 sendt ut et lovforslag på høring. Lovforslaget bygget på et lovforslag i NOU 1993:27 Forbrukerkjøpslov, som tidligere har vært på høring. Høringen 2000 kombinerte det tidligere lovforslaget med de endringene som ble ansett nødvendige for å gjennomføre direktivets krav. Fristen for uttalelse var satt til 5. september 2000. Direktivets særbestemmelser om bruk av garantier er nærmere omtalt i høringsnotatet punkt 14. Justisdepartementet konkluderte her med at artikkel 6. nr. 1 og 5, den avtalerettslige virkningen av at garantier og tilsvarende er gitt, ikke trenger særskilt gjennomføring i norsk rett. Det ble derimot antatt at artikkel 6 nr. 2 og 3, eventuelt nr. 4, krevde nye lovbestemmelser, og det ble reist spørsmål om hvordan disse bestemmelsene skal utformes. Det ble bl.a. foreslått å innføre en bestemmelse i markedsføringsloven etter mønster av en tilsvarende dansk bestemmelse. Følgende høringsinstanser uttalte seg om artikkel 6:

- Barne- og familiedepartementet
- Forbrukerombudet
- Forbrukerrådet
- Norges Bilbransjeforbund
- Næringslivets Hovedorganisasjon

2.2 Barne- og familiedepartementets høring

Markedsføringsloven hører inn under Barne- og familiedepartementet. I samarbeid med Justisdepartementet har Barne- og familiedepartementet fått ansvaret for å gjennomføre forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 2-4 i norsk rett. I forbindelse med dette ønsket departementet å lovfeste en del prinsipper som ikke var gjenstand for høring i Justisdepartementets høringsnotat. Det var derfor behov for å sende et nytt og helhetlig forslag på høring fra Barne- og familiedepartementet.

Barne- og familiedepartementet sendte utkast til endringer i markedsføringsloven på høring 28. mai 2001, med høringsfrist 1. august 2001. Følgende fikk høringsnotatet til uttalelse:

- Departementene
- ANFO Annonsørforeningen
- Autoriserte Bruktbilhandleres Landsforbund
- Bilimportørenes Landsforening
- Dagligvareleverandørenes forening

- De norske Bokklubbene AS
- Den norske Advokatforening
- Den norske Bankforening
- Den Norske Bokhandlerforening
- Den norske Reisebransjeforening
- Elektronikk Importør Foreningen
- Elektronikkforbundet
- Energibedriftenes landsforening
- Finansieringsselskapenes Forening
- Finansnæringens Hovedorganisasjon
- Forbrukerombudet
- Forbrukerrådet
- Forbrukertvistutvalget
- Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon
- Hobby- og Leketøyhandlernes Forening
- Konkurransetilsynet
- Kontor- og Datateknisk Landsforening (IKT-Norge)
- Landsorganisasjonen i Norge (LO)
- Leverandørforbundet Lyd & Bilde
- Leverandørforeningen for mobiltelefoner og radiokommunikasjon
- Markedsrådet
- Møbelhandlernes Landsforbund
- Norges Automobilforbund
- Norges Bilbransjeforbund
- Norges Båtbransjeforbund
- Norges Eiendomsmeglerforbund
- Norges Jernvarehandlerforbund
- Norges Markedsføringsforbund
- Norsk Bedriftsforbund
- Norsk Direkte Markedsføringsforening
- Norsk Kennel klubb
- Norsk Postordreforening
- Norske Avisers Landsforening
- Norske Boligbyggelags Landsforbund
- Norske Elektroleverandørers Landsforening
- Norske Skohandleres Forbund
- Næringslivets Hovedorganisasjon
- Næringslivets Servicekontor for Markedsrett
- Posten Norge BA
- Reklamebyråforeningen
- Ringen Forlag
- Sparebankforeningen
- Statens institutt for forbruksforskning
- Stiftelsen eforum.no
- Teknologibedriftenes Landsforening

Følgende instanser har kommet med merknader til utkastet:

- ANFO Annonsørforeningen
- Bilimportørenes Landsforening
- Den norske Advokatforening
- Energibedriftenes landsforening
- Finansnæringens Hovedorganisasjon

- Forbrukerombudet
- Forbrukerrådet
- Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon
- Justisdepartementet
- Landsorganisasjonen i Norge (LO)
- Næringslivets Hovedorganisasjon
- Stiftelsen eforum.no

Følgende har svart og har ingen merknader:

- Arbeids- og administrasjonsdepartementet
- Fiskeridepartementet
- Forsvarsdepartementet
- Kirke- og utdannings- og forskningsdepartementet
- Kulturdepartementet
- Landbruksdepartementet
- Norges Eiendomsmeglerforbund
- Norske Boligbyggelags Landsforbund
- Nærings- og handelsdepartementet
- Olje- og energidepartementet
- Sosial- og helsedepartementet
- Statens institutt for forbruksforskning

Landsorganisasjonen i Norge (LO) uttrykker generell støtte til forslaget, og uttaler:

«Det antas at forslaget vil føre til styrket bevissthet om garantier og reklamasjoner, og således være i forbrukernes interesser.»

Andre synspunkter fra høringsinstansene er referert nedenfor der de naturlig passer inn.

3 Departementets merknader til en del hovedspørsmål

3.1 Innledning - gjeldende rett og forbrukerkjøpsdirektivets krav til garantier

Garantier er frivillige ordninger som den næringsdrivende påtar seg i forbindelse med omsetning av varer, tjenester eller andre ytelser. Når garantier benyttes i markedsføring må det antas å ha en salgsfremmende effekt, fordi uttrykket gir positive assosiasjoner.

Garantier kan ikke begrense forbrukerens lovbestemte rettigheter. Dette følger allerede av at de fleste forbrukervernlover er ufravikelige, dvs. at det ikke kan avtales eller gjøres gjeldende vilkår som er dårligere for forbrukeren enn det som følger av loven.

Forbrukerombudet fører tilsyn med standardvilkår og markedsføringstiltak etter markedsføringsloven. Etter generalklausulen i markedsføringsloven § 1 første ledd er det forbudt i næringsvirksomhet å foreta handling som er urimelig overfor forbruker. Bestemmelsen er en rettslig standard, hvor flere vurderingskriterier er aktuelle. Bestemmelsen i § 2 setter forbud mot villedende markedsføring, og § 3 inneholder et forbud mot markedsføring som gir utilstrekkelig veiledning. I medhold av disse bestemmelsene vil det kunne stilles krav til de opplysninger som gis forbrukeren, og krav om at visse opplysninger må tas inn i markedsføringen.

Etter markedsføringsloven § 9 a kan avtalevilkår som nyttes eller tilsiktes nyttet i næringsvirksomhet overfor forbrukere, forbys dersom de finnes urimelige overfor forbrukerne. Ved rimelighetsvurderingen legges det vekt på hensynet til balanse mellom partenes rettigheter og plikter, og på hensynet til klarhet i kontraktsforhold. I medhold av § 9 a vil Forbrukerombudet kunne stille krav til avtalevilkår, herunder garantivilkår.

Markedsføringsloven § 2 tredje ledd presiserer hva som regnes som villedende markedsføring. Bestemmelsen lyder slik:

«Som villedende anses bruk av ordet garanti eller tilsvarende uttrykk ved omsetning av varer eller tjenester dersom denne enten ikke gir mottakeren rettigheter i tillegg til eller dersom denne innskrenker de rettigheter han ville hatt uten garantien m.v.»

§ 2 tredje ledd er forstått slik at den bare gjelder i forbrukerforhold, dvs. mellom næringsdrivende og forbruker. Dersom garantiuttrykk brukes på en villende måte i markedsføring næringsdrivende imellom, kan dette likevel komme inn under forbudet mot villedende markedsføring i markedsføringsloven § 2 første ledd, eller generalklausulen i § 1 første ledd.

I praksis har Forbrukerombudet utledet en rekke krav til garantier i henhold til bestemmelsene i markedsføringsloven.

Forbrukerkjøpsdirektivet definerer «garanti» i artikkel 1 nr. 2 bokstav e. Definisjonen lyder slik:

«enhver forpliktelse som en selger eller en produsent har påtatt seg overfor forbrukeren til uten tilleggskostnader å tilbakebetale kjøpesummen eller omlevere, utbedre eller på annen måte avhjelpe mangler ved forbruksvaren dersom den ikke svarer til de spesifikasjoner som fremgår av garantierklæringen eller av den relevante reklamen.»

Direktivets garantibegrep er snevrere enn markedsføringslovens.

Forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 2-4 stiller nærmere krav til garantier og hvordan garantivilkårene skal presenteres og utleveres til forbrukeren. Bestemmelsene kan således betraktes som markedsrettslige, i motsetning til den sivilrettslige reguleringen i artikkel 6 nr. 1 og 5. Denne synsmåten understøttes av direktivets fortale punkt 21, der det vises til at formålet med å stille krav til garantiens innhold er å sikre at forbrukeren ikke blir villedet.

Selv om kravene i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 2-4 i stor grad kan utledes av markedsføringsloven, følger det ikke direkte av lovteksten i markedsføringsloven eller annen lovgivning. Det vil derfor være behov for å synliggjøre gjennomføringen av direktivet med nye klare lovbestemmelser.

Eforum.no ber i sin høringsuttalelse om at departementet definerer garantibegrepet nærmere, og begrunne hvorfor en velger en definisjon som går lenger enn direktivets krav. Til dette vil departementet bemerke at en definisjon indirekte følger av markedsføringsloven § 2 tredje ledd og forslaget til § 9 c første ledd, nemlig at garantier er ordninger som gir forbrukeren tilleggsrettigheter i forhold til det han eller hun ellers har. En snevrere garantidefinisjon enn det som følger av markedsføringsloven i dag vil svekke eksisterende forbrukerrettigheter. Direktivets garantibegrep er uansett for snevert, dersom en velger en løsning der garantier i forhold til alle forbrukeravtaler reguleres, og ikke bare i forhold til forbrukerkjøp av varer.

3.2 Spørsmålet om direktivet artikkel 6 nr. 2-4 skal gjelde andre kontrakter enn forbrukerkjøp og plassering av bestemmelsene

3.2.1 Forslaget i høringsnotatet og høringsinstansenes syn

I høringsnotatet ble det foreslått at reglene i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 2-4 utvides fra å gjelde forbrukerkjøp av varer til å gjelde generelt i forbrukerforhold. Det ble derfor foreslått å gjennomføre direktivets krav til garantier i markedsføringsloven. Videre foreslo departementet å opprette et nytt kapittel i markedsføringsloven som gjelder spesielt for garantier. Her samles både krav til markedsføring av garantier og krav til garantivilkårene. Nåværende § 2 tredje ledd ble foreslått omformulert og flyttet til det nye kapitlet om garantier.

ANFO Annonseforeningen bemerker til dette:

«Vi ser argumenter for og i mot dette. Men vi er enig i departementets forslag begrunnet i at dette allerede er vedtatt i Danmark og antas å bli felles nordiske regler. Vi har derfor ikke store innvendinger mot at bruk av garantier reguleres for andre kontrakter enn direkte varekjøp. (...)

Vi har ingen innvendinger mot at alt om garantier samles i et eget kapittel.»

Bilbransjeforbundet uttaler:

«Forbrukerkjøpsdirektivet som er bakgrunnen for den foreslåtte lovregulering av garantier, omfatter kun forbrukerkjøp (av varer). Det er derfor ikke nødvendig, og vi ser heller ikke noe utpreget behov for, å utvide virkeområdet for norske bestemmelser til også å gjelde andre forbrukerkontrakter enn varekjøp.

Hvis denne løsningen velges, vil det som departementet selv bemerker, være mest nærliggende, og etter vårt skjønn mest brukervennlig, å legge bestemmelsene om krav til garantier inn i (forbruker)kjøpsloven. Vi legger til grunn at markedsføringslovens nåværende § 2 tredje ledd i så fall kan bli stående som en generell bestemmelse om markedsføring av garantier i forbrukerforhold, eventuelt supplert med et nytt annet ledd slik det fremgår av departementets forslag til ny § 9c.»

Advokatforeningen kommenterer forslaget slik:

«Advokatforeningen er enig i at de hensyn som ligger bak direktivet artikkel 6 gjør seg like sterkt gjeldende for andre forbrukerkontrakter hvor det avgis garantier. Når formålet er at forbrukere ikke skal bli villledet, er det naturlig at dette også gjøres gjeldende i forhold til andre forbrukerkontrakter. Også hensynet til enhetlig forbrukerlovgivning tilsier dette.

Advokatforeningen slutter seg derfor til Departementets vurdering om at direktivet artikkel 6 nr. 2-4 også bør gjelde for andre forbrukerkontrakter enn forbrukerkjøp.

Advokatforeningen er enig med Departementet i at dersom bestemmelsene om garantier skal gjelde for forbrukerkontrakter generelt, passer reglene systematisk best i markedsføringsloven. Etter Advokatforeningens oppfatning vil det imidlertid være uheldig å ha bestemmelser om garantier forskjellige steder i markedsføringsloven.

Advokatforeningen slutter seg derfor til departementets alternativ om plassering av bestemmelser om garantier i et eget kapittel i markedsføringsloven, ved bl.a. å flytte den generelle bestemmelse om garantier i markedsføringsloven § 2, 3. ledd til et nytt kapittel II»

Eforum.no uttaler:

«Det synes fornuftig at bestemmelsene innføres i markedsføringsloven og at de legges i et eget kapittel (...), og at garantibestemmelsene gjelder forbrukerforhold generelt. Dette er mest forutsigbart for næringslivet.»

