



DET KONGELIGE BARNE-
OG FAMILIEDEPARTEMENT

Prop. 38 LS

(2025–2026)

Proposisjon til Stortinget (forslag til lovvedtak og stortingsvedtak)

Endringer i markedsføringsloven mv.
(gjennomføring av direktivet om styrket
forbrukervern i det grønne skiftet) og
samtykke til deltakelse i en beslutning
i EØS-komiteen om innlemmelse
i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825



DET KONGELIGE BARNE-
OG FAMILIEDEPARTEMENT

Prop. 38 LS

(2025–2026)

Proposisjon til Stortinget (forslag til lovvedtak og stortingsvedtak)

Endringer i markedsføringsloven mv.
(gjennomføring av direktivet om styrket
forbrukervern i det grønne skiftet) og
samtykke til deltakelse i en beslutning
i EØS-komiteen om innlemmelse
i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Innhold

1	Proposisjonens hovedinnhold.....	7	4.4	Villedende handlinger – flere handlinger som regnes som villedende	27
2	Bakgrunn for forslaget	9	4.4.1	Gjeldende rett	27
2.1	Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet	9	4.4.2	Endringsdirektivet	28
2.2	Nærmere om innholdet i direktivet	9	4.4.3	Forslaget i høringsnotatet	29
2.3	Høring av Kommisjonens forslag i 2022	10	4.4.4	Høringsinstansenes syn	29
2.4	Ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet	11	4.4.5	Departementets vurderinger	29
2.5	Annet relevant EU-regelverk	11	4.5	Villedende utelatelser – sammenligningstjenester om miljøegenskaper mv.	29
2.6	Dansk og svensk rett	11	4.5.1	Gjeldende rett	29
2.6.1	Dansk rett	11	4.5.2	Endringsdirektivet	30
2.6.2	Svensk rett	11	4.5.3	Forslaget i høringsnotatet	30
2.7	Høringen	11	4.5.4	Høringsinstansenes syn	30
2.7.1	Høringsnotatet	11	4.5.5	Departementets vurderinger	30
2.7.2	Høringssvarene	12	4.6	Utvidelse av «svartelisten» – handelspraksis som alltid er forbudt	31
3	Gjennomføringen i norsk rett ...	14	5	Endringer i forbrukerrettighetsdirektivet, angrerettloven og avtaleloven	33
4	Endringer i handelspraksisdirektivet og markedsføringsloven	15	5.1	Generelt	33
4.1	Innledning	15	5.2	Definisjoner	33
4.2	Definisjoner	15	5.2.1	Innledning	33
4.2.1	Gjeldende rett	15	5.2.2	Kommersiell holdbarhetsgaranti	33
4.2.2	Endringsdirektivet	15	5.2.3	Holdbarhet	35
4.2.3	Forslaget i høringsnotatet	15	5.2.4	Produsent	36
4.2.4	Høringsinstansenes syn	15	5.2.5	Reparasjonsscore	36
4.2.5	Departementets vurderinger	16	5.2.6	Programvareoppdatering	37
4.2.6	Varer	17	5.3	Opplysningskrav før avtaleinngåelse i faste forretningslokaler mv. (forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5)	38
4.2.7	Miljøpåstand	18	5.3.1	Innledning	38
4.2.8	Generell miljøpåstand	19	5.3.2	Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd	39
4.2.9	Bærekraftsmerke	20	5.3.3	Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti	41
4.2.10	Sertifiseringsordning	20	5.3.4	Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig	43
4.2.11	Anerkjente fremragende miljøprestasjoner	21	5.3.5	Opplysninger om ettersalgsservice og kommersielle garantier	43
4.2.12	Holdbarhet	22			
4.2.13	Programvareoppdatering	23			
4.2.14	Forbruksvare	24			
4.2.15	Funksjonalitet	25			
4.3	Villedende handlinger – produktegenskaper det ikke må villedes om	26			
4.3.1	Gjeldende rett	26			
4.3.2	Endringsdirektivet	26			
4.3.3	Forslaget i høringsnotatet	27			
4.3.4	Høringsinstansenes syn	27			
4.3.5	Departementets vurderinger	27			

5.3.6	Opplysninger om programvareoppdateringer	44	5.6.1	Gjeldende rett	56
5.3.7	Opplysninger om reparasjonsscore	45	5.6.2	Direktiv (EU) 2023/2673 om fjernsalg av finansielle tjenester ...	56
5.3.8	Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.	46	5.6.3	Forslaget i høringsnotatet	57
5.4	Opplysningskrav før avtaleinngåelse ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6)	47	5.6.4	Høringsinstansenes syn	57
5.4.1	Opplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer	47	5.6.5	Departementets vurderinger	58
5.4.2	Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd	47	6	Utkast til beslutning i EØS-komiteen	60
5.4.3	Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti	48	7	Økonomiske og administrative konsekvenser	61
5.4.4	Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig	49	7.1	Innledning	61
5.4.5	Opplysninger om programvareoppdateringer	50	7.2	Kommisjonens konsekvensanalyse	61
5.4.6	Opplysninger om reparasjonsscore	51	7.3	Konsekvenser for næringsdrivende	62
5.4.7	Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.	52	7.4	Konsekvenser for forbrukere	63
5.4.8	Utvildede opplysninger om angrerett	52	7.5	Konsekvenser for det offentlige ...	63
5.4.9	Særlige krav for fjernsalgsavtaler som inngås elektronisk	53	7.6	Konsekvenser for miljøet	64
5.5	Harmonisert melding om den lovbestemte ansvarsperioden for kontraktsmessighet, og harmonisert etikett for den kommersielle holdbarhetsgarantien	54	8	Merknader til lovforslaget	65
5.5.1	Gjeldende rett	54	8.1	Markedsføringsloven	65
5.5.2	Endringsdirektivet	54	8.2	Angrerettloven	66
5.5.3	Forslaget i høringsnotatet	55	8.3	Avtaleloven	69
5.5.4	Kommisjonens forslag til gjennomføringsforordning	55	A Forslag til lov om endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet)	73	
5.5.5	Høringsinstansenes syn	55	B Forslag til vedtak om samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825	79	
5.5.6	Kommisjonens gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om utformingen av og innholdet i den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten	55	Vedlegg		
5.5.7	Departementets vurderinger	55	1	Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825 av 28. februar 2024 om endring av direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU med hensyn til styrket forbrukervern i det grønne skiftet gjennom bedre informasjon og bedre beskyttelse mot urimelig praksis	80
5.6	Elektronisk angrefunksjon («angreknapp») – ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet	56	2	Europaparlamentets og rådets direktiv (EU) 2023/2673 af 22. november 2023 om ændring af direktiv 2011/83/EU for så vidt angår aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg og om ophævelse af direktiv 2002/65/EF	94

3	Gjennomføringstabell – direktivet om styrket forbruker- vern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825)	114	4	Utkast til EØS-komiteens beslutning om endring av EØS-avtalens vedlegg XIX (forbrukervern) ved innlemmelse av direktiv (EU) 2024/825 i EØS-avtalen	122
---	--	-----	---	---	-----



DET KONGELIGE BARNE-
OG FAMILIEDEPARTEMENT

Prop. 38 LS

(2025–2026)

Proposisjon til Stortinget (forslag til lovvedtak og stortingsvedtak)

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

*Tilråding fra Barne- og familiedepartementet 20. mars 2026,
godkjent i statsråd samme dag.
(Regjeringen Støre)*

1 Proposisjonens hovedinnhold

Barne- og familiedepartementet foreslår i denne proposisjonen endringer i lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven), lov 20. juni 2014 nr. 27 om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven) og lov 31. mai 1918 nr. 4 om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeserklæringer (avtaleloven).

Lovendringene gjennomfører EU-direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825). Direktivet gjør endringer i to direktiver som allerede er tatt inn i EØS-avtalen og gjennomført i norsk rett, hvilket er handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet, se punkt 2.1.

Lovendringene har som formål å styrke forbrukerbeskyttelsen og å gjøre det enklere for forbrukere å treffe mer bærekraftige valg. De nye reglene skal sørge for at forbrukerne blir bedre informert om hvor lenge et produkt kan forventes å vare, og om det kan repareres. Direktivet vil også gi forbrukerne bedre beskyttelse mot villedende miljøpåstander («grønnvasking») og bruk av upålitelige bærekraftsmerker. Direktivet spesifiserer også en rekke andre praksiser som skal være forbudt. Det gjelder for eksempel feil informasjon om forventet levetid. De nye reglene vil gi Forbrukertilsynet tydeligere hjemler til å ta tak i urimelig praksis på en mer effektiv måte. Direktivet foreslås gjennomført i norsk rett ved trans-

formasjon, det vil si at nasjonale regler tilpasses i tråd med direktivets krav ved gjennomføringen, se punkt 3. Enkelte av bestemmelsene i direktivet foreslås gjennomført ved endringer i forskriften om urimelig handelspraksis.

Departementet vil også fastsette en ny forskrift om opplysningsplikt om den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig (reklamasjonsrett) og produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti. Disse opplysningene skal formidles gjennom en harmonisert melding og en harmonisert etikett. Mens den harmoniserte meldingen skal minne forbrukerne om de lovbestemte rettighetene de har etter forbrukerkjøpsdirektivet, skal den harmoniserte etiketten gjøre at forbrukerne enkelt kan identifisere hvilke varer som er dekket av en eventuell kommersiell holdbarhetsgaranti.

Direktivet er EØS-relevant og foreslås innlemmet i EØS-avtalens vedlegg XIX (forbrukervern) gjennom en beslutning i EØS-komiteen. Fordi gjennomføring av EØS-komiteens beslutning krever lovendring, er Stortingets samtykke til godkjenning av EØS-komiteens beslutning nødvendig i medhold av Grunnloven § 26 andre ledd.

For ikke å forsinke ikrafttreddelsen av EØS-komiteens beslutning bes det om Stortingets forhåndssamtykke til deltakelse i beslutningen. Det ventes ingen endringer i utkastet til EØS-komitebeslutning. Dersom det likevel skulle bli vesentlige endringer, vil saken bli lagt frem for Stortinget på nytt.

Direktivet og utkastet til EØS-komiteens beslutning i uoffisiell norsk oversettelse følger som trykte vedlegg til proposisjonen.

Punkt 2 omtaler direktivene og bakgrunnen for lovforslaget. Det redegjøres for bakgrunnen for innlemmelsen av direktivet i EØS-avtalen og den alminnelige høringen i forbindelse med gjennomføringen av direktivet.

Punkt 3 omhandler gjennomføringen i norsk rett.

Punkt 4 omhandler endringer i handelspraksisdirektivet som foreslås gjennomført i markedsføringsloven. Departementet foreslår ni nye definisjoner i markedsføringsloven av blant annet «miljøpåstand», «bærekraftsmerke» og «sertifiseringsordning». Det foreslås endringer i markedsføringslovens regler om villedende handlinger og villedende utelatelser for å konkretisere at handelspraksis ikke må villede forbrukerne om blant annet «miljøegenskaper», «holdbarhet» og «miljøpåstander». I forskriften om urimelig handelspraksis vil departementet innta tolv nye punkter om konkrete former for miljømarkedsføring som alltid skal anses som urimelig og forbudt. Dette inkluderer blant annet å framvise et bærekraftsmerke som ikke er basert på en sertifiseringsordning eller som ikke er etablert av offentlige myndigheter.

Punkt 5 omhandler endringer i forbrukerrettighetsdirektivet som foreslås gjennomført i angrettploven og avtaleloven. Her foreslår departementet nye definisjoner av blant annet «kommersiell holdbarhetsgaranti», «holdbarhet» og «reparasjonsscore». Det foreslås flere viktige opplysningskrav før avtaleinngåelse, blant annet om den lovbestemte perioden for at varene skal være kontraktsmessige i henhold til reklamasjonsreglene i forbrukerkjøpsloven, og produsentens eventuelle kommersielle holdbarhetsgaranti utover den lovbestemte perioden. Det foreslås også en elektronisk angrefunksjon («angreknapp») for fjernsalgsavtaler inngått ved hjelp av et nettbasert grensesnitt.

Punkt 6 omhandler utkast til beslutning i EØS-komiteen.

Punkt 7 omhandler økonomiske og administrative konsekvenser av forslagene.

Punkt 8 omhandler merknader til lovforslaget.

2 Bakgrunn for forslaget

2.1 Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet

Den 28. februar 2024 vedtok EU direktiv (EU) 2024/825 om styrket forbrukervern i det grønne skiftet.

Direktivet gjør endringer i to direktiver som allerede er gjennomført i norsk rett: Direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF) (heretter omtalt som handelspraksisdirektivet) og forbrukerrettighetsdirektivet (2011/83/EU), se hhv. Ot.prp. nr. 55 (2007–2008) og Prop. 64 L (2013–2014).

Den engelske tittelen på direktivet er «Directive (EU) 2024/825 of the European Parliament and of the Council of 28 February 2024 amending Directives 2005/29/EC and 2011/83/EU as regards empowering consumers for the green transition through better protection against unfair practices and through better information». Det omtales derfor i noen sammenhenger også som «empowerment-direktivet» eller forkortet til «EmCon-direktivet» og «ECGT-direktivet».

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

EUs medlemsstater skal vedta regler som gjennomfører endringsdirektivet innen 27. mars 2026, og reglene skal tre i kraft innen 27. september 2026, jf. endringsdirektivet artikkel 4. Departementet tar sikte på å følge den samme ikrafttredelsesdatoen ved gjennomføringen av direktivet i norsk rett. Dette forutsetter at endringsdirektivet formelt innlemmes i EØS-avtalen, og at Stortinget samtykker til innlemmelsen. Nærmere ikrafttredelsesdato vil bli vurdert etter at Stortinget har behandlet lovproposisjonen. Det vil være aktuelt å gi utsatt ikrafttredelse for forslaget om «angreknapp» i angrerettloven. Tilsvarende kan gjelde for andre deler av regelverket.

Oversettelsen blir først offisiell, det vil si at den får samme gyldighet som oversettelsene på EU-språkene, når den er kunngjort i EØS-tillegget

til Den europeiske unions tidende i henhold til EØS-avtalen artikkel 129 nr. 1 tredje ledd. Kunngjøringen av oversettelsen vil skje etter at direktivet er tatt inn i EØS-avtalen. Direktivet er tilgjengelig på andre språk på EUR-Lex.

2.2 Nærmere om innholdet i direktivet

Direktivet består av en fortale og seks artikler samt et vedlegg.

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

- praksis knyttet til for tidlig foreldelse av varer,
- villedende miljøpåstander («grønnvasking»),
- villedende opplysninger om de sosiale egenskapene ved produkter eller ved næringsdrivendes virksomhet, for eksempel hvordan arbeidsforholdene til de berørte arbeiderne er, og
- bærekraftsmerker som ikke bygger på vilkår som er transparente og troverdige.

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

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

sis i form av «grønnvasking» og førtidig produktsvikt. Direktivet skal også sikre bedre og mer konsistent gjennomføring av forbrukervernreglene i EU.

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

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

- definisjoner: varer, miljøpåstand, generell miljøpåstand, bærekraftsmerke, sertifiseringsordning, anerkjente fremragende miljøprestasjoner, holdbarhet, programvareoppdatering, forbruksvare og funksjonalitet (endringer i *handelspraksisdirektivet* artikkel 2)
- produktets hovedegenskaper og om villedende miljøpåstander (endringer i *handelspraksisdirektivet* artikkel 6)
- villedende utelatelser av informasjon om sammenligningsmetoden ved sammenligning av produkters miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller av aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller mulighet for materialgjenvinning, mv. (endringer i *handelspraksisdirektivet* artikkel 7)
- 12 nye punkter i vedlegg 1 til *handelspraksisdirektivet* om blant annet bærekraftsmerke, generelle miljøpåstander, klimakompensasjon, programvareoppdatering, holdbarhet og reparerbarhet, mv. (vedlegget er gjennomført i forskriften om urimelig handelspraksis)

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

- definisjoner: kommersiell holdbarhetsgaranti, holdbarhet, produsent, reparasjonsscore og

programvareoppdatering (endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2)

- prekontraktuelle opplysningskrav (endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 og 6) om:
 - «den lovbestemte ansvarsperioden for at varene skal være kontraktsmessige» ved bruk av en harmonisert melding,
 - «kommersiell holdbarhetsgaranti» ved bruk av en harmonisert etikett,
 - reparasjonsscore, programvareoppdateringer, miljøvennlige leveringsalternativer, mv.
- ny artikkel 22a i forbrukerrettighetsdirektivet om harmonisert melding og harmonisert etikett for å gi opplysninger om «den lovbestemte ansvarsperioden for at varene skal være kontraktsmessige» og «kommersiell holdbarhetsgaranti». Formålet er å sikre at forbrukerne er velinformerte og lett kan forstå sine rettigheter i hele EU og EØS.

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

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

Endringsdirektivet *artikkel 5 og 6* omhandler ikrafttredelse og adressater.

EU-kommisjonen fastsatte 25. september 2025 gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om utformingen av og innholdet i den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten. Se omtalen nedenfor i punkt 5.5.

2.3 Høring av Kommisjonens forslag i 2022

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

2.4 Ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet

Det foreslås videre i denne proposisjonen at ny artikkel 11a om en digital angrefunksjon («angreknapp») i direktiv 2011/83/EU, innført ved direktiv (EU) 2023/2673, gjennomføres i angrerettloven. Se punkt 3 og punkt 5.6 nedenfor.

2.5 Annet relevant EU-regelverk

EU-kommisjonen la 30. mars 2022 fram en pakke for bærekraftige produkter og produktvalg. Forslagene var en oppfølging av kommisjonsmeldingen av 11. desember 2019 om den «europiske grønne given», hvor et sentralt mål er at forbrukere skal settes i stand til å treffe mer bærekraftige beslutninger gjennom pålitelig, sammenlignbar og etterprøvbar informasjon. Som ledd i dette arbeidet fremla EU-kommisjonen forslaget til et direktiv om grønne påstander (Green Claims Directive) fra 2023 (COM/2023/16). Dette direktivforslaget skal forhindre «grønnvasking» og gjøre det lettere for forbrukere å vite om et produkt faktisk er bærekraftig. Direktivet vil utfylle direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ved å fastlegge omfattende, detaljerte og spesifikke krav til påstander og merker/merkeordninger. Forhandlinger i EU om forslaget startet i januar 2025. Det er foreløpig usikkert når og hvordan forslaget vil bli fulgt opp i EU.

EU har også vedtatt et nytt regelverk som skal sikre bedre informasjon om holdbarhet og reparasjonsmuligheter (Right to Repair Directive) ((EU) 2024/1799). Dette er viktig for å fremme reparasjon av varer, også utenfor den lovpålagte plikten selger etter forbrukerkjøpsdirektivet har til å rette mangler. Justis- og beredskapsdepartementet er ansvarlig for å gjennomføre direktivet i norsk rett.

Videre stiller EUs økodesignforordning ((EU) 2024/1781) krav til tilgjengeliggjøring av produktspesifikk informasjon i digitale produktpass. Også dette regelverket vil spille en viktig rolle i å gi forbrukere og andre aktører relevant informasjon om reparasjon/oppgradering. Klima- og miljødepartementet sendte forslag til gjennomføring av forordningen i norsk rett på høring i 2023.

Nevnte EU-regelverk omtales ikke nærmere i denne proposisjonen.

2.6 Dansk og svensk rett

2.6.1 Dansk rett

I Danmark er endringsdirektivet gjennomført ved LOV nr 558 af 27/05/2025 om ændring af lov om markedsføring, lov om forbrugeraftaler og forbrugerklageloven. Endringene i lov om markedsføring og lov om forbrugeraftaler trer i kraft 27. september 2026, jf. § 4 stk. 2.

2.6.2 Svensk rett

I Sverige la et offentlig utvalg frem SOU 2025:124 Åtgärder för en mer hållbar konsumtion 19. januar 2026. Utredningen omfatter forslag til gjennomføring av både direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet og direktivet om retten til reparasjon (direktiv (EU) 2024/1799). Det er foreslått at endringene skal tre i kraft 1. januar 2027.

2.7 Høringen

2.7.1 Høringsnotatet

Barne- og familiedepartementet sendte 13. juni 2025 et høringsnotat med forslag til gjennomføring av endringsdirektivet i norsk rett på alminnelig høring. Høringsfristen var 30. september 2025.