Energibedriftenes landsforening (EBL) har følgende kommentarer:

«EØS direktivet som ligger til grunn for endringsforslaget defineres i artikkel 1 pkt 2b direktivets virkeområde slik:

- Forbruksvare er enhver løsøre gjenstand med *unntak av*
- vann og gass når disse ikke selges i et avgrenset volum eller en bestemt mengde
 - elektrisitet

Det er viktig for EBL å understreke at kraftbransjen er en del av et integrert europeisk marked og at innføring av spesielle pålegg til det norske markedet først og fremst rammer norske aktører. Dersom kraftbransjen i Europa for øvrig unntas fra direktivet vil det kunne virke konkurransevridende med spesielle pålegg til norske aktører.

Det vises også til uttalelser avgitt i forbindelse med høring av forslag til ny Forbrukerkjøpslov september 99.

EBL ønsker derfor at direktivets virkeområde med unntak legges til grunn ved innføring av reglene i norske lover.»

Forbrukerombudet uttaler:

«Jeg støtter opp om det som tidligere er anført om at hensynene bak art. 6 om å sikre at forbrukeren ikke blir villedet er like sterke for alle typer forbrukerkontrakter og at disse allerede langt på vei følger av praksis etter markedsføringsloven. Det kan for eksempel ikke være noen grunn til at et renseri som gir en garanti skal vurderes annerledes enn en selger av ting. I så fall ville det kunne bli et unaturlig skille, og i verste fall motstrid, mellom hva som generelt følger av markedsføringsloven og ny lovbestemmelse om garantier ved forbrukerkjøp. Det er derfor meget viktig at dette blir fastslått. (...)

På bakgrunn av ovennevnte forhold om at bestemmelsen bør gjelde generelt, er Forbrukerombudet enig i at bestemmelsen bør plasseres i markedsføringsloven. Jeg anser det også som hensiktsmessig at bestemmelsene vedrørende garantier samles i ett nytt kapittel som omhandler både markedsføring og avtalevilkår. Det kan i så henseende også vises til at Forbrukerombudet ved sin håndheving av markedsføringsloven vedrørende garantier både anvender mfl. §§ 2 og 9a, med andre ord bestemmelser fra hvert sitt kapittel. Det vil derfor kunne bli mer brukervennlig å samle bestemmelsene i ett kapittel. Det forhold at bestemmelsene vil være mer konkrete og spesialiserte enn de øvrige bestemmelsene i markedsføringsloven, taler også for å skille dem ut i et eget kapittel.»

Forbrukerrådet bemerker:

«Forbrukerrådet er meget tilfreds med at departementet støtter vårt syn på dette punktet, ved at man foreslår at garantibestemmelsene i artikkel 6 nr. 2-4 også skal gjelde for andre forbrukerkontrakter enn forbrukerkjøp. Som påpekt i vår høringsuttalelse gjør hensynene bak bestemmelsene seg like sterkt gjeldende i andre forbrukerkontrakter enn kjøp. (...)

Forbrukerrådet støtter departementets forslag om å gjennomføre artikkel 6 nr. 2-4 i et eget kapittel i markedsføringsloven.»

Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon (HSH) uttaler:

«Som det er nevnt i høringsnotatet har HSH i forbindelse med Justisdepartementets høring støttet forslaget om at forbrukerkjøpsdirektivets bestemmelser om garantier gjennomføres i form av bestemmelser i markedsføringsloven. Vi viser til dette og slutter oss til departementets forslag om et nytt kapittel i loven om garantier.»

Justisdepartementet har følgende kommentarer:

«Justisdepartementet har ingen innvendinger til gjennomføringen av de aktuelle bestemmelsene i direktivet om forbrukerkjøp og garantier som foreslås i høringsnotatet. Justisdepartementet har heller ikke for sin del noe imot at de foreslåtte bestemmelsene gjøres generelle, slik at de også omfatter andre forbrukerforhold enn forbruker *kjøp*. Det synes videre hensiktsmessig å plassere de nye bestemmelsene i et nytt kapittel i markedsføringsloven som foreslått.»

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) uttaler:

«NHO går inn for at forbrukerkjøpsdirektivets bestemmelser om krav til garantiers innhold implementeres etter sin ordlyd, og at det gjøres ved å endre (forbruker)kjøpsloven. NHO kan ikke se noen god begrunnelse for å utvide direktivets regler om garantier til også å gjelde andre forbrukerkontrakter enn forbrukerkjøpskontrakter, og savner en reell begrunnelse fra departementet i så henseende. I direktivet har en valgt kun å regulere bruken av garantier når det gjelder forbrukerkjøp, og etter vår oppfatning må departementet særskilt og mer konkret enn hva som er gjort i høringsnotatet begrunne behovet for en utvidelse av virkeområdet.»

3.2.2 Departementets vurderinger

Høringsinstansene som har uttalt seg er delt når det gjelder spørsmålet om direktivets regler bør gjelde generelt i forbrukerforhold. Departementet fastholder likevel at hensynene bak artikkel 6, som er å sikre at forbrukere ikke blir villedet, jf. direktivets fortale punkt 21, gjør seg like sterkt gjeldende for alle forbrukerkontrakter. Det gis også garantier i forbindelse med forbrukertjenester av ulike slag, ikke bare ved kjøp av ting. Dersom kravene i artikkel 6 nr. 2-4 etter sin ordlyd bare skal gjelde for forbrukerkjøp, kan dette innby til antitetisk tolkning. Dette vil være uheldig, da de krav som er angitt i direktivet i alle fall delvis må antas å gjelde generelt på bakgrunn av utledninger av markedsføringsloven. Som eforum.no peker på, er det mest forutsigbart for næringslivet om dette kommer til uttrykk i lovteksten. Departementet vil også peke på Advokatforeningens merknad om at hensynet til en enhetlig forbrukerlovgivning tilsier dette.

Departementet er kjent med at de andre nordiske landene tar sikte på å gjennomføre direktivets bestemmelser om garantier generelt i forbrukerforhold og ikke bare ved forbrukerkjøp. Det vises til § 4 i den danske markedsføringsloven, som allerede er trådt i kraft. Paragraf 4 stk. 2 er innsatt for å gjennomføre artikkel 6. Hele bestemmelsen lyder slik:

«§ 4 Over for forbrukere må erklæring om ydelse af garanti eller lignende kun anvendes, såfremt erklæringen giver mottakeren en væsentlig bedre rettsstilling end den, modtageren har efter lovgivningen.

Stk 2. Ydes der garanti, skal den erhvervsdrivende på klar og tydelig måde informere forbrugeren om dens innhold og give de opplysninger der er nødvendige for at gøre garantien gjældende. Endvidere skal den erhvervsdrivende på en klar og tydelig måde opplyse, at forburens ufravigelige rettigheder efter lovgivningen ikke berøres af garantien. Efter anmodning skal den erhvervsdrivende udlevere garantien skriftligt. Skriftlige garantier skal være affattet på dansk.»

Departementet vil også vise til den fellesnordiske utredningen *TemaNord 2000:612* «Implementeringen af direktivet om visse aspekter ved forbrukerkjøp og garantier i forbindelse hermed - sett ut fra et nordisk forbrukerbeskyttelsesperspektiv». Utredningen er utarbeidet av en prosjektgruppe under Nordisk Ministerråd bestående av forbrukerrepresentanter fra alle nordiske land og ble utgitt i september 2000. Punkt 6.2 omhandler gjennomføringen av artikkel 6 nr. 2-4, og det konkluderes med følgende:

«Formkravsbestemmelsene har en sådan karakter, at de snarere hører hjemme i markedsføringslovgivningen, hvor manglende overholdelse

af formkravene kan sanktioneres med offentligrettslige sanktioner. I det omfang de nordiske markedsføringsregler ikke allerede rummer formkrav til garantier, der inholdsmessigt svarer til direktivets, bør man derfor i forbindelse med implementeringen af direktivet benytte lejligheten til, at ændre markedsføringslovens regler på dette punkt.»

Departementet konkluderer etter dette med at direktivet artikkel 6 nr. 2-4 også bør gjelde for andre forbrukerkontrakter enn forbrukerkjøp. Dermed vil de nye bestemmelsene som gjennomfører direktivets krav systematisk passe best i markedsføringsloven.

Direktivet artikkel 6 nr. 2-4 stiller krav til garantivilkårene, dvs. avtalevilkår i markedsføringslovens forstand. Markedsføringslovens systematikk er at kravene til markedsføring er plassert i kapittel I, mens kravene til avtalevilkår er plassert i kapittel II. Systematisk passer det derfor ikke å innta de nye bestemmelsene i forlengelsen av nåværende § 2 tredje ledd.

Som foreslått i høringsnotatet, mener departementet det vil være mest hensiktsmessig å opprette et nytt kapittel i markedsføringsloven som spesielt gjelder garantier og lignende. Her kan en samle bestemmelsene som gjelder markedsføring av garantier og garantivilkår på ett sted. Under forutsetning av at bestemmelsene skal plasseres i markedsføringsloven, hadde ingen høringsinstanser innvendinger til dette. Dette medfører at nåværende § 2 tredje ledd flyttes. I forbindelse med dette bør bestemmelsen etter departementets syn omformuleres, jf. forslag til § 9 c første ledd.

3.3 Særlig om gjennomføringen av direktivet artikkel 6 nr. 2-4

3.3.1 Artikkel 6 nr. 2 - minstekrav til garantivilkårenes innhold

3.3.1.1 Gjeldende rett og direktivet

Forbrukerombudet har i sin praksis stilt krav om at garantivilkårene etter forholdene må inneholde:

1. Navn og adresse på vedkommende et eventuelt garantikrav skal rettes til.
2. Opplysninger om at kunden i tillegg til garantien har lovbestemte rettigheter og at garantien ikke på noe punkt begrenser disse rettighetene. Det bør henvises til aktuell lov på området.
3. Opplysninger om innholdet av garantien. Det må gis fullstendige og klare opplysninger om hva garantien gir av rettigheter utover det en ellers ville hatt uten garantien. Eventuelle begrensninger i garantien må fremgå.
4. Opplysninger om varigheten av garantien, og reklamasjonstiden dersom garantitiden er kortere enn reklamasjonstiden
5. Dersom garantien kun gjelder deler av et produkt, må også reklamasjonsfristen for produktet i sin helhet fremgå.

Forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 2 lyder slik:

- «Garantien skal
- fastslå at forbrukeren har lovfestede rettigheter i henhold til gjeldende nasjonal lovgivning om forbrukerkjøp og gjøre det klart at disse rettighetene ikke berøres av garantien,
 - på en enkel og lettfattelig måte angi garantiens innhold og de vesentlige opplysninger som er nødvendige for å gjøre bruk av

garantien, særlig garantiens varighet og geografiske virkeområde samt garantigiverens navn og adresse.»

3.3.1.2 Forslaget i høringsnotatet og høringsinstansenes syn

Departementet foreslo i *høringsnotatet* å innarbeide direktivets krav i en ny bestemmelse i markedsføringsloven om krav til garantivilkår i forbrukerforhold. Siden bestemmelsen ble foreslått å gjelde generelt i forbrukerforhold, og ikke bare i forbrukerkjøp, ble det foreslått at det skal opplyses om at forbrukerens rettigheter etter den *aktuelle lovgivningen* ikke berøres av garantien.

Forbrukerombudet stiller i sin høringsuttalelse spørsmål om det går tilstrekkelig tydelig frem at den aktuelle lovgivningen også må presiseres, slik at forbrukeren får opplyst hvilken lov som eventuelt gjelder. Videre ønsker Forbrukerombudet at det skal gå frem av lovteksten at garantiens «innhold» også omfatter eventuelle begrensninger og særlige vilkår.

3.3.1.3 Departementets vurderinger

Direktivet synes å kreve en spesifikk henvisning til den relevante lovgivning, jf. artikkel 6 nr. 2 første strekpunkt. Departementet foreslår å presisere i lovteksten, i tråd med Forbrukerombudets merknad, at den aktuelle lovgivningen må angis nærmere. Det vises til forslag til § 9 d første ledd bokstav b og de spesielle merknadene til bestemmelsen.

Garantiens «innhold» omfatter også slik departementet ser det eventuelle begrensninger og særlige vilkår/betingelser. Dersom garantien bare gjelder med bestemte forbehold, må dette tydelig angis i garantivilkårene. Hvis det derimot unnlates å gi opplysninger om bestemte begrensninger og særlige vilkår/betingelser i garantivilkårene, kan dette føre til at de overhodet ikke kan påberopes av den næringsdrivende, fordi de ikke kan anses avtalt. Det er derfor i den næringsdrivendes interesse at eventuelle begrensninger og særlige vilkår/betingelser i garantien kommer klart og tydelig frem.

Departementet vil likevel for klarhets skyld foreslå at det presiseres i lovteksten at garantiens innhold også omfatter eventuelle begrensninger og særlige betingelser. Det vises til forslag til § 9 d første ledd bokstav a, og de spesielle merknadene til bestemmelsen.

Artikkel 6 nr. 2 er gjennomført i forslag til § 9 d første ledd bokstav a, b og c. Departementet har gjort en del redaksjonsmessige endringer i bestemmelsen i forhold til utkastet i høringsnotatet, men uten at innholdet er endret.

3.3.2 Artikkel 6 nr. 3 - utlevering av garantivilkårene

3.3.2.1 Gjeldende rett og direktivet

Forbrukerombudet har i sin praksis stilt krav om at garantivilkårene må være tilgjengelige før kjøpet og følge med varen skriftlig.

Forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 3 har følgende ordlyd:

«På anmodning fra forbrukeren skal garantien stilles til rådighet skriftlig eller på et annet varig medium som er til rådighet for forbrukeren og tilgjengelig for ham/henne.»

3.3.2.2 Forslaget i høringsnotatet og høringsinstansenes syn

I *høringsnotatet* ble det reist spørsmål om en bør gå lenger enn direktivet og lovfeste at kjøperen alltid skal få utlevert garantivilkårene etter avtaleinngåelsen. Et motargumentet ble antydnet, nemlig at det kan tenkes varer/tjenester med så lav verdi, og avtaler som inngås så ofte, at det kan være unaturlig å kreve utlevering av garantivilkårene hver gang. Det ble dessuten foreslått å lovfeste at forbrukeren på en enkel måte skal ha mulighet for å gjøre seg kjent med garantivilkårene før avtaleinngåelsen.