Følgende fikk høringsnotatet til uttalelse:

Departementene

Forbrukerrådet
Forbrukertilsynet
Forbruker Europa
Forbrukerklageutvalget
Konkurransetilsynet
Lotteri- og stiftelsestilsynet
Markedsrådet
Mattilsynet
Medietilsynet
Miljødirektoratet
Nasjonal kommunikasjonsmyndighet
Norges institusjon for menneskerettigheter (NIM)
Regelrådet
Regjeringsadvokaten
Sivilombudet

Abelia
Akademikerne
Avfall Norge
Bellona
Besteforeldrenes Klimaaksjon

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Changemaker
Circular Norway
Dagligvareleverandørenes forening
Den Norske Advokatforening
Den norske dommerforening
Elektroforeningen
Energi Norge
Etisk handel Norge
Fairtrade Norge
Forskningsinstituttet SIFO ved OsloMet
Forum for utvikling og miljø
Framtiden i våre hender
Handelens Miljøfond
Hovedorganisasjonen Virke
IKT-Norge
Jussbuss – Juss-studentenes rettsinformasjon
Klimastiftelsen
Kommunesektorens organisasjon- KS
Landsorganisasjonen i Norge
LOOP Stiftelsen for kildesortering og gjenvinning
Miljøagentene
Miljømerking Norge
Miljøorganisasjonen Zero
Natur og ungdom
Norges Bilbransjeforbund
Norges Byggmesterforbund
Norges Handelshøyskole
Norges Juristforbund
Norges Miljøvernforbund
Norges Naturvernforbund
Norsk Bedriftsforbund
Norsk Gjenvinning
Norsk Reiselivsforum
Norsk Senter for Sirkulær Økonomi (NCCE)
Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO)
Næringslivets Servicekontor for Markedsrett
OsloMet – Oslo Metropolitan University
Pensjonistforbundet
Regnskogsfondet
Restarters Norway
Skift Norge
Standard Norge
Stiftelsen Elektronikkbransjen
Stiftelsen Miljøfyrtårn
UD/Norges kontaktpunkt for næringsliv
UNIO – hovedorganisasjonen for universitets- og høyskoleutdannede
WWF Verdens naturfond
Yrkesorganisasjonenes sentralforbund

Fylkeskommunene
Bergen kommune
Kristiansand kommune
Oslo kommune
Stavanger kommune

Tromsø kommune
Trondheim kommune

Det juridiske fakultet, Universitetet i Bergen
Det juridiske fakultet, Universitetet i Oslo
Det juridiske fakultet, Universitetet i Tromsø

Amnesty International Norge
Analysen – Strategi- og analyseforeningen
ANFO – Annonserforeningen
Bedriftsforbundet – SMB
CARE Norge
Digiung og Ung.no
Direktesalgsforbundet
Europabevegelsen i Norge
Fagutvalget for Influensemarkedsføring (FIM)
Finans Norge
Framtiden i våre hender
Frivillighet Norge
Innovasjon Norge
Juridisk Rådgivning for Kvinner (JURK)
Jussbuss
Jussformidlingen i Bergen
Jusshjelpa i Nord-Norge
Kreativt Forum
Kreftforeningen
Mediebedriftenes Landsforening (MBL)
MFO – Markedsførerforeningen i Oslo
Nei til EU
Norges Juristforbund
Standard Norge
Teknologirådet
Velferdsforskningsinstituttet NOVA

2.7.2 Høringssvarene

Departementet mottok 11 høringssvar, hvorav alle inneholder realitetsuttalelser. En privatperson har avgitt høringssvar.

Følgende instanser har kommet med realitetsuttalelser:

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa
Forbrukerrådet

Advokatforeningen
Certnor AS
Framtiden i våre hender
Norsk Redaktørforening og Mediebedriftenes Landsforening
Sirk Norge
Stiftelsen Miljøfyrtårn
Stiftelsen Miljømerking Norge/Svanemerket
Telenor Norge AS

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Hovedinntrykket fra høringen var at det overordnet sett er støtte for de foreslåtte endringene i markedsføringsloven, angrerettloven, avtaleloven og i forskrift om urimelig handelspraksis.

Advokatforeningen tiltrer forslaget om at lovendringene bør gjennomføres direktivnært.

Certnor AS støtter innføringen av det nye direktivet og ser viktigheten av å rydde opp i bruk av merker og påstander relatert til bærekraft.

Forbrukertilsynet og *Forbruker Europa* mener at gjennomføringen av direktivet vil styrke forbrukervernet ved å gi forbrukeren rett til flere opplysninger om ytelsens holdbarhet og reparasjonsmulighet. For håndhevingsmyndighetene vil det også kunne bidra til at det blir enklere å håndheve forbudet mot villedende og/eller udokumentert bruk av klima- og miljøpåstander i markedsføring. Ifølge instansene kodifiserer endringsdirektivet i stor grad allerede gjeldende rett for bruk av klima- og miljøpåstander i markedsføring.

Forbrukerrådet mener at forslagene som innføres i norsk rett er en videreutvikling av det eksisterende forbrukervernet i møte med det grønne skiftet.

Framtiden i våre hender mener at tydelig informasjon til forbruker legger til rette for mer bærekraftige forbrukervalg. Å velge produkter med lang holdbarhet, reparasjonsmuligheter og andre kvaliteter styrker at materialer brukes over lengre tid. Derfor er disse direktivendringene viktige å gjennomføre og å følge opp.

Stiftelsen Miljømerking Norge/Svanemerket mener at de foreslåtte endringene vil bidra til å forbedre forbrukernes stilling i det grønne skiftet.

Stiftelsen Miljøfyrtårn ønsker det skjerpede lovverket velkomment. De mener det er helt nødvendig å stramme inn på bruk av bærekraftsmerker og -påstander, herunder bruk av miljømerker. De deler departementets forventning om at regelverket vil være fordelaktig for seriøse næringsdrivende som følge av at mindre seriøse konkurrenter vil måtte tilpasse seg bærekraftig handelspraksis.

En privatperson uttrykker sterk støtte til forslaget, og viser til at forslaget er i tråd med ønsket om større frihet for forbrukerne og en mer transparent markedspraksis, og at forbrukerne kan ta bevisste valg.

Det er bred støtte til forslaget om en direktivnær gjennomføring og forslaget om å gjennomføre endringsdirektivets definisjoner i markedsføringsloven. Høringsinstansene har enkelte lovtekniske og språklige innspill.

Norsk Redaktørforening og *Mediebedriftenes Landsforening* peker på at selv om forslaget ikke endrer medvirkningsreglene i markedsføringsloven, inneholder de nye reglene omfattende kriterier som det kan være vanskelig for medvirkere å vurdere. *Sirk Norge* påpeker at ordet «resirkuleringsmuligheter» ikke har en entydig definisjon. *Telenor Norge AS* er uenig i forslaget om digital angrefunksjon.

3 Gjennomføringen i norsk rett

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet endrer handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet.

Endringsdirektivet er bindende for Norge og skal gjøres til del av norsk rett i tråd med EØS-avtalen artikkel 7. Ettersom rettsakten er et direktiv, skal det overlates til EØS-statenes myndigheter å bestemme formen og midlene for gjennomføringen, jf. artikkel 7 bokstav b.

Gjennomføringen av EØS-komiteens beslutning i norsk rett vil kreve lovendring. Departementet foreslår å gjennomføre endringene i handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet ved endring i de regelverkene som gjennomfører disse direktivene, det vil si i markedsføringsloven, angrerettloven, avtaleloven og forskrift om urimelig handelspraksis.

Både handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet er som utgangspunkt totalharmonisert. Det vil si at det ikke er anledning til å innføre strengere eller lempeligere regler i nasjonal rett ved gjennomføringen, med unntak av der direktivene selv åpner for et nasjonalt handlingsrom. Reglene i nasjonal rett må derfor tilpasses i tråd med direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet. Dette gjøres ved transformasjon, som innebærer at nasjonale bestemmelser endres i tråd med direktivbestemmelsene dersom direktivet og nasjonal rett ikke er i samsvar.

Hva gjelder Kommisjonens gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om utformingen av og innholdet i harmonisert melding og harmonisert

etikett, følger det av EØS-avtalen artikkel 7 at forordninger skal gjennomføres ved inkorporasjon. Det vil si at forordningen skal inntas i norsk rett «som sådan», jf. artikkel 7 bokstav a. Se nærmere om gjennomføringen av forordningen i punkt 5.5 nedenfor. Departementet foreslår at gjennomføringsforordningen inkorporeres i norsk rett gjennom forskrift. Ettersom det ikke er nødvendig med lovendring eller lovvedtak, er det heller ikke nødvendig å innhente Stortingets samtykke til godkjenning av EØS-komiteens beslutning om innlemmelse av forordningen i EØS-avtalen.

Kommisjonen har arrangert to gjennomføringsmøter om direktivet i EUs ekspertgruppe for forbrukerrett, hvor departementet har deltatt.

I denne proposisjonen foreslås også en ny § 20 a i angrerettloven om elektronisk angrefunksjon («angreknapp»). Bestemmelsen gjennomfører ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet, innført ved direktiv (EU) 2023/2673 om fjernsalg av finansielle tjenester, se punkt 5.6 nedenfor. Forslag til gjennomføring av de øvrige artiklene i direktivet vil sendes på høring av Justis- og beredskapsdepartementet. Justis- og beredskapsdepartementet vil deretter fremme forslag for Stortinget om lovendringer, herunder samtykke til godkjenning av EØS-komiteens beslutning om innlemmelse av direktivet i EØS-avtalen. Barne- og familiedepartementet vil vurdere utsatt ikrafttredelse av § 20 a om angreknapp inntil direktivet om fjernsalg av finansielle tjenester er innlemmet i EØS-avtalen.

4 Endringer i handelspraksisdirektivet og markedsføringsloven

4.1 Innledning

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

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

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

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

4.2 Definisjoner

4.2.1 Gjeldende rett

I markedsføringsloven § 5 defineres begreper som har betydning for lovens anvendelsesområde. Bestemmelsen gjennomfører enkelte av definisjonsbestemmelsene i handelspraksisdirektivet artikkel 2.

Handelspraksisdirektivet artikkel 2 inneholder definisjoner i bokstavene a til n av: *forbruker*, *næringsdrivende*, *produkt*, *foretaks handelspraksis overfor forbrukere*, *vesentlig endring av forbrukernes økonomiske atferd*, *adferdsregler*, *ansvarlig for atferdsregler*, *yrkesmessig aktsomhet*, *oppfordring til kjøp*, *utilbørlig påvirkning*, *transaksjonsbeslutning*, *lovregulert yrke*, *rangering* og *nettbasert markeds-plass*.

Av disse er det kun fire av definisjonene som er gjennomført i definisjonsbestemmelsen i markedsføringsloven, dvs. *forbruker*, *nærings-*

drivende, *ytelse og handelspraksis*. I tillegg er det i bokstav e inntatt en definisjon av *garanti*.

Det har ikke vært ansett som hensiktsmessig å innta alle definisjonene i handelspraksisdirektivet i markedsføringsloven. Se blant annet Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 7.2.5 og punkt 8.2.5.1.

4.2.2 Endringsdirektivet

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

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

4.2.3 Forslaget i høringsnotatet

Departementet foreslo i høringsnotatet at det i markedsføringsloven § 5 inntas ti nye definisjoner, det vil si de definisjonene som endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 inntar i handelspraksisdirektivet artikkel 2. Det ble foreslått mindre språklige justeringer sammenlignet med den norske språkversjonen av endringsdirektivet. Dette var for å harmonere bedre med ordlyden i markedsføringsloven, forbrukerkjøpsloven og digitalytelsesloven. Endringene skulle ikke ha noen innholdsmessig betydning.

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

4.2.4 Høringsinstansenes syn

Høringsinstansene har i stor grad støttet forslaget om å innta de ti nye definisjonene i markedsføringsloven.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget om å innta de ti nye definisjonene i markedsføringsloven § 5. Instansene støtter departe-

mentets forslag om at definisjonene inntas i lovteksten. Instansene viser til at både markedsføringsloven, avtaleloven og angrerettloven er viktige forbrukerrettslige lover som blir mye brukt av både næringsdrivende og forbrukere, samt media og forvaltningen ellers. De mener derfor at det er viktig at lovene er pedagogiske og lett tilgjengelige for befolkningen. Det å innta definisjonene i lovteksten vil kunne bidra til at befolkningen på en enkel måte kan tilegne seg kunnskap om hva rettighetene og pliktene som følger av lovene innebærer. Dette er også i tråd med formålet med endringsdirektivet; at forbrukere skal være i stand til å treffe bedre informerte beslutninger. Instansene mener det i tillegg er viktig å innta definisjonene i lovteksten ut ifra hensynet til foruthetelighet for de næringsdrivende. Dette særlig med tanke på at brudd på enkelte bestemmelser kan håndheves med påbuds- eller forbudsvedtak med tvangsmulkt og/eller overtredelsesgebyr. Instansene har kommentarer til ordlyden i definisjonen av «varer», «holdbarhet» og «programvareoppdatering», se omtalen av de respektive definisjonene nedenfor.

Forbrukerrådet støtter forslaget om å innta alle de ti foreslåtte definisjonene som endringsdirektivet aktualiserer. Forbrukerrådet støtter videre departementets forslag om å ikke vurdere å ta inn flere av definisjonsbestemmelsene i handelspraksisdirektivet i den norske markedsføringsloven i denne omgang.

Framtiden i våre hender støtter forslaget om at definisjonene i handelspraksisdirektivet også tas inn i markedsføringsloven. Instansen viser til at dette sikrer at det i norsk rett opereres med harmoniserte definisjoner og at hele regelverket styrker forbrukervern og fremmer bærekraftig forbruk.

Advokatforeningen mener det er viktig at gjennomføringen av endringsdirektivet er direktivnær for å sikre totalharmonisering. Instansen støtter departementets forslag om å gjennomføre ni av definisjonene i markedsføringsloven, men instansen er kritisk til å ta inn definisjonen av «varer» fordi den er gjennomført i forbrukerkjøpsloven. Dersom «varer» likevel skal defineres i markedsføringsloven, har instansen forslag til utformingen av definisjonen, se omtalen nedenfor.

Det har kommet noen lovtekniske og språklige innspill til enkelte av definisjonene, se omtalen i det følgende.

4.2.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet om at det i markedsføringsloven § 5 inntas ni nye definisjoner. Det vil si nye definisjoner av: *miljøpåstand, generell miljøpåstand, bærekraftsmerke, sertifiseringsordning, anerkjente fremragende miljøprestasjoner, holdbarhet, programvareoppdatering, forbruksvare og funksjonalitet.*

Imidlertid foreslås det ikke å ta inn definisjonen av «varer», ettersom definisjonen er inntatt i forbrukerkjøpsloven, se punkt 4.2.6.

De nye definisjonene i handelspraksisdirektivet er vesentlige for direktivets anvendelsesområde. For å sikre en korrekt gjennomføring av endringene i handelspraksisdirektivet, er det etter departementets vurdering hensiktsmessig å innta definisjonene i markedsføringsloven § 5. Tilsvarende vurderinger ligger også til grunn for den danske gjennomføringen av direktivet, se lovforslag av 26. februar 2025 (Lovforslag nr. L 147, Folketinget 2024-25) hvor de nye definisjonene i endringsdirektivet er foreslått tatt inn i den danske markedsføringsloven, se det danske lovforslaget punkt 3.1.1.3.

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

Forslaget om å innta de nye definisjonene reiser spørsmål om hvorvidt andre definisjoner i handelspraksisdirektivet som ikke tidligere er tatt inn i markedsføringsloven, bør vurderes inntatt. Departementet har ikke gjort det i denne omgang. Det er støtte fra høringsinstansene til dette. Departementet viser uansett til at markedsføringsloven så langt som mulig skal tolkes i samsvar med EU/EØS-retten og handelspraksisdirektivet, jf. EØS-loven, EØS-avtalen og rettspraksis.

Se forslag til markedsføringsloven § 5 bokstavene f til n.

4.2.6 Varer

4.2.6.1 Gjeldende rett

I markedsføringsloven § 5 bokstav c inngår «varer» i definisjonen av «ytelse», som er definert slik:

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

Definisjonen gjennomfører handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 bokstav c, hvor «produkt» er definert slik:

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

Markedsføringsloven bruker gjennomgående begrepet «ytelse» der handelspraksisdirektivet bruker «produkt». Det er kun en språklig ulikhet, og materielt sett er definisjonen ment å være lik. Se Ot.prp. nr. 55 (2007–2008) punkt 4.4.4.3.

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

I Prop. 50 LS (2022–2023) (om gjennomføring av moderniseringsdirektivet) punkt 7.2.2 og 7.2.5 ble det lagt til grunn at det ikke var behov for å innta begrepene «digitale tjenester» og «digitalt innhold» i definisjonen av «ytelse» i markedsføringsloven § 5 bokstav c, eller å innta en legaldefinisjon av begrepene digitale tjenester og digitalt innhold i markedsføringsloven. Det vises i proposisjonen til at moderniseringsdirektivet ikke innfører egne regler i handelspraksisdirektivet for denne typen ytelser. Det står videre at justeringen i produktdefinisjonen ikke endrer virkeområdet for handelspraksisdirektivet, fordi digitalt innhold og digitale tjenester allerede er omfattet av gjeldende handelspraksisdirektiv, jf. ordlyden i artikkel 2 nr. 1 bokstav c «alle varer eller tjenester».

4.2.6.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav a endrer handelspraksisdirektivt artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «varer» i ny bokstav ca. Her står det at «varer» skal forstås som varer som definert i artikkel 2 nr. 5 i forbrukerkjøpsdirektivet ((EU) 2019/771).

I sistnevnte direktiv defineres varer slik:

- a) enhver løsøregenstand; vann, gass og elektrisk kraft skal anses som varer i henhold til dette direktiv når de tilbys for salg i et begrenset volum eller en fastsatt mengde,
- b) enhver løsøregenstand som omfatter eller er innbyrdes forbundet med digitalt innhold eller en digital tjeneste på en slik måte at fravær av dette digitale innholdet eller denne digitale tjenesten vil hindre varene i å oppfylle sine funksjoner (varer med digitale elementer)».

4.2.6.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «varer» i markedsføringsloven § 5 ny bokstav d med enkelte språklige tilpasninger.

Departementet viste til at markedsføringsloven ikke inneholder en definisjon av «varer», og at definisjonen av «varer» i endringsdirektivet særlig har betydning for forskriften om urimelig handelspraksis (ofte omtalt som «svartelisten») nytt punkt 23d til 23j som gjelder for varer.

Departementet viste i høringsnotatet til at markedsføringsloven definerer «ytelser» og dette omfatter «vare, tjeneste, fast eiendom, rettigheter og forpliktelser», jf. § 5 bokstav c. Se Ot.prp. nr. 55 (2007–2008) punkt 4.4.4.

Definisjonen av «varer» i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5 er gjennomført i forbrukerkjøpsloven § 2 første ledd bokstav e. Der presiseres det på hvilke vilkår digitale ytelser omfattes av loven når de skal leveres sammen med en ting og er sammenknyttet med tingen på en slik måte at ytelsene er nødvendige for tingens funksjoner. Utgangspunktet er at forbrukerkjøp av «ting» reguleres av forbrukerkjøpsloven, mens levering av digitale ytelser til brukere reguleres av digitalytelsesloven, jf. Prop. 49 LS (2022–2023) punkt 16.1. Begrepet «ting» er presisert i forbrukerkjøpsloven § 2. Den bestemmelsen tilsvarer ikke fullt ut ordlyden i forbrukerkjøpsdirektivet.

Ifølge endringsdirektivet skal definisjonen av «varer» i handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 bokstav c forstås likt som i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5. Den nye varedefinisjonen endrer imidlertid ikke virkeområdet for handelspraksisdirektivet, fordi varer allerede er omfattet av gjeldende handelspraksisdirektiv, jf. ordlyden i artikkel 2 bokstav c «alle varer eller tjenester». Samtidig vil enkelte av reglene i svartelisten kun gjelde for «varer» som definert i handelspraksisdirektivet, jf. punkt 23d til 23j. Dette betyr at det må være klart hva en «vare» er.

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

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

I høringsnotatet ble det vist til at en lignende ordlyd er valgt i det danske lovforslaget.¹

Det ble bedt om høringsinstansenes syn på forslaget.

4.2.6.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget om å innta en definisjon av «varer» i markedsføringsloven § 5 bokstav d, og viser til at dette er viktig fordi definisjonen får betydning for vurderingen av bestemmelsene i forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23d til 23j.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa bemerker at uttrykkene «digitalt innhold» og «digital tjeneste» i departementets forslag er tatt ut av definisjonen som følger av artikkel 2 nr. 5 i direktiv 2019/771/EU (forbrukerkjøpsdirektivet), og erstattet med betegnelsen «digitale elementer». Høringsinstansene mener at det bør fremgå av forarbeidene at varedefinisjonen gjennomfører artikkel 2 nr. 5 i forbrukerkjøpsdirektivet for å synliggjøre at begrepene «digitalt innhold» og «digital tjeneste» er relevante for forståelsen av uttrykket «digitale elementer». Instan-

sene viser i denne forbindelse til at begrepene «digitalt innhold» og «digital tjeneste» er legaldefinert i forbrukerkjøpsdirektivet, og at begrepene kan bli gjenstand for rettslige avklaringer.