Advokatforeningen mener at det bør lovfestes at forbrukeren alltid skal få utlevert garantivilkårene etter avtaleinngåelsen, og uttaler:

«Etter Advokatforeningens oppfatning vil formålet bak direktivets regler om garantier i større grad bli oppnådd dersom man lovfester at garantivilkårene alltid skal utleveres etter avtaleinngåelsen. Forbrukeren vil på denne måten bli bedre og riktigere informert, og vil lettere kunne kontrollere markedsføringen av garantien mot de faktiske vilkår garantien inneholder. Videre vil forbrukernes bevissthet rundt garantivilkårene trolig øke dersom disse alltid utleveres etter avtaleinngåelsen.

Også hensynet til klarhet og forutberegnelighet tilsier at garantivilkårene alltid bør utleveres. Det synes lite hensiktsmessig at forbrukeren ikke skal få informasjon om garantiens innhold og eventuelle begrensninger før det oppstår problemer med ytelsen. I enkelte tilfeller kan garantier inneholde begrensninger i form av vilkår om at visse prosedyrer må følges for at den skal kunne håndheves. Det vil være lite tilfredsstillende å få slike opplysninger i ettertid.

Departementet fremhever at enkelte varer/tjenester har så lav verdi, og inngås så ofte at det kan være naturlig å kreve utlevering av garantivilkårene hver gang.

Spesielt gjelder dette i situasjoner hvor verdien på varen/tjenesten er så lav at man har lett for å overse at det faktisk er en garanti som gis i markedsføringen. Hvis en frisørsalong reklamerer med en holdbarhetsgaranti på to måneder for en permanent, kan de krav som foreslås synes for tungvinte. Generelt (sett ut i fra rettsfilosofisk/rettssosiologisk synsvinkel) vil det alltid være en fare for at lovens krav ikke etterlevs, fordi lovteksten «gaper over for mye».

Advokatforeningen har vurdert hvorvidt en nedre beløpsgrense er et hensiktsmessig virkemiddel for å bøte på denne uheldige konsekvensen, men har kommet til at garantivilkårene bør utleveres i den grad det faktisk gis garantier for varer/tjenester med så lav verdi. Dette fordi situasjoner som eksemplifisert ovenfor synes lite praktiske, og ikke minst med tanke på de problemer som vil oppstå i forbindelse med avgrensning av et minimumsnivå.

Videre vil Advokatforeningen peke på at eventuelle endringer i garantivilkårene for varer/tjenester som kjøpes ofte, vil bli mer synliggjort for forbrukere dersom garantivilkårene alltid utleveres.

Etter advokatforeningens oppfatning bør man lovfeste at forbrukeren alltid skal få utlevert garantivilkårene etter avtaleinngåelsen.»

Eforum.no uttaler:

«Det er bra at formuleringene er teknologinøytrale og at det er åpnet for at garantivilkårene kan sendes på e-post. *eforum* vil imidlertid understreke at det ved anmodning om at garantiene skal stilles til rådighet fra forbruker bør være tilstrekkelig at vilkårene er tilgjengeliggjort på weben, d.v.s. nettaktørenes hjemmesider, da det for forbruker er fullt mulig å skrive disse ut. Kravet til tilgjengelighet over et medium

forbruker rår over må være oppfylt da forbruker som ikke har Internett heller ikke vil innhente informasjon eller inngå kontakter over Internett.»

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) bemerker:

«NHO støtter departementets forslag om at garantivilkårene skal stilles til forbrukerens rådighet på anmodning, og er enig i den begrunnelse som gis. Særlig for mindre kjøp vil det ofte være upraktisk, og heller ikke ønskelig for forbrukeren, å bli presentert et sett garantivilkår.»

Energibedriftenes landsforening har tilsvarende synspunkter som NHO.

Bilbransjeforbundet uttaler:

«Innen bilbransjen er det mangeårig praksis for at skriftlige garantivilkår utleveres til kundene ved levering av bilen. Dette gjelder uten unntak ved nybilsalg, men også i stor utstrekning ved salg av brukte biler hvor vi gjennom bl.a. anbefalinger til medlemsbedriftene og utformingen av våre standardkontrakter for forbrukerkjøp av bil, vektlegger at bruktbilgarantier skal gis skriftlig og overleveres til kjøperene.

Ettersom direktivet ikke stiller krav om dette, og av de hensyn som departementet selv nevner, finner vi imidlertid ikke grunn til å lovfeste et prinsipp om at forbrukeren uanmodet skal få utlevert skriftlige garantivilkår. Vi har imidlertid ikke innvendinger mot forslaget om at forbrukeren skal ha mulighet til å gjøre seg kjent med garantivilkårene før avtaleinngåelse.»

Forbrukerrådet mener det bør lovfestes at garantigiveren skal opplyse om det finnes en garanti før avtaleinngåelsen, kombinert med at forbrukeren på en enkel måte skal ha mulighet til å gjøre seg kjent med garantivilkårene. Dersom dette forslaget gjennomføres, ser Forbrukerrådet at det vil være mindre behov for en regel om at garantien alltid skal utleveres etter avtaleinngåelsen.

Eforum.no mener derimot at en opplysningsplikt om det finnes en garanti før avtaleinngåelsen kan få utilsiktede og uheldige konsekvenser, og uttaler:

«Til departementets forslag om at forbruker skal ha lovfestet rett til på en enkel måte å gjøre seg kjent med garantivilkårene må det påpekes at det ikke er en plikt til å yte garantier. Tvert i mot er det en plikt til å ikke love mer enn man holder. Ved å ta inn en slik formulering får man lett utilsiktede konsekvenser. Disse konsekvensene er at næringsaktørene kan føle seg tvunget til å gi informasjon som kan være konkurransevridende og utilsiktet. En næringsdrivende som ikke yter garantier, men er flink til å informere og yte forbruker rett etter reklamasjonsbestemmelsene og har gode rutiner på dette kan være en like god eller bedre kontraktspart for en forbruker enn en aktør som yter garantier, men hvor forholdet mellom garantier og reklamasjoner er flytende, og hvor dette kan føre til diskusjoner og vanskelige behandlingsprosesser.

Hvis en næringsdrivende som ikke yter garantier eksplisitt må skrive at det ikke ytes garantier vil det fort få negativ «markedsførings-effekt». Hvis dette er en seriøs og ryddig aktør vil en slik effekt være svært uheldig.»

Forbrukerombudet har følgende kommentarer:

«Jeg har forståelse for at det kan være varer/tjenester med så lav verdi, og avtaler som inngås så ofte, at det kan være unaturlig å kreve utlevering av garantivilkårene hver gang. Som nevnt er det også i mange tilfeller fast praksis at garantivilkårene følger varen og jeg antar at dette i stor utstrekning dekker de reelle behovene. Under enhver omstendighet er den foreslåtte muligheten til å gjøre seg kjent med garantivilkårene før avtaleinngåelsen en sikkerhetsventil. Dersom det er snakk om varer eller tjenester av store verdier, vil det også være en mulighet å kreve at vilkårene utleveres før avtaleinngåelsen etter mfl. § 9a og kravet til klarhet i avtaleforholdet. På denne bakgrunn støtter jeg departementets forslag i så henseende.»

3.3.2.3 Departementets vurderinger

Departementet har merket seg Advokatforeningens synspunkter om hvorfor garantivilkårene bør utleveres hver gang. Et tungtveiende motargument er at dersom kravene til garantier blir for tungvinte, kan det medføre at garantier ikke blir gitt i det hele tatt. Siden det i utgangspunktet er i forbrukerens interesse at det gis garantier, dvs. rettigheter i tillegg til loven, ønsker departementet ikke å sette en stopper for at garantier gis også ved ytelser av lav verdi.

Departementet er enig med Forbrukerrådet i at det er mindre behov for å kreve at garantivilkårene utleveres hver gang dersom garantigiveren plikter å opplyse om garantien, samtidig som garantivilkårene er enkelt tilgjengelige for forbrukeren før avtaleinngåelsen. Som Forbrukerrådet også påpeker i sin høringsuttalelse, er det både i selgerens og forbrukerens interesse at forbrukeren får vite at det finnes en garanti før avtaleinngåelsen.

Departementet har vurdert forslaget på nytt på bakgrunn av høringsuttalelsene. Departementet har tatt utgangspunkt i forslaget fra Forbrukerrådet, nemlig at forbrukeren skal opplyses om garantien før avtaleinngåelsen, og tilføyd at forbrukeren også skal opplyses om at han eller hun har rett til å få garantivilkårene utlevert. En regel om at forbrukeren på en enkel måte skal ha mulighet til å gjøre seg kjent med garantivilkårene før avtaleinngåelsen, vil etter departementets syn være overflødig med dette forslaget. Det vises til forslag til § 9 d tredje ledd første punktum.

Til merknaden fra eforum.no vil departementet presisere at bestemmelsen ikke skal forstås slik at næringsdrivende som ikke yter garantier skal opplyse om dette.

Dersom forbrukeren ønsker å gjennomgå garantivilkårene, kan han eller hun etter forslaget når som helst be om å få dem utlevert, jf. forslag til § 9 d tredje ledd andre punktum. Denne bestemmelsen er nødvendig for å gjennomføre direktivet artikkel 6 nr. 3.

Når og hvordan forbrukeren skal få utlevert garantivilkårene ved bl.a. handel på Internett er allerede regulert i angrerettloven (lov 21.12.2000 nr. 105). Etter § 9 skal forbrukeren motta garantivilkårene (og en rekke andre opplysninger) lesbart og lagret på papir eller annet varig medium som forbrukeren råder over. Ved avtaler om tjenester skal garantivilkårene gis snarest mulig etter avtaleinngåelsen. Ved kjøp av varer skal forbrukeren motta garantivilkårene senest ved levering.

Det er viktig å unngå motstrid mellom markedsføringsloven og angrerettloven når det gjelder hvordan garantivilkårene skal utleveres ved for eksempel

internetthandel. Derfor foreslår departementet å bruke tilsvarende teknologinøytrale formulering som i angrerettloven, som innholdsmessig tilsvarer den i forbrukerkjøpsdirektivet.

I forarbeidene til angrerettloven, Ot.prp. nr. 36 (1999-2000) uttales følgende i de spesielle merknadene til § 9:

«Opplysningene skal gis «lesbart og lagret på papir eller annet varig medium». Dette kan skje i form av et tradisjonelt skriftlig avtaledokument som sendes eller overleveres forbrukeren, men det kan også gjøres ved at opplysningene formidles på et annet varig medium. Kravet om at opplysningene skal være lagret medfører at de skal presenteres i en statisk form, og at det ikke kan kreves at forbrukeren skal gjøre noe aktivt for å dem gjort tilgjengelige for seg. Bestemmelsen vil medføre at forbrukeren skal motta opplysningene i en slik form at han eller hun kan lese dem og ha dem tilgjengelig uten å måtte foreta seg noe særskilt i form av opptak, registrering, kopiering e.l. Det vil for eksempel ikke være tilstrekkelig å henvise til at avtalevilkårene og de andre opplysningene forbrukeren har krav på, finnes på selgerens hjemmeside. Det vil derimot være tilstrekkelig om avtalen sendes som e-post. Sendes de i form av vedlegg til en e-post, må dette gjøres på en slik måte at forbrukeren ikke trenger å foreta noen operasjoner for å konvertere vedlegget til en form som er lesbar.»

Departementet legger samme forståelse til grunn når det gjelder hva som ligger i den foreslåtte formuleringen i markedsføringsloven.

Det er ikke tilstrekkelig å henvise forbrukeren til en nettside når han eller hun ber om å få utlevert garantivilkårene. Ettersom nettsider endres, er de heller ikke av statisk karakter. Garantivilkårene må formidles til forbrukeren på en slik måte at de er de samme fra en dag til en annen og at forbrukeren ikke behøver å foreta seg noe særskilt for å ha det lagret hos seg, jf. merknadene i forarbeidene til angrerettloven, Ot.prp. nr. 36 (1999-2000) punkt 3.15.3.2 og spesielle merknader til § 9.

3.3.3 Artikkel 6 nr. 4 - krav om bestemte språk

3.3.3.1 Gjeldende rett og direktivet

Forbrukerombudet har stilt krav om at garantivilkårene skal være utformet på et forståelig skandinavisk språk, under forutsetning av at markedsføringen er rettet mot norske forbrukere.

Forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 6 nr. 4 åpner for at medlemsstatene kan stille krav til språk garantivilkårene skal utformes på. Bestemmelsen har følgende ordlyd:

«Den medlemsstat der forbruksvaren markedsføres, kan på sitt territorium i samsvar med reglene i traktaten fastsette at garantien skal utarbeides på ett eller flere språk som den velger blant Fellesskapets offisielle språk.»

3.3.3.2 Forslaget i høringsnotatet og høringsinstansenes syn

I *høringsnotatet* ble det foreslått at garantivilkårene skal være utformet på norsk der markedsføringen forut for avtaleinngåelsen er rettet direkte til norske forbrukere. Departementet antok at det ikke er problematisk i forhold til

EØS-avtalen å utvide bestemmelsen til å gjelde forbrukerforhold generelt. Det ble likevel reist spørsmål overfor høringsinstansene om det ligger en selvstendig begrensning i direktivets uttrykk «... i samsvar med reglene i traktaten...». Traktaten det vises til er for Norges del EØS-avtalen.

Advokatforeningene er enig med departementets vurdering av lovforslagets forhold til EU-retten/EØS-retten.

Eforum.no er enig i utformingen av lovteksten, men ber om en presisering i forarbeidene.