Advokatforeningen mener det er uheldig å ha to parallelle og dels avvikende legaldefinisjoner av «varer», begge basert på forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5. Instansen viser til at endringsdirektivet i seg selv viser til definisjonen av «varer» i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5, og instansen ber derfor departementet vurdere om det i stedet bør gjøres endringer i *forbrukerkjøpslovens* definisjon av «varer», og heller vise til denne definisjonen i markedsføringsloven. Instansen mener at hvis definisjonen av «varer» likevel skal inntas i markedsføringsloven, bør tilsvarende presisering som i forbrukerkjøpsdirektivet inntas i ordlyden: «som omfatter eller er innbyrdes forbundet ... på en slik måte at fravær av dette digitale innholdet eller denne digitale tjenesten vil hindre varene i å utføre sine funksjoner».

4.2.6.5 Departementets vurderinger

Departementet har foretatt en ny vurdering av forslaget om å innta en definisjon av «varer» i markedsføringsloven § 5, blant annet i lys av høringsvaret fra Advokatforeningen. Instansen mener at det er uheldig å ha to parallelle og dels avvikende legaldefinisjoner av «varer», begge basert på forbrukerkjøpsdirektivets artikkel 2 nr. 5.

Departementet slutter seg til dette, og foreslår derfor ikke å innta en definisjon av «varer» i markedsføringsloven. Departementet mener det vil være tilstrekkelig klart for næringsdrivende og andre rettsanvendere at det i proposisjonen vises til at «varer» skal forstås på samme måte som definisjonen i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 5.

«Vare»-definisjonen i endringsdirektivet er som nevnt allerede gjennomført i forbrukerkjøpsloven. Videre er både varer og tjenester omfattet av markedsføringsloven i dag, jf. § 5 bokstav c. Endringsdirektivet endrer ikke på dette.

Det foreslås derfor ikke at «varer» defineres i markedsføringsloven.

4.2.7 Miljøpåstand

4.2.7.1 Gjeldende rett

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

¹ Lovforslag nr. L 147, Folketinget 2024-25, Forslag til Lov om ændring af lov om markedsføring, lov om forbrugeratfer og forbrugerklage (1) (Gennemførelse af direktiv om styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling og effektivisering af det offentlige forbrugerklagesystem).

4.2.7.2 Endringsdirektivet

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

Bokstav o definerer miljøpåstand som:

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

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

4.2.7.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «miljøpåstand» i markedsføringsloven § 5 bokstav g.

4.2.7.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «miljøpåstand» i markedsføringsloven.

4.2.7.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Definisjonen av miljøpåstand har betydning for handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 ny bokstav d og svartelisten nytt punkt 4b, se omtalen i punkt 4.4 og 4.6 nedenfor. Ny bokstav d i handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 foreslås inntatt i markedsføringsloven § 7 andre ledd bokstav c og gjelder miljøpåstand knyttet til framtidige miljøprestasjoner. Svartelisten nytt punkt 4b gjelder det å framsette en miljøpåstand om hele produktet eller hele den næringsdrivendes virksomhet når den bare gjelder et bestemt aspekt ved produktet

eller en bestemt aktivitet i den næringsdrivendes virksomhet.

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

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav f.

4.2.8 Generell miljøpåstand

4.2.8.1 Gjeldende rett

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

4.2.8.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «generell miljøpåstand» i ny bokstav p. Bokstav p definerer generell miljøpåstand som:

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

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

4.2.8.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «generell miljøpåstand» i markedsføringsloven § 5 bokstav h.

4.2.8.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «generell miljøpåstand» i markedsføringsloven.

4.2.8.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Definisjonen av generell miljøpåstand har betydning for den nye bestemmelsen om generelle miljøpåstander i svartelisten nytt punkt 4a, se punkt 4.6 nedenfor. Nytt punkt 4a gjelder generell miljøpåstand uten at den næringsdrivende kan vise til anerkjente fremragende miljøprestasjoner som er relevante for påstanden.

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

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav g.

4.2.9 Bærekraftsmerke

4.2.9.1 Gjeldende rett

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

4.2.9.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «bærekraftsmerke» i ny bokstav q. Bokstav q definerer bærekraftsmerke som:

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

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

4.2.9.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «bærekraftsmerke» i markedsføringsloven § 5 bokstav i.

4.2.9.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa, Stiftelsen Miljøfyrtårn og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «bærekraftsmerke» i markedsføringsloven.

Stiftelsen Miljøfyrtårn bemerker at miljøsertifisering skiller seg fra miljømerking i den forstand at det er virksomhetens miljøledelsessystem som sertifiseres, og ikke et produkt eller en tjeneste. Instansen tolker endringsdirektivet dithen at miljøsertifisering av en virksomhet vil falle inn under definisjonen av «bærekraftsmerke», slik det er foreslått tatt inn i handelspraksisdirektivet.

4.2.9.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Definisjonen har betydning for den nye bestemmelsen om bærekraftsmerke i svartelisten nytt punkt 2a, se punkt 4.6 nedenfor. Nytt punkt 2a gjelder det å framvise et bærekraftsmerke som ikke er basert på en sertifiseringsordning eller ikke er etablert av offentlige myndigheter.

Departementet vurderer at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «bærekraftsmerke» i markedsføringsloven. Den konkrete tolkningen av hva som omfattes av definisjonen må foretas i retts- og forvaltningspraksis.

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav h.

4.2.10 Sertifiseringsordning

4.2.10.1 Gjeldende rett

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

4.2.10.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «sertifiseringsordning» i ny bokstav r. Bokstav r definerer sertifiseringsordning som:

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

- i) Ordningen er, på transparente, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår, åpen for alle næringsdrivende som er villige og i stand til å oppfylle ordningens krav.
- ii) Ordningens krav er utarbeidet av eieren av ordningen i samråd med relevante eksperter og berørte parter.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

- iii) Ordningen fastsetter prosedyrer for å håndtere manglende oppfyllelse av ordningens krav og inneholder bestemmelser om tilbakalling eller suspensjon av næringsdrivendes bruk av bærekraftsmerket dersom ordningens krav ikke er oppfylt.
- iv) Tilsyn med at en næringsdrivende oppfyller ordningens krav, er underlagt en objektiv prosedyre og utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er basert på standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på unionsplan».

Sertifiseringsordning er omtalt i fortalen punkt 7.

4.2.10.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «sertifiseringsordning» i markedsføringsloven § 5 bokstav j.

4.2.10.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa, Stiftelsen Miljøfyrtårn og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «sertifiseringsordning» i markedsføringsloven.

Stiftelsen Miljøfyrtårn bemerker at Miljøfyrtårn-sertifisering oppfyller kriteriene for en «sertifiseringsordning» som foreslått i handelspraksisdirektivet artikkel 2 bokstav r.

4.2.10.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Definisjonen av «sertifiseringsordning» har betydning for den nye bestemmelsen om vilkår for bruk av bærekraftsmerke i svartelisten punkt 2a, se punkt 4.6 nedenfor. Nytt punkt 2a gjelder det å framvise et bærekraftsmerke som ikke er basert på en sertifiseringsordning eller ikke er etablert av offentlige myndigheter.

Departementet vurderer at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «sertifiseringsordning» i markedsføringsloven.

Den konkrete tolkningen av hva som oppfyller kravene til «sertifiseringsordning» må foretas i retts- og forvaltningspraksis. Departementet viser også til Kommisjonens spørsmål og svar-dokument publisert 28. november 2025 hvor spørsmål nr. 8 gjelder sertifiseringsordning.

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav i.

4.2.11 Anerkjente fremragende miljøprestasjoner

4.2.11.1 Gjeldende rett

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

4.2.11.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i ny bokstav s. Bokstav s definerer anerkjente fremragende miljøprestasjoner som:

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

Anerkjente fremragende miljøprestasjoner er omtalt i fortalen punkt 10.

4.2.11.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i markedsføringsloven § 5 bokstav k.

4.2.11.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i markedsføringsloven.

Stiftelsen Miljømerking Norge og Forbrukerrådet bemerker at det i den foreslåtte definisjonen av anerkjente fremragende miljøprestasjoner i markedsføringsloven § 5 bokstav k vises eksplisitt til EU-Ecolabel, det offisielle miljømerket i EU, men ikke til det offisielle norske miljømerket Svanemerket. Høringsinstansene mener dette er uheldig og peker på at det vil være tydeligere hvilke miljømerker som kan benyttes for å dokumentere fremragende miljøprestasjoner dersom

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Svanemerket nevnes eksplisitt på samme måte som EU Ecolabel. Instansene viser videre til at Svanemerket er det suverent mest kjente og utbredte miljømerket i vår region, og har en kjennskap på 97 % i Norge.

Instansene foreslår at Svanemerket omtales eksplisitt i lovteksten og mener videre det vil være formålstjenlig om Svanemerket omtales eksplisitt andre steder i lovgivningen eller forarbeidene for å gjøre merkets status enda tydeligere. Det vises til at tilsvarende spesifisering av Svanemerket som det nasjonale miljømerket har blitt gjort i Danmark og at Svanemerket ble omtalt flere ganger som Danmarks egne offisielle miljømerke i Erhvervsministeriets bemerkninger til lovforslaget fra 25. februar 2025. Høringsinstansene mener en fremheving av det nasjonale offisielle miljømerket vil gjøre det lettere for virksomhetene å tolke og etterleve regelverket.

4.2.11.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med en mindre språklig endring i ordlyden.

Definisjonen av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» har betydning for den nye bestemmelsen om krav til generelle miljøpåstander i svarlisten punkt 4a, se punkt 4.6. Dette gjelder det å framsette en generell miljøpåstand uten at den næringsdrivende kan vise til anerkjente fremragende miljøprestasjoner som er relevante for påstanden.

Departementet vurderer at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i markedsføringsloven.

Det følger av definisjonen at anerkjente fremragende miljøprestasjoner kan påvises ved samsvarende med forordning (EF) nr. 66/2010 om EU-miljømerket eller med offisielt anerkjente miljømerkingsordninger i medlemsstatene i henhold til EN ISO 14024. Forordningen er inkorporert i norsk rett i forbrukermerkeloven § 9. Eksempler på dokumentert «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» er tildeling av det nordiske miljømerket Svanen og EU-miljømerket (EU Ecolabel). Tilsvarende er også lagt til grunn av Erhvervsministeriet i det danske lovforslaget fra 25. februar 2025 på side 20 og side 39-40. Departementet viser for øvrig til spesialmerkene til bestemmelsen. Etter departementets vurdering er det ikke hensiktsmessig å nevne Svanemerket uttrykkelig i lovteksten, og omtalen av dette i proposisjonen

anses tilstrekkelig. Det vises til at samme løsning er valgt i Danmark.

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav j.

4.2.12 Holdbarhet

4.2.12.1 Gjeldende rett

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

4.2.12.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «holdbarhet» i ny bokstav t. Bokstav t definerer holdbarhet som:

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

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

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

4.2.12.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «holdbarhet» i markedsføringsloven § 5 bokstav l.