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) uttaler:

«Departementet foreslår å innføre lovkrav om at garantivilkårene må være på norsk der markedsføringen «er rettet direkte mot norske forbrukere». Etter NHOs mening fungerer de generelle hjemlene som allerede finnes i markedsføringsloven (§§ 1, 3 og 9) tilfredsstillende når det gjelder krav til språkvalg. Disse bestemmelsene åpner for en konkret vurdering av hvert enkelt tilfelle, og det er å foretrekke fremfor et kategorisk krav om at vilkårene må være på norsk.

NHO mener dessuten det er noe uklart hva som menes med at dette kravet gjelder der markedsføringen er rettet «direkte mot norske forbrukere». Det virker som om det siktes til en særlig kvalifikasjon av markedsføringen. Dette bes klargjort.»

Energibedriftenes landsforening (EBL) har tilsvarende synspunkter som NHO.

Forbrukerrådet støtter departementets forslag og vurderinger om språkkrav.

Handels- og Servivenæringens Hovedorganisasjon (HSH) bemerker følgende:

«Etter § 9d må garantivilkår utformes på norsk hvor markedsføringen retter seg mot norske forbrukere. Etter vår oppfatning bør også en del andre offisielle Eu-språk kunne aksepteres, i det minste engelsk og tysk, og selvfølgelig svensk og dansk.»

Justisdepartementet finner det også noe uklart når markedsføringen skal anses å være «rettet direkte til norske forbrukere».

3.3.3.3 Departementets vurderinger

Ingen høringsinstanser hadde innvendinger til departementets vurdering av lovforslagets forhold til EU-/EØS-retten. Departementet fastholder derfor at det ikke kan anses i strid med EØS-avtalen om det innføres krav til norsk i garantivilkår generelt og ikke bare i forbrukerkjøp som direktivet åpner for. Det vises til den danske bestemmelsen i den danske markedsføringsloven § 4 som er gjengitt ovenfor i punkt 3.2.2. Her har en uten videre stilt krav om at skriftlige garantier skal være utformet på dansk. Danmark har ikke ansett at EU-retten er til hinder for et slikt språkkrav.

Det ligger uansett en begrensning i «lettfattelig» i direktivet artikkel 6 nr. 2 annet strekpunkt. Etter departementets syn vil garantivilkår som er utformet på andre språk enn norsk og dansk, muligens svensk, neppe kunne anses som lettfattelige for norske forbrukere generelt.

Bestemmelsen er ikke ment å begrense mulighetene til å utforme garantivilkårene på andre språk i *tillegg til* norsk.

Spørsmålet om markedsføringslovens geografiske rekkevidde er berørt i *NOU 1995:2 Forslag til endringer i markedsføringsloven*. Markedsføringsloven gjelder markedsføringstiltak som er rettet mot norske forbrukere (i Norge). Dette gjelder uansett om markedsføringen er utført av norske eller utenlandske næringsdrivende. Etter departementets syn er det klargjørende om dette kommer frem i lovteksten. Det er for eksempel ikke meningen å stille krav til norsk språk i garantivilkår når en vare via Internett markedsføres og selges av norske næringsdrivende utelukkende til utenlandske forbrukere.

EBL og NHO mener at de generelle hjemlene i markedsføringsloven (§§ 1, 3 og 9a) fungerer tilfredsstillende når det gjelder språkvalg. Lovteksten i disse bestemmelsene sier imidlertid ikke direkte noe om dette spørsmålet. Departementet mener det er klargjørende at en ved gjennomføringen av direktivet uttrykkelig regulerer språkvalget i lovteksten.

Departementet vil etter dette foreslå at det lovfestes et krav om at garanti-vilkårene skal være utformet på norsk, *der markedsføringen forut for avtaleinngåelsen er rettet til norske forbrukere*. Dette er den samme ordlyden som i høringsnotatet, bortsett fra at ordet «direkte» er sløyfet. Denne betegnelsen antas ikke å ha noen selvstendig betydning i denne sammenheng.

Om markedsføringen er rettet mot norske forbrukere må avgjøres konkret etter en helhetsvurdering. Relevante momenter er nevnt i de nordiske forbrukerombudenes felles holdning til handel og markedsføring på Internett og tilsvarende kommunikasjonsformer, som ble offentliggjort i januar 1999. Herfra siteres:

«Ved vurderingen av om markedsføringen er rettet mot et bestemt marked, vil bl.a. følgende faktorer inngå:

- hvilket språk, valuta eller andre nasjonale kjennetegn som brukes.
- I hvilket omfang virksomheten eller den gjeldende tjenesten for øvrig markedsføres på det aktuelle nasjonale marked.
- I hvilken grad det er sammenheng mellom markedsføring på Internett og andre markedsføringsaktiviteter på det aktuelle nasjonale marked.
- I hvilken grad den næringsdrivende aksepterer å inngå avtaler med forbrukere hjemmehørende i det aktuelle nordiske land.

Markedsføringslovene i de nordiske land gjelder etter rettspraksis når markedsføringen er rettet mot det gjeldende marked.»

Det vises til forslag til § 9 d annet ledd.

3.4 Lovfesting av ytterligere krav til garantier

3.4.1 Innledning

I forbindelse med at forslaget om å gjennomføre forbrukerkjøpsdirektivets krav i markedsføringsloven, er det etter departementets syn ønskelig å benytte anledningen til å klargjøre rettstilstanden ved å lovfeste ytterligere krav til garantier enn de som følger av direktivet og gjeldende lovtekst. Dette er i hovedsak krav som allerede i dag blir lagt til grunn i praksis.

3.4.2 Opplysningsplikt om reklamasjonsfrist

3.4.2.1 Innledning

Statens institutt for forbruksforskning (SIFO) la i 1998 frem en undersøkelse, som viser at det er utbredte misforståelser både blant næringsdrivende og forbrukere når det gjelder forholdet mellom garantier og reklamasjon. Selv om mange er klar over at garantier gir bedre rettigheter enn lovgivningen, er det et problem at garantitiden ofte er mye kortere enn reklamasjonstiden etter lovgivningen. Dette leder mange til å tro at reklamasjonsrettighetene også faller bort når garantitiden utløper. Dersom selgeren for eksempel opplyser om at det er 1 års garanti, er det nok dette forbrukeren legger merke til. Dermed kommer kjøpslovens reklamasjonsfrister på 2 og 5 år i bakgrunnen.

Forbrukerombudet har lagt til grunn at dersom reklamasjonsfristen er lengre enn garantitiden, må det opplyses om reklamasjonsfristen i markedsføring og avtalevilkår. Dette begrunnes av Forbrukerombudet i sitatet rett nedenfor i punkt 3.4.2.2.

3.4.2.2 Forslaget i høringsnotatet og høringsinstansenes syn

I høringsnotatet ble det foreslått at dersom garantitiden oppgis i markedsføringen, skal også reklamasjonsfristen etter lovgivningen oppgis. Det ble også foreslått en opplysningsplikt om den aktuelle lovens lengstefrist for reklamasjon i garantivilkårene, dersom den er lengre enn garantitiden.

Advokatforeningen støtter departementets forslag, og viser til at forholdet mellom garantier og reklamasjoner ofte er gjenstand for misforståelser mellom næringsdrivende og forbrukere.

Finansnæringens Hovedorganisasjon påpeker at de foreslåtte bestemmelsene først og fremst synes å ha hatt for øye reklamasjonsreglene etter (forbruker)kjøpsloven, og at lovteksten bør gjøres mer generell. Det foreslås at opplysningsplikten skal gjelde «... eventuell lovbestemt lengstefrist for reklamasjon...».

Forbrukerombudet uttaler:

«Det er meget positivt at det stilles krav til opplysningsplikt om reklamasjonsfristen dersom garantitiden oppgis, henholdsvis er lenger enn garantitiden. Dette er nødvendig for å unngå at forbrukeren skal tro at han eller hun ikke kan påberope seg en mangel etter garantitidens utløp. Standpunktet følger av mfl. § 2 første og tredje ledd og § 9a. Den næringsdrivende har i henhold til disse bestemmelsene plikt til å sørge for at markedsføringen ikke er villedende og at avtalevilkårene ikke er urimelige, herunder uklare eller ubalanserte. Hvis forbrukeren blir forledet til å tro at garantien uttømmende regulerer hans eller hennes rettsstilling, vil dette kunne anses i strid med mfl. § 2 og 9a. Begrepet «lovens lengstefrist» kan være egnet til å misforstås, og jeg vil reise spørsmål ved om det ikke bør fremgå av forarbeidene hva som ligger i dette.»

Forbrukerrådet bemerker:

«Forbrukerrådet er godt fornøyd med forslagene i punkt 3.5.1 om opplysningsplikt om reklamasjonsfrist. Det er særlig positivt at garanti-giver får plikt til å opplyse om lovens lengstefrist for reklamasjon»

Justisdepartementet uttaler:

«Vi er litt i tvil om det er hensiktsmessig å regulere forholdet mellom garantitid og lovens reklamasjonsfrister uttrykkelig, jf. s. 10 i høringsnotatet og lovutkastet § 9 c annet ledd annet punktum og § 9 d første ledd annet punktum. Vi viser til at det i utkastet til ny § 9 d første ledd første punktum er foreslått en bestemmelse om at garantier ikke begrenser rettighetene forbrukeren måtte ha etter loven. Denne bestemmelsen er generell, og omfatter etter det vi forstår også rett til reklamasjon.»

For øvrig har ingen høringsinstanser innvendinger mot forslaget.

3.4.2.3 Departementets vurderinger

En lovfestet opplysningsplikt basert på klare lovbestemmelser i markedsføringsloven, vil slik departementet ser det, bevisstgjøre både forbrukere og næringsdrivende på forskjellen mellom garantitid og reklamasjonstid.

Med lovens lengstefrist for reklamasjon siktes til de såkalt absolutte reklamasjonsfrister. I kjøpsretten er disse i forbrukerkjøp 2 og 5 år for henholdsvis «vanlige» og «varige» varer. Håndverkertjenesteloven inneholder på tilsvarende måte absolutte reklamasjonsfrister på 2 og 5 år. Avhendingsloven og bustadoppføringslova, som gjelder kjøp/oppføring av fast eiendom, opererer med absolutte reklamasjonsfrister på 5 år.

Departementet har merket seg høringsinstansenes jevnt over positive tilbakemeldinger og fastholder derfor forslaget, med noen endringer i ordlyden.

Det vises til forslaget til § 9 c siste punktum og § 9 d første ledd bokstav d.

3.4.3 Opplysningsplikt om reklamasjonsrett dersom garantien er begrenset

3.4.3.1 Innledning

I forbindelse med spørsmålet om opplysningsplikt om reklamasjonsfrist, jf. punktet ovenfor, tar Forbrukerrådet og Forbrukerombudet opp at det bør lovfestes en opplysningsplikt om reklamasjonsrett dersom garantien er begrenset.

Forbrukerombudet bemerker følgende:

«De argumenter som taler for en opplysningsplikt når det gjelder reklamasjonsfristen, gjelder i like stor grad på andre områder. Av departementets forslag til § 9 d fremgår det at garantiens innhold skal angis og at dette innebærer at eventuelle begrensninger skal oppgis. Som eksempel nevnes at garantien ikke gjelder en del av tingen. Et annet eksempel kan være at garantien kun dekker deler av utbedringskostnadene. Selv om begrensningen i garantien etter forslaget skal oppgis, fremgår det etter det jeg kan se ikke at lovens regel som vil tre inn isteden for garantien skal oppgis. Det er i bestemmelsens første ledd en krav om generell henvisning til aktuell lovgivning. Ofte vil det ikke være spesielle begrensninger i garantien og da vil det være tilstrekkelig med en slik generell henvisning. I de tilfellene hvor det er begrensninger i forhold til lovgivningen må det imidlertid være helt nødvendig at forbrukeren blir informert om hvilke rettigheter han eller hun har etter loven, på samme måte som det opplyses om lengden på lovens reklamasjonsfrist i markedsføringen.

Dersom garantien kun dekker en del av produktet, må det således opplyses om at forbrukeren kan påberope seg mangel ved produktet for øvrig etter loven. Hvis ikke vil det være nærliggende å tro at det kun er delmangler som kan påberopes. Følgene kan bli at forbrukeren ikke påberoper seg mangler etter loven eller på produktet for øvrig, fordi han eller hun legger til grunn at vilkårene uttømmende regulerer rettstilstanden. Dersom garantien kun dekker deler av utbedringskostnadene (50/50-garanti), risikerer man på samme måte at forbrukeren vil dekke resten av utbedringskostnadene for en mangel som den næringsdrivende etter loven skulle ha dekket fullt ut.

(...)

Det vil etter min mening altså ikke være tilstrekkelig å oppgi begrensningene i garantien. På det området hvor det ligger en begrensning, må også den rettslige stillingen etter loven angis. Hvis ikke vil garantien medføre en ekstra fare for at forbrukeren ikke får de rettigheter og den beskyttelse som er tilsiktet etter gjeldende forbrukerlov-givning.»

Forbrukerombudet foreslår følgende tilføyelse til § 9 d:

«Forbrukerens reklamasjonsrettigheter etter loven skal oppgis dersom de kan være gunstigere for forbrukeren enn rettighetene etter garantien.»

Eller alternativt:

«Garantien skal ikke utformes slik at den i praksis innskrenker forbrukerens lovbestemte rettigheter.»

Subsidiært mener Forbrukerombudet at det som et minimum må fremgå av forarbeidene at det generelt kan stilles krav etter § 9 a til at det gis opplysninger dersom vilkårene er uklare, og at § 9 d ikke skal tolkes antitetisk.

Forbrukerrådet uttaler:

«Forbrukerrådet er enig i at det er viktig at det går klart frem hva garantien omfatter. Det kan være en viss fare for at en opplysning om at garantien ikke gjelder f.eks bestemte deler av en bil, kan få enkelte kjøpere til å tro at man ikke har noen rettigheter overhodet dersom disse delene får mangel. Dette kan nok også skje når garantigiver har oppfylt kravene i § 9 d, dvs at det i garantien står klart (men generelt) at garantien ikke begrenser forbrukers øvrige rettigheter.

Dette kunne tale for at garantigiver, dersom visse deler unntas, får plikt til å opplyse at det kan reklameres på disse delene etter den aktuelle lovgivningen. Dette vil slik vi ser det, samsvare med tankegangen bak lovutkastet § 9 c annet ledd siste setning og § 9 d første ledd annen setning, ved at det må opplyses om lovens lengstefrist for reklamasjon hvis garantien har en (kortere) tidsbegrensning. I begge tilfeller vil hensynet være at opplysninger om garantien ikke skal føre til misforståelser mht innholdet i de lovbestemte rettigheter.»

3.4.3.2 Departementets vurderinger

Departementet er enig i at det kan være behov for en regel som Forbrukerombudet og Forbrukerrådet skisserer. Forbrukerombudet mener at opplysningsplikten skal gjelde hvilke reklamasjonsrettigheter forbrukeren har, dvs. etter det departementet forstår en henvisning til spesifikke misligholdsbeføyelser. Forbrukeren vil etter omstendighetene kunne ha krav på en rekke ulike mis-

ligholdsbeføyelser etter loven, f.eks. retting, omlevering, prisavslag, hevning og erstatning. Vilkårene for å ha krav på de forskjellige misligholdsbeføyelsene er forskjellige, og de kan inneholde vanskelige skjønnsmessige vurderinger. Sett i forhold til at bestemmelsen skal gjelde garantier i forhold til alle slags varer og tjenester, vil departementet ikke foreslå å lovfeste en generell bestemmelse om at forbrukerens rettslige stilling etter loven skal beskrives i garantivilkårene, for de delene av ytelsen som eventuelt ikke er dekket av garantien. Departementet vil foreslå en særlig opplysningsplikt ved begrensede garantier om at det *kan reklameres etter den aktuelle lovgivningen* på ytelsen i sin helhet, jf. forslag til § 9 d første ledd bokstav e. Forbrukerombudet kan etter omstendighetene stille ytterligere krav til garantivilkår ved begrensede garantier etter den generelle bestemmelsen i § 9 a, dersom garantivilkårene er uklare i en konkret sak.

3.4.4 Opplysningsplikt om vesentlige begrensninger i garantien ved markedsføring

3.4.4.1 Gjeldende rett

Forbrukerombudet har i sin praksis etter markedsføringsloven stilt krav om at dersom garantien inneholder særlige begrensninger eller vilkår må det opplyses om dette i markedsføringen. Prinsippet utledes bl.a. av markedsføringsloven § 3, som er en generell bestemmelse som forbyr utilstrekkelig veiledning m.v. i markedsføring.

3.4.4.2 Forslaget i høringsnotatet og høringsinstansenes syn

Departementet foreslo i høringsnotatet en opplysningsplikt om vesentlige begrensninger eller særlige vilkår i garantivilkårene ved markedsføringen.

Advokatforeningen stiller seg positiv til forslaget.

Bilbransjeforbudet uttaler at det ikke har innvendinger mot lovforslaget på dette punkt.

Forbrukerombudet mener det er en fornuftig ordning at det i markedsføringen er tilstrekkelig å opplyse om eventuelle vesentlige begrensninger eller særlige vilkår, mens begrensninger for øvrig må oppgis i garantivilkårene. Det påpekes at dette er en naturlig konsekvens av at det er begrenset hva som kan gis av opplysninger i markedsføringen, mens det i avtalevilkårene er rom for, og nødvendig med, utførlige opplysninger om avtaleforholdet.

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) er i mot forslaget og uttaler:

«NHO stiller seg negativ til å lovfeste at det skal opplyses om vesentlige begrensninger eller særlige vilkår i garantien. Departementet peker selv på deler av begrunnelsen; det følger av markedsføringsloven § 3 at det er forbudt å gi utilstrekkelig veiledning. Videre følger det av alminnelig avtalerett hvordan vilkårene må utformes for at de skal kunne påberopes. En særskilt lovbestemmelse om dette kan derfor vanskelig ses å ha noen berettigelse. Generelt arbeider NHO for å unngå dobbeltregulering, og en bestemmelse som her er foreslått vil innebære nettopp en slik uønsket dobbeltregulering.»

Energibedriftenes landsforening (EBL) har tilsvarende synspunkter som NHO.

3.4.4.3 Departementets vurderinger

Departementet ser at hensynet til å hindre dobbeltregulering kan tale mot forslaget. Likevel mener departementet at hensynet til klarhet og forutberegnelighet i dette tilfellet veier tyngre. Siden det har vist seg å være mange misforståelser omkring garantier, ønsker departementet å samle kravene til garantier ett sted i markedsføringsloven, og gjøre lovteksten så klar og uttømmende som mulig. Det understrekes likevel at de generelle bestemmelsene i markedsføringsloven etter omstendighetene kan komme til anvendelse på forhold omfattet av dette lovforslaget.

Bestemmelsen er ment å forhindre de samme tilfellene som § 3 forbyr, nemlig markedsføring der viktige opplysninger blir utelatt, og denne unnlattelsen av å gi opplysninger må anses som urimelig. Slikt sett blir den foreslåtte bestemmelsen et speilbilde av § 3: § 3 forbyr slik markedsføring, mens forslag til § 9 c annet ledd første punktum oppstiller en positiv opplysningsplikt.

For å klargjøre rettstilstanden og skape forutberegnelighet for næringsdrivende, foreslår departementet å lovfeste dette prinsippet i det nye kapittelet om garantier. Det vises ellers til punkt 3.3.1.3 om opplysningsplikten om garantiens innhold, herunder begrensninger, der det ble påpekt at det også vil være i den næringsdrivendes interesse at eventuelle begrensninger i garantien kommer klart og tydelig frem.

Etter en fornyet vurdering av forslaget er departementet kommet til at «særlige vilkår» neppe har noen selvstendig betydning i forhold til «vesentlige begrensninger». Departementet foreslår derfor å sløyfe «særlige vilkår» i lovteksten.

Et eksempel på hva som etter omstendighetene kan falle inn under opplysningsplikten, er at garantien ikke gjelder sentrale deler av tingen, f.eks. batteriet til en mobiltelefon eller bestemte deler på en bil. Hva som ellers ligger i «vesentlige begrensninger» må overlates til praksis. Departementet understreker at praksis etter markedsføringsloven § 3 vil gi veiledning i hvordan den nye bestemmelsen skal forstås.

Det vises til forslag til § 9 c annet ledd første punktum.

3.5 Sanksjoner

3.5.1 Gjeldende rett og direktivet

Forbrukerombudet og Markedsrådet fører tilsyn med markedsføringsloven ut i fra hensynet til forbrukere, jf. markedsføringsloven §§ 12 og 13. Loven kapittel V inneholder nærmere regler om sanksjoner. Det er to hovedtyper sanksjoner: tvangsgebyr og straff.

Tvangsgebyr benyttes i forbindelse med forbudsvedtak. Blir Forbrukerombudet oppmerksom på en handling som antas å være i strid med markedsføringsloven, skal det gjøres forsøk på å få den næringsdrivende til å innrette seg etter loven. Dersom det ikke oppnås en frivillig ordning, kan Forbrukerombudet bringe saken inn for Markedsrådet, med begjæring om at det nedlegges forbud mot tiltaket. Hvis det vil medføre ulempe eller skadevirkning å avvente Markedsrådets vedtak, kan Forbrukerombudet selv treffe forbudsvedtak. Et forbudsvedtak innebærer både en konstatering av at det har funnet sted en lovstridig handling og et forbud mot gjentagelse eller fortsettelse av

handlingen. I vedtaket skal det, med mindre særlige grunner foreligger, fastsettes et tvangsgebyr som skal betales dersom vedtaket overtres, jf. § 16. Tvangsgebyret fastsettes skjønnsmessig, og så høyt at overtredelse ikke vil lønne seg. Overtredelse av vedtaket er også straffbart etter § 17.

De fleste forbudene i markedsføringsloven er sanksjonert med straff, jf. § 17. Dette gjelder imidlertid ikke § 1 og § 9 a, idet disse bestemmelsene inneholder så vidt fleksible rettslige standarder som bygger på skjønnsmessige vurderinger, at straff er ansett for uhensiktsmessig. Brudd på Forbrukerombudets/Markedsrådets vedtak etter § 1 og § 9 a er imidlertid straffbart. Straffebestemmelsene håndheves ved ordinær straffesaksbehandling av påtalemyndigheten og domstolene.

Markedsføringsloven § 2 tredje ledd, om villedende bruk av garantier, er i dag straffsanksjonert, jf. oppregningen i § 17. Ovenfor under punkt 3.4.4 ble det fremholdt at opplysningsplikten om vesentlige begrensninger i garantien i forslaget til § 9 c annet ledd første punktum, må antas å følge av markedsføringsloven § 3. Paragraf 3 er også sanksjonert med straff og tvangsgebyr.

Forbrukerkjøpsdirektivet fastsetter ingen sanksjoner ved manglende oppfyllelse av artikkel 6 nr. 2-4. Direktivet kan neppe forstås slik at varen anses som mangelfull dersom formkravene til garantier ikke er oppfylt.

3.5.2 Forslaget i høringsnotatet og høringsinstansenes syn

I høringsnotatet foreslo departementet at ny § 9 c sanksjoneres både med straff og tvangsgebyr, mens § 9 d kun sanksjoneres med tvangsgebyr. Begrunnelsen for denne forskjellsbehandlingen var at innholdet i § 9 c for en stor del er en videreføring av nåværende § 2 tredje ledd og § 3. Disse bestemmelsene er i dag sanksjonert med straff. I norsk rett er det ellers ikke vanlig at regler om opplysningsplikt i kontraktsforhold er straffsanksjonert. Departementet foreslo derfor til høringsinstansenes overveielse at de nye bestemmelsene om formkrav til garantier og opplysningsplikt i utkastet til § 9 d sanksjoneres med tvangsgebyr etter markedsføringsloven, men ikke med straff.

Advokatforeningen mener det bør vurderes om man skal begrense seg til tvangsgebyr som virkemiddel, men at man opprettholder § 17 om straffbarhet for brudd på vedtaket. Begrunnelsen er at det neppe er noen grunnleggende forskjell på det som foreslås gjort straffbart i § 9 c og det som ikke foreslås straffsanksjonert i § 9 d. Videre vises det til at straff ikke alltid er den beste løsning for å hindre uønsket adferd, og at det tvert i mot kan virke mot sin hensikt. Det reises også tvil om straffebestemmelsene blir brukt.

Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) og *Energibedriftenes landsforening (EBL)* er enige med departementet i at det ikke er naturlig å straffsanksjonere § 9 d.

Eforum.no foreslår at brudd på §§ 9 c og 9 d sanksjoneres med tvangsgebyr, mens brudd på en bestemmelse som gjennomfører direktivet artikkel 6 nr. 5 kan sanksjoneres med tvangsgebyr og straff.

Bilbransjeforbundet uttaler:

«Vi er enige i at brudd på lovforslagets § 9 d ikke sanksjoneres med straff. Dersom man velger å ta inn bestemmelsene i kjøpsloven, går vi ut fra at det heller ikke blir aktuelt med tvangsgebyr ved eventuelle overtredelser.

Derimot vil vi ta sterk avstand fra forslaget om at brudd på de nye bestemmelsene i forslaget til § 9 c, annet ledd gjøres straffbare. Tvangsgebyr må i disse tilfellene være tilstrekkelig.»

Forbrukerrådet har ingen innvendinger til departementets forslag til offentligrettslige sanksjoner, men ønsker i tillegg sivilrettslige sanksjoner. Det vises bl.a. til anbefalinger i utredningen *TemaNord 2001:549* «Reklamens bindende virkning». I utredningen blir det foreslått et fellesnordisk kapittel i markedsføringslovgivningen, der det bl.a. foreslås erstatningsvar overfor forbruker ved misvisende eller villedende reklame, samt en lovfesting av prinsippet om at reklame rettet mot allmennheten, som fremstår som bindende, anses som bindende tilbud fra avgiver.

Handels- og Servicenæringens Hovedorganisasjon (HSH) er enig med departementet i at § 9 d ikke bør sanksjoneres med straff.

3.5.3 Departementets vurderinger

Flere høringsinstanser har innvendinger til forslaget om å sanksjonere forslag til § 9 c med straff. Departementet har på bakgrunn av høringsuttalelsene vurdert spørsmålet på nytt.

I praksis er forbudsvedtak i første omgang den aktuelle reaksjonsform, og brudd på vedtaket er straffbart etter § 17. Departementet antar at dette vil være tilstrekkelig sanksjoner i forhold til de nye bestemmelsene om garantier.

Departementet foreslår etter dette at §§ 9 c og 9 d sanksjoneres med tvangsgebyr, men ikke med straff. Det understrekes at overtredelse av forbudsvedtaket som ligger til grunn for tvangsgebyret vil kunne sanksjoneres med straff etter § 17.

Forbrukerrådet ønsker i tillegg sivilrettslig sanksjonering av garantibestemmelsene. Den sivilrettslige siden av garantibestemmelsen i forbrukerkjøpsdirektivet vurderes av Justisdepartementet, jf. punkt 1 foran. Et generelt forslag som nevnt i *Tema Nord 2001:549*, og av Forbrukerrådet, har ikke vært på høring, og departementet finner derfor ikke å kunne foreslå slike regler i denne omgang. Departementet ser at det er behov for en større gjennomgang og eventuell revisjon av markedsføringsloven. I den forbindelse vil bl.a. anbefalingene i rapporten *TemaNord 2001:549* bli vurdert.