4.2.12.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «holdbarhet» i markedsføringsloven.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget om å innta en definisjon av begrepet «holdbarhet» i både markedsføringsloven, avtaleloven og angrerettloven. Instansene viser til at dette vil være viktig både med tanke på å forstå hva en holdbarhetsgaranti innebærer, men også for å tydeliggjøre at holdbarhet må vurderes ut fra normal bruk. Instansene bemerker at den foreslåtte ordlyden i definisjonen av «holdbarhet» i markedsføringsloven § 5 bokstav l er noe ulik den foreslåtte ordlyden i henholdsvis angrerettloven § 5 bokstav q og avtaleloven § 38 a nytt andre ledd nr. 4. De mener ordlyden i definisjonen i markeds-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

føringsloven § 5 bokstav 1 bør være lik ordlyden som er foreslått i angrerettloven og avtaleloven.

4.2.12.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Definisjonen av holdbarhet i forbrukerkjøpsdirektivet ((EU) 2019/771) artikkel 2 nr. 13 er ikke gjennomført i forbrukerkjøpsloven. Artikkelen er heller ikke omtalt i forarbeidene. I forbrukerkjøpsloven § 15 tredje ledd bokstav b er holdbarhet benyttet i forbindelse med tingens egenskaper.

Ordet «holdbarhet» benyttes i de nye bestemmelsene om holdbarhet i handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav b og artikkel 7 nr. 7, og i svartelisten punkt 23f og 23g, se nedenfor i punkt 4.3, 4.5 og 4.6. Nevnte bestemmelser regulerer følgende:

Artikkel 6 nr. 1 bokstav b er foreslått inntatt i markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav b som gjelder villedende handelspraksis om blant annet aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet mv. Artikkel 7 nr. 7 er foreslått inntatt i markedsføringsloven § 8 syvende ledd som gjelder villedende utelatelser om opplysninger om sammenligning av aspekter knyttet til sirkularitet som holdbarhet mv. Nytt svartelistepunkt 23f gjelder kommersiell kommunikasjon om en vare som har en egenskap som er innført for å begrense holdbarheten, til tross for at den næringsdrivende har tilgang til opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for varens holdbarhet. Nytt svartelistepunkt 23g gjelder feilaktig å hevde at en vare under normale bruksforhold har en viss holdbarhet når det gjelder brukstid eller bruksintensitet.

Departementet vurderer at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «holdbarhet» i markedsføringsloven. Det vises til at likelydende definisjon foreslås inntatt i angrerettloven og avtaleloven, se punkt 5.2.3 nedenfor. I høringssvaret fra Forbrukertilsynet og Forbruker Europa fremgår det at ordlyden i angrerettloven og avtaleloven er noe ulik. Departementet har nå justert sistnevnte lover slik at ordlyden i de tre lovene er lik. Ordlyden er lik ordlyden i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 13.

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav k.

4.2.13 Programvareoppdatering

4.2.13.1 Gjeldende rett

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

4.2.13.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «programvareoppdatering» i ny bokstav u. Bokstav u definerer programvareoppdatering som:

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

4.2.13.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringsdirektivets definisjon av «programvareoppdatering» inntas i markedsføringsloven § 5 bokstav m.

4.2.13.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «programvareoppdatering» i markedsføringsloven.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa bemerker at begrepet «programvareoppdatering» er foreslått definert noe ulikt i henholdsvis markedsføringsloven § 5 bokstav m og angrerettloven § 5 bokstav t og avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 7. Forskjellen er at angrerettloven og avtaleloven har et krav om at programvareoppdateringen skal være «gratis». Instansene skriver:

«I endringsdirektivet artikkel 1 nr. 1 bokstav u er programvareoppdatering definert som en oppdatering som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være i samsvar med europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/770 og direktiv (EU) 2019/771, herunder en sikkerhetsoppdatering eller en funksjonalitetsoppdatering. I endringsdirektivet art 2 nr (1) nr 14e om endringer i forbrukerrettighetsdirekti-

vet er det i tillegg et krav om at programvareoppdateringen skal være «gratis». Vi ser at departementet også skiller på dette i de foreslåtte bestemmelsene i markedsføringsloven § 5 bokstav m, angrerettloven § 5 bokstav t og avtaleloven §38a andre ledd nr. 7. Vi forstår det slik at forskjellen har en sammenheng med de nye bestemmelsene i forskrift om urimelig handelspraksis, se § 1 punkt 23d og 23e om programvareoppdateringer.

Etter forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23d vil det være urimelig å holde tilbake opplysninger fra forbrukere om at en programvareoppdatering vil ha negativ innvirkning på funksjonene til varer med digitale elementer eller på bruken av digitalt innhold eller digitale tjenester. Det vil virke mot sin hensikt hvis dette kun gjaldt programvareoppdateringer som var gratis. Det samme gjelder for forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 23e, hvor det fremgår at det vil være urimelig å fremstille en programvareoppdatering som nødvendig når den kun forbedrer funksjonaliteten. Vi forstår derfor hvorfor programvareoppdatering er definert ulikt i de ulike lovene.

Vår oppfatning er at det kan være uheldig at to like uttrykk blir definert ulikt i forskjellige lover. Som vist til har ulikhetene sin bakgrunn i direktivbestemmelsene. Vi vil derfor oppfordre departementet til å presisere forskjellen i definisjonene i forarbeidene for å motvirke at de ulike definisjonene blir sammenblandet. Etter vår oppfatning bør dette tydeliggjøres i forarbeidene til markedsføringsloven, avtaleloven og angrerettloven.»

Høringsinstansene oppfordrer departementet til å presisere forskjellen i definisjonene i forarbeidene for å motvirke at de ulike definisjonene blir sammenblandet. Instansene mener dette bør tydeliggjøres i forarbeidene til markedsføringsloven, avtaleloven og angrerettloven.

4.2.13.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Definisjonen av «programvareoppdatering» har betydning for den nye bestemmelsen om programvareoppdatering i svartelisten punkt 23d og 23e, se punkt 4.6 nedenfor. Nytt punkt 23d gjelder å holde tilbake opplysninger for forbrukeren om at en programvareoppdatering vil ha en negativ innvirkning på funksjonen til varer med digitale

elementer eller på bruken av digitalt innhold eller digitale tjenester. Nytt punkt 23e gjelder det å framstille en programvareoppdatering som nødvendig når den kun forbedrer funksjonaliteten.

Departementet vurderer at hensynet til å gjøre det enklere og klarere for næringsdrivende taler for at definisjonen av «programvareoppdatering» inntas i markedsføringsloven.

Departementet foreslår følgende definisjon som er innholdsmessig lik definisjonen i endringsdirektivet, men noe forkortet av språklige hensyn og hvor direktivhenvisningene er byttet ut med henvisning til forbrukerkjøpsloven og digitalytelsesloven:

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

Lignende ordlyd er også valgt i det danske lovforlaget (Lovforslag nr. L 147, Folketinget 2024-25).

Departementet bemerker, slik Forbrukertilsynet og Forbruker Europa også påpeker, at «programvareoppdatering» er definert ulikt i forslaget til definisjon av programvareoppdatering i angrerettloven og avtaleloven, se punkt 5.2.6 og 5.4.5. Forskjellen er at definisjonen i angrerettloven og avtaleloven har formuleringen «gratis oppdatering». Denne ulikheten skyldes endringsdirektivet, ettersom svartelistens bestemmelser gjelder alle programvareoppdateringer, mens forbrukerrettighetsdirektivet kun gjelder for programvareoppdateringer som er gratis.

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav l.

4.2.14 Forbruksvare

4.2.14.1 Gjeldende rett

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

4.2.14.2 Endringsdirektivet

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

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

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

Forbruksvare er omtalt i fortalet punkt 23 og 24.

4.2.14.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «forbruksvare» i markedsføringsloven § 5 bokstav n.

4.2.14.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «forbruksvare» i markedsføringsloven.

4.2.14.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Definisjonen av forbruksvare har betydning for de nye bestemmelsene om forbruksvarer i svartelisten punkt 23i og 23j, se punkt 4.6 nedenfor. Nytt punkt 23i gjelder det å få forbrukeren til å bytte ut eller etterfylle forbruksvarer i en vare tidligere enn det som er nødvendig av tekniske årsaker. Nytt punkt 23j gjelder det å holde tilbake opplysninger om hvordan en vares funksjonalitet svekkes dersom det brukes forbruksvarer, reservedeler eller tilbehør som ikke er levert av originalprodusenten, eller feilaktig å hevde at slik svekkelse vil skje.

Departementet vurderer at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «forbruksvare» i markedsføringsloven.

Se forslag til markedsføringsloven § 5 ny bokstav m.

4.2.15 Funksjonalitet

4.2.15.1 Gjeldende rett

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

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

4.2.15.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 1 bokstav b endrer handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ved å innta en definisjon av «funksjonalitet» i ny bokstav w. Bokstav w definerer funksjonalitet som:

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

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

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

4.2.15.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet å innta endringsdirektivets definisjon av «funksjonalitet» i markedsføringsloven § 5 bokstav o.

4.2.15.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet, Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Framtiden i våre hender støtter departementets forslag om å innta definisjonen av «funksjonalitet» i markedsføringsloven.

4.2.15.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med en mindre språklig endring i ordlyden.

Definisjonen har betydning for den nye bestemmelsen om funksjonalitet i svartelisten nytt punkt 23e og nytt punkt 23j, se punkt 4.6 nedenfor. Nytt punkt 23e gjelder det å framstille en programvareoppdatering som nødvendig når den kun forbedrer funksjonaliteten. Nytt punkt 23j gjelder det å holde tilbake opplysninger om hvordan en vares funksjonalitet svekkes dersom det brukes

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

forbruksvarer, reservedeler eller tilbehør som ikke er levert av originalprodusenten, eller feilaktig å hevde at slik svekkelse vil skje.

Departementet vurderer at det er hensiktsmessig å innta definisjonen av «funktjonalitet» i markedsføringsloven.

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

«funktjonalitet: evnen varen har til å utføre sine funksjoner ut fra sitt formål».

Se utkast til markedsføringsloven § 5 ny bokstav n.

4.3 Villedende handlinger – produktegenskaper det ikke må villedes om

4.3.1 Gjeldende rett

Markedsføringsloven § 7 regulerer villedende handlinger. Bestemmelsen gjennomfører handelspraksisdirektivet artikkel 6. Se Ot.prp. nr. 55 (2007–2008) s. 194 og s. 54.

Markedsføringsloven § 7 første ledd slår fast at det for det første foreligger villedning dersom en handelspraksis inneholder uriktige opplysninger. Den andre kategorien av villedning omfatter tilfeller der opplysningene som gis i og for seg er riktige, men der fremstillingen av andre grunner er egnet til å villed. Et eksempel kan være at det i markedsføring fokuseres for sterkt på ett element, slik at tilbudet totalt sett virker mer fordelaktig enn det egentlig er.

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

Om en handelspraksis er villedende skal vurderes ut fra helhetsinntrykket som skapes hos mottakeren. Det er et vilkår at praksisen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe transaksjonsbeslutninger de ellers ikke ville ha truffet, jf. § 7 tredje ledd.

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

4.3.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 2 bokstav a endrer handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav b ved å tilføye følgende eksempler i listen over hovedegenskaper som er relevante ved vurderingen av om en handelspraksis er villedende:

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

Formålet er å beskytte forbrukerne mot villedende praksis om slike produktegenskaper.

Handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav b lyder da:

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

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

Som eksempel på *sosiale egenskaper* nevnes hvordan arbeidsforholdene til de berørte arbeidende er, slik som tilstrekkelig lønn, sosialt vern, et sikkert arbeidsmiljø og dialog mellom partene i arbeidslivet. Fortalepunktet nevner også at andre eksempler på *sosiale egenskaper* er informasjon om respekt for menneskerettighetene, likebehandling og like muligheter for alle – herunder likestilling mellom kvinner og menn, inkludering og mangfold – og bidrag til samfunnstiltak og etiske forpliktelser som dyrevelferd. Videre står det i fortalen punkt 3 at et produkts *miljøegenskaper* og *sosiale egenskaper* kan forstås i vid forstand

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

og omfatte produktets miljømessige og sosiale sider, innvirkning og ytelse.

4.3.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at de nye eksemplene i endringsdirektivet på en ytelses eller et produkts hovedegenskaper som det ikke må villedes om, inntas i markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav b.

4.3.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen støtter departementets forslag om å legge til de nye eksemplene på en ytelse eller et produkts hovedegenskaper som det ikke må villedes om i markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav b, men har innspill til den foreslåtte ordlyden. Ifølge *Advokatforeningen* vil det gi en bedre språklig og mer direktivtro ordlyd dersom man i stedet for «miljøegenskaper eller sosiale egenskaper» velger «miljømessige og sosiale egenskaper». Instansen viser til at «miljømæssige» er benyttet både i den danske oversettelsen av direktivet og i det danske lovforslaget. *Advokatforeningen* mener videre at også ordlyden «aspekter knyttet til sirkularitet» er noe tungvinn, og ber departementet heller vurdere «sirkularitetsaspekter» etter mønster fra det danske lovforslaget. Instansen viser til at selv om heller ikke dette fremstår som spesielt lettlest, passer dette bedre inn i en oppramsing.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa viser til at endringsdirektivet i stor grad kodifiserer allerede gjeldende rett for bruk av klima- og miljøpåstander i markedsføring.

Sirk Norge bemerker at begrepet «resirkuleringsmuligheter» ikke har en entydig definisjon eller forankring i gjeldende avfallsregelverk. Instansen mener det ikke bør være uklart eller åpent for tolkning i produktregelverket hvor omfattende begrepet er og hvilke underliggende definisjoner av gjenvinningsmetoder som legges til grunn (avfallshierarkiet, r-kodene i vedlegg II i rammedirektivet for avfall, terminologi i ISO 59004, R0-R9-strategiene).

4.3.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen mindre språklige endringer i ordlyden.

Departementet foreslår at de nye eksemplene på en ytelses eller et produkts hovedegenskaper som det ikke må villedes om, inntas i markedsfø-

ringsloven § 7 første ledd bokstav b. Det vil si at følgende egenskaper føyes til listen over ytelsens hovedegenskaper: «*miljøegenskaper eller sosiale egenskaper*» og «*aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller mulighet for materialgjenvinning*».

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

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

Departementet har vurdert *Advokatforeningens* forslag til justering av ordlyd, men opprettholder forslaget i høringsnotatet. Departementet mener ordlyden i den norske oversettelsen gir en like god språklig ordlyd.

Hva gjelder merknaden fra *Sirk Norge* om begrepet «resirkuleringsmuligheter», viser departementet til at den konkrete tolkningen av hva som omfattes må foretas i praksis. Departementet foreslår likevel at begrepet «resirkuleringsmuligheter» i lovteksten erstattes med «mulighet for materialgjenvinning» ettersom det harmonerer bedre med øvrig regelverk.

Se forslag til markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav b.

4.4 Villedende handlinger – flere handlinger som regnes som villedende

4.4.1 Gjeldende rett

Markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav h omhandler villedende opplysninger om den næringsdrivendes forpliktelse til å følge bransjenormer. Markedsføringsloven § 7 andre ledd bokstav a omhandler markedsføring som forårsaker forveksling med en konkurrents ytelse eller varemerke mv. Bokstav b omhandler tilfeller der en vare markedsføres som identisk med en vare i andre EU/EØS-stater, når varene likevel skiller seg vesentlig fra hverandre.

Bestemmelsene gjennomfører handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 bokstavene a til c.

Markedsføringsloven § 7 og handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 stiller ingen uttrykkelige krav til markedsføring knyttet til fremtidige miljøprestasjoner. Som følge av det generelle forbudet mot villedning, og tilhørende krav til dokumentasjon av påstander, følger det av Forbrukertilsynets praksis at det stilles krav allerede i dag til markedsføring knyttet til fremtidige miljøprestasjoner, se Forbrukertilsynets veiledning om bruk av bærekraftspåstander i markedsføring punkt 4.3.

Markedsføringsloven § 7 og handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 regulerer heller ikke uttrykkelig markedsføring med irrelevante fordeler, men også dette vil kunne være villedende etter gjeldende regler.

4.4.2 Endringsdirektivet

4.4.2.1 Innledning

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

- *bokstav d om miljøpåstander knyttet til fremtidige miljøprestasjoner, og*
- *bokstav e om irrelevante fordeler.*

Formålet er å beskytte forbrukerne mot villedende markedsføring av slike påstander.

4.4.2.2 Bokstav d – miljøpåstand knyttet til fremtidige miljøprestasjoner

Bokstav d lyder:

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

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

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

Miljøpåstand er definert i handelspraksisdirektivet artikkel 2 nr. 1 ny bokstav o, se nærmere omtale i punkt 4.2.7.

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

I fortalen står det også at en slik gjennomføringsplan bør inneholde alle relevante elementer som er nødvendige for å oppfylle forpliktelsene, som budsjettmidler og teknologisk utvikling, der dette er relevant og i overensstemmelse med EU-retten. Slike påstander bør også verifiseres av en ekspert som bør være uavhengig av den næringsdrivende, fri for interessekonflikter og med erfaring og kompetanse innenfor miljøspørsmål. Vedkommende bør også være i stand til regelmessig å overvåke den næringsdrivendes fremskritt med hensyn til forpliktelsene og målene, herunder milepælene for å nå dem. Den næringsdrivende bør sikre at ekspertens regelmessige konklusjoner er tilgjengelige for forbrukerne. Dersom en næringsdrivende ikke overholder disse «bør»-punktene, vil dette være momenter som kan tale for at praksisen er villedende.

4.4.2.3 Bokstav e – irrelevante fordeler

Bokstav e lyder:

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

Det skal dermed anses som en villedende handelspraksis å markedsføre fordeler til forbru-

kerne som er irrelevante og ikke følger av noen egenskap ved produktet eller virksomheten.

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

4.4.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i markedsføringsloven § 7 andre ledd bokstav c og d.

4.4.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa har bemerkninger til den foreslåtte ordlyden i markedsføringsloven § 7 andre ledd ny bokstav c. Instansen mener at formuleringen «for eksempel [tildeling av ressurser]» bør endres til «slik som [tildeling av ressurser]». Dette vil ifølge Forbrukertilsynet og Forbruker Europa tydeliggjøre at tildeling av ressurser som utgangspunkt er relevant for å underbygge gjennomføringen av et mål, og ikke kun et eksempel på et element som *kan* være relevant. Høringsinstansene viser til at den engelske originalversjonen av direktivet bruker uttrykket «such as [allocation of resources]», samt at Danmark har valgt formuleringen «såsom [tildeling af ressourcer]».

Telenor støtter i hovedsak de foreslåtte lovendringene, men bemerker at det i praksis kan være vanskelig å oppfylle krav om at det skal foreligge en detaljert plan med avsatte ressurser til langsiktige bærekraftsmål flere år frem i tid.

4.4.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen mindre språklige justeringer i ordlyden, i tråd med innspill fra høringsinstansene.

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

Den nye bestemmelsen om miljøpåstander innebærer konkrete og flere nye krav til nærings-

drivendes markedsføring, selv om slik praksis etter en konkret vurdering kan anses som villedende også etter gjeldende markedsføringslov § 7. Som nevnt i punkt 4.2.7, foreslås det å innta definisjonen av «miljøpåstand» i markedsføringsloven § 5 bokstav f.

Både lovens ordlyd og legaldefinisjonen av miljøpåstand gir god veiledning om hvordan de næringsdrivende skal innrette seg etter bestemmelsen. Forbrukertilsynet vil også kunne gi veiledning, f.eks. i sin miljøveileder som er tilgjengelig på tilsynets hjemmeside. Departementet mener at dette samlet sett vil gi næringsdrivende tilstrekkelig god veiledning om lovens krav, herunder kravene til gjennomføringsplan, jf. også innspillet fra Telenor.

Departementet har vurdert forslaget fra Forbrukertilsynet og Forbruker Europa om å endre ordlyden i bokstav c til «slik som». Departementet er enig med høringsinstansene i at dette harmonerer bedre med den engelske og danske språkversjonen, og foreslår at ordlyden endres fra «for eksempel» til «slik som».

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

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

4.5 Villedende utelatelser – sammenligningstjenester om miljøegenskaper mv.

4.5.1 Gjeldende rett

Markedsføringsloven § 8 gjelder villedende utelatelser.

Etter § 8 første ledd er en handelspraksis villedende dersom den etter en konkret helhetsvurdering utelater vesentlige opplysninger som forbrukerne ut fra sammenhengen trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning eller presenterer opplysningene på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte.

Etter § 8 andre ledd er praksisen bare villedende dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet.

I § 8 tredje ledd angis opplysninger som anses som vesentlige ved oppfordring til kjøp, og i § 8 fjerde ledd defineres «oppfordring til kjøp».

I § 8 femte ledd står det at dersom forbrukere i et nettbasert grensesnitt gis mulighet til å søke etter ytelser som tilbys av ulike næringsdrivende

eller forbrukere, anses generelle opplysninger om hovedparametrene som avgjør rangeringen av produktene som presenteres for forbrukeren som et resultat av søket, som vesentlige opplysninger.