Henvisninger til de nye bestemmelsene om garantier må innarbeides i markedsføringsloven kapittel III om Markedsrådet og Forbrukerombudet og kapittel V om sanksjoner.

4 Økonomiske og administrative konsekvenser

For næringsdrivende vil reglene om formkrav og opplysningsplikt i forbindelse med garantier kunne medføre økte kostnader, avhengig av hvilken praksis de følger i dag. Det er likevel ikke tale om store nye byrder, idet de fleste kravene allerede utledes av markedsføringsloven. Noen av kravene er dessuten nedfelt i bransjenormer.

Forbrukerombudet fører allerede i dag tilsyn etter markedsføringsloven med markedsføring av garantier etter bl.a. § 2 tredje ledd, samt med garanti-vilkår etter § 9 a. Hvis Forbrukerombudet prioriterer tilsyn på dette området, vil dette kunne medføre økt arbeidsmengde. På den annen side vil klarere lov-hjemler kunne lette håndhevingen i forhold til i dag. Det antas derfor at det ikke vil være behov for å tilføre Forbrukerombudet økte ressurser.

5 Merknader til de enkelte bestemmelser

Til § 9 c

Første ledd er ment å innholdsmessig tilsvare nåværende § 2 tredje ledd. Bestemmelsen er omformulert og flyttet til det nye kapittelet om garantier. Det er likevel gjort en tilføyelse i bestemmelsens saklige virkeområde, ved at den gjelder «andre ytelser» i tillegg til omsetning av varer og tjenester. Uttrykket «varer, tjenester eller andre ytelser» er gjennomgående brukt ellers i markedsføringsloven, og departementet kan ikke se noen grunn til at det ikke skal gjelde her. Dermed vil for eksempel omsetning av fast eiendom også omfattes av bestemmelsen. Tilføyelsen er gjort etter høringsrunden for å bringe ordlyden i samsvar med det som ellers gjelder i markedsføringsloven.

Bestemmelsen forbyr bruken av garantiutsagn, dersom ikke forbrukeren derved får en bedre rettstilling enn han eller hun ellers har etter lovgivningen eller ulovfestede regler. Formålet med forbudet er å hindre at forbrukeren blir villedet med hensyn til sine rettigheter. Garantier er frivillige ordninger, mens reklamasjonsrettighetene følger av lovgivningen eller utledes av ulovfestede prinsipper. Garantier kan ikke begrense forbrukerens rettigheter. Dette følger allerede av at de fleste forbrukervernlover ikke kan fravikes til forbrukerens ugunst.

Dersom forbrukeren på forhånd må betale for en avtale om garanti, kan betegnelsen «garanti» eller tilsvarende ikke brukes. Dette vil i realiteten være kjøp av en forsikring, slik at kravet om at mottakeren må *gis* rettigheter i tillegg til de rettighetene han eller hun ellers har ikke er oppfylt.

Eksempler på hva garantier kan inneholde er gitt i de spesielle merkna-
dene til forslag til § 9 d første ledd bokstav a.

Annet ledd oppstiller en opplysningsplikt i forbindelse med markedsføring av garantier og liknende. Etter *første punktum* skal det opplyses om eventuelle vesentlige begrensninger i garantien. Bestemmelsen er en presisering av innholdet i § 3, som forbyr utilstrekkelig veiledning m.v. i markedsføring. Opplysningsplikten gjelder forhold forbrukeren må forvente å bli gjort oppmerksom på, slik at det vil være urimelig om opplysningene utelates i markedsføringen. Et eksempel på vesentlige begrensninger i garantien er at garantien ikke gjelder sentrale deler av ytelsen.

Annet punktum oppstiller en opplysningsplikt om den aktuelle lovens lengstefrist for reklamasjon dersom garantitiden oppgis i markedsføringen. Eksempler på forskjellige lovers reklamasjonsfrister er gitt i de alminnelige merknadene i punkt 3.4.2.3. Det kreves ikke på dette stadiet at det opplyses konkret hvilken lov som forbrukeren har reklamasjonsrettigheter etter, men det vil likevel være en fordel om dette gjøres av informasjonshensyn.

Til § 9 d

Første ledd oppregner opplysninger som skal fremgå av garantivilkårene dersom det ytes garanti. Bestemmelsen er ikke ment å være uttømmende. Forbrukerombudet og Markedsrådet vil etter omstendighetene kunne stille ytter-

ligere krav til innholdet i garantivilkårene i medhold av markedsføringsloven § 9 a.

Etter *bokstav a* skal det opplyses om garantiens innhold. I dette ligger for det første at det skal opplyses om hva garantien gir av rettigheter utover det forbrukeren har uten garantien. Dersom det gis inntrykk av at det er garantien som er grunnlaget for lovbestemte rettigheter, er dette derimot villedende og forbudt etter § 9 c første ledd.

Garantier kan for eksempel gå ut på at reklamasjonsfristene etter lovgivningen utvides i tid, eller at feil og mangler blir behandlet som en reklamasjonssak, selv om forbrukeren ikke har rett til det etter lovgivningen. En annen form for garanti, er at selgeren påtar seg bevisbyrden for forhold som forbrukeren ellers ville hatt i en reklamasjonssak.

Videre skal det opplyses om eventuelle begrensninger i garantien. Eksempler på begrensninger er at garantien bare gjelder enkelte deler av ytelsen, eller at bare deler av utbedringskostnadene dekkes av garantien.

Dersom det er fastsatt særlige betingelser for at garantien skal kunne gjøres gjeldende, skal det også opplyses om dette. Eksempler på slike betingelser er at garantien bare gjelder dersom en forsegling er ubrutt, eller at forbrukeren må betale en egenandel ved bruk av garantien. Slike betingelser kan for øvrig settes til side etter § 9 a, dersom Forbrukerombudet eller Markedsrådet finner dem urimelige.

Hvis det unnlates å gi opplysninger om bestemte begrensninger eller særlige betingelser i garantivilkårene, kan dette føre til at de overhodet ikke kan påberopes av den næringsdrivende, fordi de ikke kan anses avtalt.

Etter *bokstav b* skal det opplyses om aktuell lovgivning som kommer i tillegg til garantien, og at de lovbestemte rettighetene ikke berøres av garantien. Den aktuelle lovgivningen skal angis nærmere. Forbrukeren skal således få opplyst hvilken kontraktsrettslig lov som eventuelt gjelder, dvs. den som er relevant for den konkrete avtalen. Med kontraktsrettslig lov menes lov som regulerer avtalepartenes rettigheter og plikter. Sentrale kontraktsrettslige lover på forbrukerområdet er bl.a. kjøpsloven, håndverkertjenesteloven og avhendingsloven. Dersom avtalen gjelder forbrukerkjøp, kan det for eksempel stå følgende i garantivilkårene:

«For øvrig har kjøperen de rettigheter som følger av (forbruker)kjøpsloven. Garantien kommer i tillegg disse rettighetene.»

Det vil imidlertid ikke være tilstrekkelig å bare vise til «aktuell lovgivning», f.eks.: «Dine rettigheter etter aktuell lovgivning kommer i tillegg til garantien».

Etter *bokstav c* skal det gis opplysninger som er nødvendige for forbrukeren for å gjøre bruk av garantien. En ikke uttømmende eksemplifisering på slike opplysninger er garantiens varighet (garantitiden), geografiske virkeområde og garantigiverens navn og adresse. Med garantigiverens adresse menes adressen et eventuelt garantikrav skal sendes/leveres til. Dette vil normalt være selgerens forretningsadresse.

Bokstav d oppstiller en opplysningsplikt om lengstefristen for reklamasjon etter den aktuelle lovgivningen, dersom denne er lengre enn garantitiden. Det skal også opplyses konkret hvilken lov denne reklamasjonsfristen følger av, jf.

merknadene til bokstav b. Eksempler på relevante lovers reklamasjonsfrister er gitt i de alminnelige merknadene punkt 3.4.2.3.

Etter *bokstav e* skal det opplyses om at det uansett kan reklameres på ytelsen i sin helhet, dersom garantien er begrenset. Forutsetningen er at den aktuelle lovens materielle vilkår er oppfylt. Også her skal forbrukeren få opplyst konkret hvilken lov som denne reklamasjonsretten følger av. Eksempler på begrensninger i en garanti er at garantien bare gjelder enkelte deler av ytelsen, eller at bare deler av utbedringskostandene dekkes av garantien.

Annet ledd regulerer hvilket språk garantivilkårene skal utformes på. I de tilfellene en etter en konkret vurdering kommer til at markedsføringen er rettet mot norske forbrukere, skal garantivilkårene være utformet på norsk. Dette gjelder uansett om den næringsdrivende driver sin virksomhet i Norge eller utlandet. Relevante momenter i vurderingen av om markedsføringen er rettet mot norske forbrukere er regnet opp i de alminnelige merknadene punkt 3.3.3.3. Bestemmelsen er ikke ment å begrense hvilke språk garantivilkårene kan være utformet på *i tillegg* til norsk.

Tredje ledd regulerer utleveringen av garantivilkårene.

Første punktum pålegger garantigiveren å opplyse forbrukeren om garantien, dersom en garanti omfattes av avtalen. Videre skal garantigiveren opplyse forbrukeren om at han eller hun har rett til å få garantivilkårene utlevert. Disse opplysningene kan gis på hvilken som helst måte til forbrukeren, også muntlig. Ved eventuell tvist, må det imidlertid være opp til den næringsdrivende å sannsynliggjøre at opplysningene er gitt.

Etter *annet punktum* har forbrukeren krav på å få garantivilkårene utlevert når han eller hun ber om det. Forbrukeren skal i så fall motta garantivilkårene lesbart og lagret på papir eller et annet varig medium som forbrukeren råder over. Bestemmelsen er utformet teknologinøytralt. Garantivilkårene kan utleveres i form av vanlig skrift på papir, men også sendes elektronisk for eksempel som e-post. Det er imidlertid ikke tilstrekkelig å bare henvide forbrukeren til garantivilkår som ligger på selgerens eller tjenesteyterens nettsider. Det vises til de alminnelige merknadene punkt 3.3.2.3.

Det vil fortsatt være en mulighet for Forbrukerombudet å kreve at garantivilkårene utleveres før avtaleinngåelsen med hjemmel i markedsføringsloven § 9 a, dersom det for eksempel er tale om varer eller tjenester av store verdier.

Til endringene i § 13 tredje ledd

Ved en inkurie er det oppstått en feilhenviing i gjeldende bestemmelse. Ved omnummereringen som må foretas som konsekvens av dette lovforslaget, rettes feilen opp.

Barne- og familiedepartementet

t i l r å r :

At Deres Majestet godkjenner og skriver under et framlagt forslag til proposisjon til Stortinget om lov om endringer i lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven).

Vi HARALD, Norges Konge,

s t a d f e s t e r:

Stortinget blir bedt om å gjøre vedtak til lov om endringer i lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven) i samsvar med et framlagt forslag.

Forslag til lov om endringer i lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven)

I

I lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven) gjøres følgende endringer:

§ 2 tredje ledd oppheves. Nåværende § 2 fjerde og femte ledd blir nytt tredje og fjerde ledd.

Kapittel II a skal lyde:

Kapittel II a. Garantier o.l.

§ 9 c. Bruk av garantier o.l. overfor forbrukere

Det er forbudt i næringsvirksomhet å bruke ordet garanti eller tilsvarende uttrykk ved omsetning av varer, tjenester eller andre ytelser, dersom mottakeren ikke gis rettigheter i tillegg til de rettighetene han eller hun ellers har, eller dersom slike rettigheter begrenses.

Ved markedsføring av garantier skal det opplyses om vesentlige begrensninger i garantien. Dersom det opplyses om garantitiden i markedsføringen, skal det også opplyses om lovens lengstefrist for reklamasjon etter den aktuelle lovgivningen.

§ 9 d. Krav til garantivilkår i forbrukerforhold

Ytes det garanti, skal det på en tydelig og lettfattelig måte opplyses om følgende i garantivilkårene:

- a) garantiens innhold, herunder eventuelle begrensninger og særlige betingelser*
- b) at forbrukerens rettigheter etter aktuell og nærmere angitt lovgivning kommer i tillegg til garantien, og at disse rettighetene ikke berøres av garantien*
- c) hva som er nødvendig for å benytte garantien, herunder garantiens varighet og geografiske virkeområde samt garantigiverens navn og adresse*
- d) lengstefristen for reklamasjon etter aktuell og nærmere angitt lovgivning, dersom den er lengre enn garantitiden*
- e) at det uansett kan reklameres på ytelsen i sin helhet etter aktuell og nærmere angitt lovgivning, dersom garantien er begrenset, for eksempel ved at garantien kun gjelder en del av ytelsen eller bare deler av utbedringskostnadene dekkes av garantien.*

Der markedsføringen forut for avtaleinngåelsen er rettet til norske forbrukere, skal garantivilkårene være utformet på norsk.

Før avtaleinngåelsen skal garantigiveren opplyse forbrukeren om garantien og at forbrukeren har rett til å få garantivilkårene utlevert. Når forbrukeren ber om det, skal han eller hun motta garantivilkårene lesbart og lagret på papir eller et annet varig medium som forbrukeren råder over.

Nåværende kapittel II a, §§ 9 c, 9 d og 9 e blir nytt kapittel II b, §§ 9 e, 9 f og 9 g.

§ 9 f skal lyde:

§ 9 f. Adgang til å bringe saker inn for Forbrukerombudet og Markedsrådet

Utenlandske myndigheter og organisasjoner som er oppført på listen over godkjente institusjoner som i henhold til EØS-avtalens bestemmelser offentliggjøres av EU-kommisjonen i De Europeiske Fellesskapers Tidende og i EØS-tillegget til dette, kan bringe sak inn for Forbrukerombudet og Markedsrådet med sikte på å få nedlagt forbud mot handling som nevnt i § 9 e.

§ 9 g første ledd skal lyde:

Departementet godkjenner norske myndigheter og organisasjoner som kan opptre som part i sak i andre EØS-stater med sikte på å få nedlagt forbud mot handling som nevnt i § 9 e. Departementet underretter EFTAs overvåkningsorgan om de utpekte myndigheters og organisasjoners navn og formål, med sikte på oppføring på listen nevnt i § 9 f.

§ 12 første ledd første, annet og tredje punktum skal lyde:

Markedsrådet kan forby en handling som rådet finner er i strid med en bestemmelse gitt i eller i medhold av kapittel I *eller* § 9 c, når det finner at inngrep tilsies av hensyn til forbrukerne, eller, i forhold til § 1 annet ledd av hensyn til likestilling mellom kjønnene. Markedsrådet kan også forby part for Markedsrådet å bruke vilkår som nevnt i kapittel II *eller som ikke oppfyller kravene i § 9 d*, eller foreta handlinger som tilsikter slik bruk. Markedsrådet kan videre forby en handling som strider mot bestemmelser som nevnt i § 9 e første ledd, hvis handlingen er foretatt i næringsvirksomhet i Norge og handlingen skader forbrukernes kollektive interesse i en annen EØS-stat.

§ 13 første ledd første punktum skal lyde:

Forbrukerombudet skal, ut fra hensynet til forbrukerne, føre tilsyn med at det ikke skjer markedsmissbruk i strid med en bestemmelse gitt i eller i medhold av kapittel I *eller* § 9 c.

§ 13 annet ledd skal lyde:

Forbrukerombudet skal også føre tilsyn med, og gjennom forhandlinger med næringsdrivende eller deres organisasjoner bidra til, at vilkår som nevnt i kapittel II *eller som ikke oppfyller kravene i § 9 d*, ikke nyttes til skade for forbrukerne.

§ 13 tredje ledd skal lyde:

Forbrukerombudet kan på anmodning fra myndighet eller organisasjon som nevnt i § 9 f, med sikte på å verne forbrukernes kollektive interesser i en annen EØS-stat, behandle saker vedrørende handlinger som nevnt i § 9 e første ledd.

§ 13 sjettede ledd første punktum skal lyde:

Med samtykke av Markedsrådets formann kan Forbrukerombudet forelegge for Markedsrådet en sak av prinsipiell karakter knyttet til overtredelse av §§ 1-5 *eller* § 9 c, eller til overtredelse av forskrifter gitt i medhold av lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting § 3-1 tredje ledd.

§ 16 første ledd nytt annet punktum skal lyde:

Det samme gjelder vedtak etter §§ 12 og 14 som retter seg mot overtredelse av bestemmelser i kapittel II a.

Nåværende første ledd annet, tredje og fjerde punktum blir første ledd tredje, fjerde og femte punktum.

II

Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer.

Vedlegg 1

Europaparlaments- og rådsdirektiv 1999/44/EF av 25. mai 1999 om visse sider ved forbrukerkjøp og tilknyttede garantier

EUROPAPARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPEISKE UNION HAR -

under henvisning til traktaten om opprettelse av Det europeiske fellesskap, særlig artikkel 95,

under henvisning til forslag fra Kommisjonen⁽¹⁾,

under henvisning til uttalelse fra Den økonomiske og sosiale komité⁽²⁾,

etter framgangsmåten fastsatt i traktatens artikkel 251, på grunnlag av Forlikskomiteens felles forslag av 18. mai 1999⁽³⁾ og

ut fra følgende betraktninger:

1. Etter traktatens artikkel 153 nr. 1 og 3 skal Fellesskapet bidra til at det oppnås et høyt nivå for forbrukervern ved de tiltak som det treffer i henhold til artikkel 95.
2. Det indre marked utgjør et område uten indre grenser, der fritt varebytte og fri bevegelighet for personer, tjenester og kapital er sikret. Fritt varebytte berører ikke bare næringsdrivende, men også privatpersoner. Det innebærer at forbrukere som bor i en medlemsstat, fritt skal kunne kjøpe varer på en annen medlemsstats territorium på grunnlag av et sett rimelige, ensartede minimumsregler for kjøp av forbruksvarer.
3. De respektive medlemsstaters lovgivning om forbrukerkjøp er ganske uensartet, med den følge at nasjonale markeder for forbruksvarer er ulike, og at det kan oppstå konkurransevidning mellom selgerne.
4. Forbrukere som søker å dra fordel av det indre marked ved å kjøpe varer i en annen medlemsstat enn sin bostedsstat, spiller en grunnleggende rolle for gjennomføringen av det indre marked. Det må hindres at det oppstår nye kunstige grenser, og at markedene deles opp. Forbrukernes muligheter er blitt kraftig utvidet på grunn av ny kommunikasjonsteknologi, som gir lett tilgang til distribusjonssystemene i andre medlemsstater eller i tredjestater. Uten et minimum av harmonisering av reglene for forbrukerkjøp er det fare for at den videre utviklingen av varekjøp ved hjelp av ny kommunikasjonsteknologi blir hindret.
5. Innføringen av et felles sett minimumsregler for forbrukere, som gjelder uansett hvor i Fellesskapet varene er kjøpt, vil styrke forbrukernes tillit og sette dem i stand til å dra størst mulig fordel av det indre marked.
6. De største vanskelighetene for forbrukerne og den viktigste årsaken til tvist med selgerne er forbundet med varens manglende avtalemessighet. Derfor bør nasjonal lovgivning om forbrukerkjøp tilnærmes på dette punkt, men uten at det berører internrettslige bestemmelser og prinsipper om erstatningsansvar i og utenfor kontraktsforhold.

¹⁾ EFT C 307 av 16.10.1996. s. 8 og EFT C 148 av 14.5.1998, s. 12.

²⁾ EFT C 66 av 3.3.1997, s. 5.

³⁾ Europaparlamentsuttalelse av 10. mars 1998 (EFT C 104 av 6.4.1998, s. 30), Rådets felles holdning av 24. september 1998 (EFT C 333 av 30.10.1998, s. 46) og europaparlamentsbeslutning av 17. desember 1998 (EFT C 98 av 9.4.1999, s. 226). Europaparlamentsbeslutning av 5. mai 1999. Rådsbeslutning av 17. mai 1999.

7. Varene må først og fremst være avtalemessige. Prinsippet om avtalemessighet kan betraktes som felles for de ulike nasjonale rettstradisjoner. Innenfor visse nasjonale rettstradisjoner er det ikke alltid mulig å bygge på bare dette prinsippet for å sikre forbrukerne et minimumsvern. Særlig innenfor slike rettstradisjoner kan det være nyttig med utfyllende nasjonale bestemmelser for å sikre forbrukeren vern i tilfeller der partene ikke har fastsatt særlige avtalevilkår, eller der partene har fastsatt avtalevilkår eller inngått avtaler som direkte eller indirekte opphever eller begrenser forbrukerens rettigheter. I den grad disse rettighetene følger av dette direktiv, er slike avtalevilkår eller avtaler ikke bindende for forbrukeren.
8. For å lette anvendelsen av prinsippet om avtalemessighet er det nyttig å innføre en presumsjon om avtalemessighet som dekker de vanligste tilfellene. Denne presumsjonen begrenser ikke prinsippet om avtalefrihet. Videre vil elementene i denne presumsjonen kunne anvendes til å fastslå om varen er avtalemessig dersom det ikke er fastsatt særlige avtalevilkår, og ved anvendelse av klausulen om minimumsvern. Den kvalitet og yteevne som forbrukeren med rimelighet kan forvente, avhenger bl.a. av om varen er ny eller brukt. Elementene i presumsjonen er kumulative. Dersom sakens omstendigheter gjør et av elementene åpenbart uhensiktsmessig, får de øvrige elementene i presumsjonen likevel anvendelse.
9. Selgeren bør være direkte ansvarlig overfor forbrukeren for at varen er avtalemessig. Det er den tradisjonelle løsningen som er nedfelt i medlemsstatenes respektive nasjonale lovgivning. Selgeren bør likevel i henhold til nasjonal lovgivning fritt kunne gjøre krav gjeldende mot produsenten, en tidligere selger i samme avtalekjede eller enhver annen mellommann, med mindre selgeren har gitt avkall på denne retten. Dette direktiv berører ikke prinsippet om avtalefrihet mellom selgeren, produsenten, en tidligere selger eller enhver annen mellommann. Det avgjøres etter nasjonal rett hvem selgeren kan gjøre krav gjeldende mot og på hvilken måte.
10. Er varen ikke avtalemessig, bør forbrukeren ha rett til uten vederlag å få varen satt i den stand avtalen fastsetter, ved å velge enten retting eller omlevering, eventuelt prisavslag eller heving av kjøpet.
11. Forbrukeren kan i første omgang kreve retting av mangelen eller omlevering, med mindre disse beføyelsene vil være umulige eller uforholdsmessige. Det bør avgjøres på en objektiv måte om en beføyelse er uforholdsmessig. En beføyelse er uforholdsmessig dersom den ville påføre selgeren kostnader som er urimelige i forhold til kostnadene ved en annen beføyelse. For at kostnadene skal anses som urimelige, må de være vesentlig høyere enn kostnadene ved den andre beføyelsen.
12. Er varen ikke avtalemessig, kan selgeren som forliksmulighet alltid tilby forbrukeren en eller annen form for tilgjengelig beføyelse. Det er opp til forbrukeren å avgjøre om forslaget skal godtas eller avvises.
13. For å gi forbrukerne mulighet til å dra fordel av det indre marked og kjøpe forbruksvarer i en annen medlemsstat, bør det tilrås at produsenter av forbruksvarer som markedsføres i flere medlemsstater, i forbrukernes interesse vedlegger sine varer en liste som angir minst én kontaktadresse i hver medlemsstat der den aktuelle varen markedsføres.
14. Henvisningene til leveringstidspunktet innebærer ikke at medlemsstatene må endre sine regler om risikoens overgang.
15. Medlemsstatene kan fastsette at enhver tilbakebetaling til forbrukeren kan nedsettes for å ta hensyn til forbrukerens bruk av varen etter at den

- ble levert. Nærmere bestemmelser om gjennomføring av heving av avtalen kan fastsettes i nasjonal lovgivning.
16. Brukte varer er etter sin natur vanligvis umulige å omlevere. Forbrukerens rett til omlevering gjelder derfor vanligvis ikke for disse varene. For slike varer kan medlemsstatene gi partene mulighet til å avtale en kortere ansvarsperiode.
 17. Det tidsrom selgeren er ansvarlig for enhver mangel som foreligger ved levering av varen, bør begrenses. Medlemsstatene kan også fastsette en frist for utøvelse av forbrukerens rettigheter, forutsatt at den ikke utløper innen to år etter leveringstidspunktet. Dersom reklamasjonsfristen etter nasjonal lovgivning ikke begynner å løpe fra leveringstidspunktet, kan reklamasjonsfristens samlede varighet ikke være kortere enn to år regnet fra leveringstidspunktet.
 18. Ved retting, omlevering eller forhandlinger mellom selger og forbruker om en minnelig ordning, kan medlemsstatene eventuelt og i samsvar med sine internrettslige bestemmelser fastsette regler for utsettelse eller avbrudd av det tidsrom en mangel skal vise seg, samt av reklamasjonsfristen.
 19. Medlemsstatene bør ha adgang til å fastsette en frist for å informere selgeren om den manglende avtalemessigheten. Medlemsstatene kan fastsette et høyere vernnivå for forbrukeren ved ikke å innføre en slik forpliktelse. Under enhver omstendighet bør forbrukere i hele Fellesskapet gis en frist på minst to måneder til å underrette selgeren om en mangel.
 20. Medlemsstatene bør søke å unngå at denne tidsfristen blir til ulempe for forbrukere som handler over landegrensene. Medlemsstatene bør underrette Kommisjonen om sin bruk av denne bestemmelsen. Kommisjonen bør overvåke virkningen for forbrukerne og for det indre marked av de ulike måtene å anvende denne bestemmelsen på. Opplysninger om den løsningen en medlemsstat har valgt, bør være tilgjengelige for de andre medlemsstatene og for forbrukere og forbrukerorganisasjoner i hele Fellesskapet. En oversikt over situasjonen i alle medlemsstatene bør derfor offentliggjøres i *De Europeiske Fellesskaps Tidende*.
 21. Med hensyn til visse varekategorier er det gjeldende praksis at selgere og produsenter gir garantier som sikrer forbrukeren mot enhver mangel som måtte vise seg innen et visst tidsrom. En slik praksis kan bidra til økt konkurranse. Selv om slike garantier er et legitimt virkemiddel i markedsføringen, må de ikke villedle forbrukeren. For å sikre at forbrukeren ikke blir villedet, bør garantier inneholde visse opplysninger, bl.a. en erklæring om at garantien ikke berører forbrukerens lovfestede rettigheter.
 22. Partene kan ikke avtale å begrense eller sette til side de rettigheter som er innrømmet forbrukerne, siden det rettslige vernet da ville bli innholdsløst. Dette prinsippet bør også gjelde for klausuler som lar det være underforstått at forbrukeren var kjent med alle mangler som forelå ved forbruksvaren på det tidspunkt avtalen ble inngått. Det vern som forbrukerne gis i henhold til dette direktiv, bør ikke innskrenkes fordi en ikke-medlemsstats lovgivning er blitt valgt som gjeldende for avtalen.
 23. De ulike medlemsstaters lovgivning og rettspraksis på dette området viser at det er økende interesse for å sikre forbrukerne et høyt vernnivå. I lys av denne utviklingen og erfaringene med gjennomføringen av dette direktiv kan det vise seg nødvendig med en mer omfattende harmonisering, særlig at det fastsettes at produsenten hefter direkte for de mangler ved-

- kommende er ansvarlig for.
24. Medlemsstatene bør ha mulighet til å vedta eller opprettholde strengere bestemmelser på det område som omfattes av dette direktiv, for å sikre forbrukerne et enda høyere verneniå.
 25. I henhold til kommisjonsrekommendasjon av 30. mars 1998 om de prinsipper som får anvendelse på organer med ansvar for utenomrettslig løsning av forbrukertvister⁽⁴⁾) kan medlemsstatene opprette organer som sikrer upartisk og effektiv behandling av klager nasjonalt og på tvers av landegrensene, og som forbrukerne kan bruke som meglere.
 26. For å verne forbrukernes felles interesser bør dette direktiv føyes til listen over direktiver i vedlegget til europaparlaments- og rådsdirektiv 98/27/EF av 19. mai 1998 om nedlegging av forbod med omsyn til forbrukarinteresser⁽⁵⁾) -

VEDTATT DETTE DIREKTIV:

Artikkel 1

Virkeområde og definisjoner

1. Dette direktiv har som formål å tilnærme medlemsstatenes lover og forskrifter om visse sider ved forbrukerkjøp og tilknyttede garantier for å sikre et ensartet minimumsnivå for forbrukervern innenfor rammen av det indre marked.
2. I dette direktiv menes med:
 - a) «forbruker»: enhver fysisk person som i avtaler omfattet av dette direktiv handler for formål som ikke er knyttet til vedkommendes yrkes- eller forretningsvirksomhet,
 - b) «forbruksvare»: enhver løsøregjenstand, med unntak av
 - varer som selges på tvangsauksjon eller på annen måte i henhold til lov,
 - vann og gass når disse varene ikke selges i et avgrenset volum eller en bestemt mengde,
 - elektrisitet,
 - c) «selger»: enhver fysisk eller juridisk person som selger forbruksvarer i henhold til en avtale innenfor rammen av sin yrkes- eller forretningsvirksomhet,
 - d) «produsent»: den som produserer en forbruksvare, den som importerer en forbruksvare til Fellesskapets territorium, eller enhver person som framstår som produsent ved å påføre varen sitt navn, sitt varemerke eller et annet særlig kjennetegn,
 - e) «garanti»: enhver forpliktelse som en selger eller en produsent har påtatt seg overfor forbrukeren til uten tilleggs kostnader å tilbakebetale kjøpesummen eller omlevere, utbedre eller på annen måte avhjelpe mangler ved forbruksvaren dersom den ikke svarer til de spesifikasjoner som framgår av garantierklæringen eller av den relevante

⁴⁾ EFT L 115 av 17.4.1998, s. 31.

⁵⁾ EFT L 166 av 11.6.1998, s. 51.

- reklamen,
- f) «retting»: å sette forbruksvaren i den stand avtalen fastsetter i tilfelle manglende avtalemessighet.
3. Medlemsstatene kan fastsette at uttrykket «forbruksvare» ikke omfatter brukte varer som selges på offentlig auksjon der forbrukere har mulighet til selv å være til stede ved auksjonen.
4. I henhold til dette direktiv skal avtaler om levering av forbruksvarer som skal tilvirkes eller produseres, også anses som salgsavtaler.

Artikkel 2

Avtalemessighet

1. Selgeren må levere forbrukeren avtalemessig vare.
2. Forbruksvaren presumeres å være avtalemessig dersom den
 - a) er i samsvar med selgerens beskrivelse og har de egenskaper som svarer til en vareprøve eller modell som selgeren har framlagt for forbrukeren,
 - b) er egnet til ethvert særlig formål som forbrukeren ønsker den til, når forbrukeren har gjort selger kjent med dette på det tidspunkt avtalen ble inngått, og selgeren har godtatt det,
 - c) er egnet til de formål som varer av samme type vanligvis brukes til,
 - d) har den beskaffenhet og den yteevne som er vanlig for varer av samme type, og som forbrukeren med rimelighet kan forvente når det tas hensyn til varens art og eventuelle opplysninger gitt offentlig om den av selgeren, produsenten eller dennes representant, særlig i reklame eller merking.
3. Det anses ikke å foreligge manglende avtalemessighet etter denne artikkel dersom forbrukeren på det tidspunkt avtalen ble inngått, hadde kjennskap til eller ikke med rimelighet kunne være ukjent med den manglende avtalemessigheten, eller dersom den manglende avtalemessigheten skyldes materialer levert av forbrukeren.
4. Selgeren skal ikke være bundet av offentlige opplysninger som nevnt i nr. 2 bokstav d) dersom selgeren
 - viser at han/hun ikke hadde kjennskap til og ikke med rimelighet kunne ha hatt kjennskap til den aktuelle opplysning,
 - viser at opplysningen var blitt rettet på det tidspunkt avtalen ble inngått, eller
 - viser at opplysningen ikke kan ha hatt innvirkning på beslutningen om å kjøpe forbruksvaren.
5. Manglende avtalemessighet som skyldes uriktig installering av forbruksvaren, skal likestilles med manglende avtalemessighet for så vidt gjelder varer, når installering av varen inngår i salgsavtalen for varen og varen ble installert av selger eller under dennes ansvar. Dette skal også gjelde dersom forbrukeren selv installerer en vare som er beregnet på det, og uriktig installering skyldes en mangel ved installasjonsveiledningen.

Artikkel 3

Forbrukerens rettigheter

1. Selgeren skal være ansvarlig overfor forbrukeren for manglende avtalemessighet som foreligger på tidspunktet for levering av varen.
2. Ved manglende avtalemessighet skal forbrukeren ha rett til uten vederlag å få varen satt i den stand avtalen fastsetter ved retting eller omlevering, i samsvar med nr. 3, eller til et passende prisavslag eller til å heve kjøpet med hensyn til denne varen, i samsvar med nr. 5 og 6.
3. I første omgang kan forbrukeren kreve at selgeren utbedrer varen eller omleverer, i begge tilfeller uten vederlag, med mindre dette er umulig eller uforholdsmessig.
En beføyelse skal anses som uforholdsmessig dersom den påfører selgeren kostnader som i forhold til den alternative beføyelsen er urimelige, idet det tas hensyn til
 - den verdi varen ville ha hatt dersom den hadde vært avtalemessig,
 - betydningen av den manglende avtalemessigheten,
 - om den alternative beføyelsen kan gjennomføres uten vesentlig ulempe for forbrukeren.

Retting eller omlevering skal fullføres innen rimelig tid og uten vesentlig ulempe for forbrukeren, idet det tas hensyn til varens art og forbrukerens formål med å anskaffe varen.

4. Uttrykket «uten vederlag» i nr. 2 og 3 viser til de kostnader som det har vært nødvendig å påføre forbrukeren for å sette varen i den stand avtalen fastsetter, særlig forsendelses-, arbeids- og materialkostnader.
5. Forbrukeren kan kreve et passende prisavslag eller heve avtalen
 - dersom forbrukeren verken har krav på retting eller omlevering, eller
 - dersom selgeren ikke har fullført avhjelpen innen rimelig tid, eller
 - dersom selgeren ikke har fullført avhjelpen uten vesentlig ulempe for forbrukeren.
6. Forbrukeren har ikke rett til å heve avtalen dersom den manglende avtalemessigheten er uvesentlig.

Artikkel 4

Regressrett

Dersom den endelige selger er ansvarlig overfor forbrukeren for en manglende avtalemessighet som skyldes en handling eller unnlattelse begått av produsenten, en tidligere selger i samme avtalekjede eller en annen mellommann, skal den endelige selger ha rett til å gjøre krav gjeldende mot den eller de ansvarlige person(er) i avtalekjeden. Det skal avgjøres etter nasjonal rett hvilken eller hvilke ansvarlige person(er) den endelige selger kan gjøre krav gjeldende mot, samt på hvilken måte og på hvilke vilkår han/hun kan utøve denne retten.

Artikkel 5

Frister

1. Selgeren skal i henhold til artikkel 3 være ansvarlig når den manglende avtalemessigheten viser seg innen to år etter at varen er levert. Dersom rettighetene fastsatt i artikkel 3 nr. 2 i henhold til nasjonal lovgivning er underlagt en reklamasjonsfrist, skal denne ikke utløpe innenfor et tidsrom på to år etter levering.
2. Medlemsstatene kan fastsette at forbrukeren for å benytte seg av sine rettigheter må underrette selgeren om den manglende avtalemessigheten innen et tidsrom av to måneder etter at vedkommende oppdaget den. Medlemsstatene skal underrette Kommisjonen om sin bruk av dette nummer. Kommisjonen skal overvåke den virkning medlemsstatenes valgmulighet har for forbrukerne og for det indre marked. Senest 7. januar 2003 skal Kommisjonen utarbeide en rapport om den løsningen medlemsstatene har valgt for dette nummer. Rapporten skal offentliggjøres i *De Europeiske Fellesskaps Tidende*.
3. Med mindre noe annet blir bevist, skal manglende avtalemessighet som viser seg innen seks måneder etter at varen er levert, presumeres å ha foreligget på leveringstidspunktet, unntatt dersom denne formodning er uforenlig med varens eller den manglende avtalemessighetens art.

Artikkel 6

Garantier

1. En garanti skal være rettslig bindende for garantigiveren på de vilkår som er fastsatt i garantierklæringen og i tilknyttet reklame.
2. Garantien skal
 - fastslå at forbrukeren har lovfestede rettigheter i henhold til gjeldende nasjonal lovgivning om forbrukerkjøp og gjøre det klart at disse rettighetene ikke berøres av garantien,
 - på en enkel og lettfattelig måte angi garantiens innhold og de vesentlige opplysninger som er nødvendige for å gjøre bruk av garantien, særlig garantiens varighet og geografiske virkeområde samt garantigiverens navn og adresse.
3. På anmodning fra forbrukeren skal garantien stilles til rådighet skriftlig eller på et annet varig medium som er til rådighet for forbrukeren og tilgjengelig for ham/henne.
4. Den medlemsstat der forbruksvaren markedsføres, kan på sitt territorium i samsvar med reglene i traktaten fastsette at garantien skal utarbeides på ett eller flere språk som den velger blant Fellesskapets offisielle språk.
5. Dersom en garanti er i strid med kravene i nr. 2, 3 eller 4, skal dette på ingen måte berøre garantiens gyldighet, og forbrukeren kan fortsatt stole på garantien og kreve at den blir oppfylt.

Artikkel 7

Bestemmelsernes ufravikelige karakter

1. Avtalevilkår eller avtaler inngått med selgeren før selgeren er gjort kjent med den manglende avtalemessigheten, og som direkte eller indirekte opphever eller begrenser de rettigheter som følger av dette direktiv, skal i henhold til nasjonal lovgivning ikke være bindende for forbrukeren. Når det dreier seg om brukte varer, kan medlemsstatene fastsette at selgeren og forbrukeren kan bli enige om avtalevilkår eller avtaler som fastsetter kortere frist for selgers ansvar enn fristen fastsatt i artikkel 5 nr. 1. En slik frist kan ikke være kortere enn ett år.
2. Medlemsstatene skal treffe de tiltak som er nødvendige for å sikre at forbrukeren ikke fratras det vern som dette direktiv gir, når en ikke-medlemsstats rett velges som den lov som får anvendelse på avtalen, og avtalen har nær tilknytning til medlemsstatenes territorium.

Artikkel 8

Nasjonal lovgivning og minimumsvern

1. Utøvelsen av rettighetene i henhold til dette direktiv berører ikke andre rettigheter som forbrukeren kan påberope seg etter nasjonale regler for ansvar i og utenfor kontraktsforhold.
2. Medlemsstatene kan på det område som omfattes av dette direktiv, vedta eller opprettholde strengere bestemmelser dersom de er forenlige med traktaten, for å sikre et høyere vernnivå for forbrukeren.

Artikkel 9

Medlemsstatene skal treffe hensiktsmessige tiltak for å informere forbrukeren om bestemmelser i nasjonal lovgivning som innarbeider dette direktiv og oppfordre bransjeorganisasjonene til å orientere forbrukerne om deres rettigheter dersom dette er hensiktsmessig.

Artikkel 10

I vedlegget til direktiv 98/27/EF skal nytt nr. 10 lyde:

«10. Europaparlaments- og rådsdirektiv 1999/44/EF av 25. mai 1999 om visse sider ved forbrukerkjøp og tilknyttede garantier (EFT L 171 av 7.7.1999, s. 12).».

Artikkel 11

Innarbeiding i nasjonal lovgivning

1. Medlemsstatene skal senest 1. januar 2002 sette i kraft de lover og forskrifter som er nødvendige for å etterkomme dette direktiv. De skal umiddelbart underrette Kommisjonen om dette.

Disse bestemmelsene skal, når de vedtas av medlemsstatene, inneholde en henvisning til dette direktiv, eller det skal vises til direktivet når de kunngjøres. Nærmere regler for henvisningen fastsettes av medlemsstatene.

2. Medlemsstatene skal oversende Kommisjonen teksten til de viktigste internrettslige bestemmelser som de vedtar på det området dette direktiv omhandler.

Artikkel 12

Revisjon

Kommisjonen skal senest 7. juli 2006 gjennomgå anvendelsen av dette direktiv på nytt og framlegge rapport for Europaparlamentet og Rådet. I rapporten skal det blant annet vurderes om det er behov for å innføre direkte produsentansvar, og rapporten skal eventuelt vedlegges forslag.

Artikkel 13

Ikrafttredelse

Dette direktiv trer i kraft den dag det kunngjøres i *De Europeiske Fellesskaps Tidende*.

Artikkel 14

Dette direktiv er rettet til medlemsstatene.
Utferdiget i Brussel, 25. mai 1999.

For Europaparlamentet

J. M. GIL-ROBLES
President

For Rådet

H. EICHEL
Formann