I § 8 sjette ledd står det at når en næringsdrivende gir forbrukere tilgang til forbrukeromtaler av ytelser, anses opplysninger om hvorvidt og hvordan den næringsdrivende sikrer at de publiserte omtalene stammer fra forbrukere som faktisk har brukt eller kjøpt ytelsene, som vesentlige.

Markedsføringsloven § 8 gjennomfører handelspraksisdirektiv artikkel 7 nr. 1 til 6. Se Ot.prp. nr. 55 (2007–2008) punkt 19. Se også Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 11 i merknaden til § 8 om endringer som følge av gjennomføringen av moderniseringsdirektivet ((EU) 2019/2161).

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

4.5.2 Endringsdirektivet

Artikkel 1 nr. 3 endrer handelspraksisdirektivet artikkel 7 ved å tilføye et nytt punkt nr. 7 om hvilke opplysninger som skal anses som vesentlige dersom en næringsdrivende leverer en tjeneste som sammenligner produkter og gir forbrukeren opplysninger om bærekraftsegenskaper og sosiale egenskaper.

Artikkel 7 nr. 7 lyder:

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

Formålet er å beskytte forbrukerne mot villedende utelatelser av slike opplysninger i markedsføring.

Det fremgår av fortalen punkt 6 at det å sammenligne produkter basert på miljømessige eller sosiale egenskaper eller sirkulære aspekter er en stadig mer vanlig markedsføringsteknikk som kan villegde forbrukerne, som ikke alltid har mulighet til å vurdere påliteligheten av denne informasjonen. Derfor skal informasjonen angitt i handelspraksisdirektivet artikkel 7 nr. 7 være tilgjengelig for forbrukerne, slik at forbrukerne kan ta mer informerte transaksjonsbeslutninger ved bruk av slike sammenligningstjenester. Slike sammenligninger skal være objektive, særlig ved å sammenligne produkter som har samme funksjon, ved å bruke en felles metode og felles forutsetninger og ved å sammenligne vesentlige og etterprøvbare egenskaper ved produktene som sammenlignes.

4.5.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i markedsføringsloven § 8 nytt syvende ledd.

4.5.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen slutter seg til departementets vurderinger, men har innspill til den foreslåtte ordlyden. Instansen mener at ordlyden «miljøegenskaper eller sosiale egenskaper» av språklige grunner bør endres til «miljømessige og sosiale egenskaper», se nærmere omtale i punkt 4.3.4.

4.5.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen mindre språklige endringer i ordlyden.

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

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

Hva gjelder Advokatforeningens forslag til ordlydsendring, fastholder departementet forslaget i høringsnotatet idet departementet anser at ordlyden i den norske oversettelsen gir like god språklig ordlyd. Departementet foreslår likevel at begrepet «resirkuleringsmuligheter» erstattes med «mulighet for materialgjenvinning», da dette harmonerer bedre med terminologien i annet regelverk.

Se forslag til markedsføringsloven § 8 syvende ledd.

4.6 Utvidelse av «svartelisten» – handelspraksis som alltid er forbudt

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

«Svartelisten» er gjennomført i norsk rett ved forskrift 1. juni 2009 nr. 565 om urimelig handelspraksis, som er fastsatt med hjemmel i markedsføringsloven § 6 femte ledd.

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

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

I høringsnotatet viste departementet til at endringsdirektivet er totalharmonisert og at det ikke er nasjonalt handlingsrom til å vedta hverken strengere eller mildere regler enn det som er fastsatt i direktivet. Dette gjelder også for endringene i vedlegg 1. De 12 nye punktene som legges til i vedlegg 1 må derfor også inntas i norsk rett. Departementet foreslo at de nye punktene tas inn i forskriften om urimelig handelspraksis der de øvrige punktene i vedlegget er tatt inn. Departe-

mentet foreslo å justere forskrift om urimelig handelspraksis § 1 ved å ta inn følgende nye punkter:

Nytt punkt 2a skal lyde:

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

Nytt punkt 4a til 4c skal lyde:

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

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

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

Nytt punkt 10a skal lyde:

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

Nytt punkt 23d til 23j skal lyde:

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

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

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

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

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

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

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

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

Departementet mottok to høringssvar til forslaget om utvidelse av forskriften om urimelig handelspraksis. *Forbrukertilsynet* og *Forbruker Europa* og *Advokatforeningen* mener at ordlyden «produkt» i punkt 4b og 10a bør endres til «ytelse». Dette fordi markedsføringsloven generelt bruker ordlyden «ytelse» der handelspraksisdirektivet bruker ordet «produkt». Forbrukertilsynet og Forbruker

Europa viser til at «ytelse» er definert i markedsføringsloven § 5 bokstav c som «vare, tjeneste, fast eiendom, rettigheter og forpliktelser».

Departementet vil etter at Stortinget har behandlet lovproposisjonen fastsette endringer i forskrift om urimelig handelspraksis for å gjennomføre endringsdirektivets krav i vedlegg 1. Hjemmelen til forskriftsendringene ligger hos departementet, se markedsføringsloven § 6 femte ledd. Departementet viser til den nærmere omtalen av de nye punktene i svartelisten i høringsnotatet av 13. juni 2025 punkt 2.6. Det bemerkes at flere av de nye definisjonene i endringsdirektivet viser til de nye punktene i svartelisten.

5 Endringer i forbrukerrettighetsdirektivet, angrerettloven og avtaleloven

5.1 Generelt

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

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) gjør flere endringer i forbrukerrettighetsdirektivet. Blant annet innføres det nye definisjoner og næringsdrivendes opplysningsplikt overfor forbrukerne utvides. Det innføres en harmonisert melding og en harmonisert etikett som gir opplysninger om henholdsvis den lovbestemte ansvarsperioden for at varene skal være kontraktsmessige (reklamasjonsrett etter forbrukerkjøpsloven), og om produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti (utover reklamasjonsretten), dersom produsenten har gitt en slik garanti.

5.2 Definisjoner

5.2.1 Innledning

Definisjonene i forbrukerrettighetsdirektivet kapittel 1 gjelder alle typer avtaler som inngås, både i faste forretningslokaler, ved fjernsalg og ved salg utenom faste forretningslokaler. Endringsdirektivet føyer fem nye definisjoner til forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 14. Dette er nr. 14a til 14e.

Definisjonene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nr. 1 og nr. 7 til 14 er gjennomført i angrerettloven § 5, forbrukerkjøpsloven § 18 a, markedsføringsloven § 5 bokstav e og tidspartloven § 2 bokstav g. Artikkel 2 nr. 2 til 6 ble ved gjennomføringen av forbrukerrettighetsdirektivet ikke ansett nødvendig å definere i norsk rett.

Dette gjaldt definisjon av «næringsdrivende», «varer», «varer framstilt etter forbrukerens spesifikasjoner», «salgsavtale» og «tjenesteavtale». Se Prop. 64 L (2013–2014) *Lov om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven) (gjennomføring av direktiv 2011/83/EU om forbrukerrettigheter)*.

Ved moderniseringsdirektivet ((EU) 2019/2161) ble det tatt inn nye definisjoner i forbrukerrettighetsdirektivet. Flere av disse ble gjennomført i angrerettloven § 5, blant annet *digitalt innhold, digital tjeneste, kompatibilitet, funksjonalitet og samvirkningsevne*. Det vises til Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 11.2.

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

I høringsnotatet ble det foreslått å ta inn endringsdirektivets nye definisjoner, dvs. *kommersiell holdbarhetsgaranti, holdbarhet, produsent, reparasjonsscore og programvareoppdatering*.

5.2.2 Kommersiell holdbarhetsgaranti

5.2.2.1 Gjeldende rett

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

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

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

Markedsføringsloven § 23 regulerer krav til garantivilkår i forbrukerforhold. Her er det krav til hvilke opplysninger som skal gis i garantivilkårene, blant annet om garantiens innhold, vilkår, lengde og at garantien kommer i tillegg til lovbestemte rettigheter. Det står også at dersom markedsføringen forut for avtaleinngåelsen er rettet til norske forbrukere, skal garantivilkårene være utformet på norsk. Garantivilkårene skal videre utleveres til forbrukeren på et varig medium senest ved levering av ytelsen.

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

5.2.2.2 Endringsdirektivet

Artikkel 2 nr. 1 endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 ved å innta en definisjon av «kommersiell holdbarhetsgaranti» i nytt nr. 14a. «Kommersiell holdbarhetsgaranti» defineres som:

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

Definisjonen viser altså til artikkel 17 og 14 i forbrukerkjøpsdirektivet ((EU) 2019/771). Forbrukerkjøpsloven § 29 (retting og omlevering – avhjelp) og § 30 (gjennomføring av avhjelp) ble ved endringslov 16. juni 2023 nr. 60 endret for å være i overensstemmelse med disse bestemmelsene. Se omtale under punkt 11.3 i Prop. 49 LS (2022–2023).

I fortalen punkt 26 står følgende:

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

5.2.2.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 3 og angrerettloven § 5 bokstav p.

5.2.2.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget om å innta en definisjon av begrepet «kommersiell holdbarhetsgaranti» i avtaleloven § 38 andre ledd nr. 3 og angrerettloven § 5 bokstav p. Instansene foreslår imidlertid å bruke begrepet «garanti for holdbarhet ved normal bruk» eller «holdbarhetsgaranti» i stedet for «kommersiell holdbarhetsgaranti», og viser til at dette allerede er innarbeidet i forbrukerlovgivningen.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa viser til at det i endringsdirektivet artikkel 2 (1) bokstav 14a fremgår at holdbarhetsgarantien innebærer at produsenten påtar seg å reparere eller omlevere varen i samsvar med artikkel 14 i forbrukerkjøpsdirektivet, som er gjennomført i forbrukerkjøpsloven §§ 29 og 30. Instansene mener at definisjonen med fordel kan henvise til de nevnte bestemmelsene i forbrukerkjøpsloven for å sikre at avhjelpen som følger av holdbarhetsgarantien også gjennomføres uten kostnad, urimelig ulempe og innen rimelig tid for forbrukeren.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa forstår definisjonen av kommersiell holdbarhetsgaranti slik at det kun er i de tilfellene hvor den kommersielle garantien gjelder for hele varen, garantien er gratis og har en lengde som er lengre enn den lovbestemte reklamasjonsretten, at den skal fremgå av den harmoniserte etiketten. Det vil si at det kan foreligge en holdbarhetsgaranti som ikke oppfyller disse kriteriene og som dermed ikke skal fremgå av etiketten. Høringsinstansene mener dette bør tydeliggjøres i forarbeidene.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa mener videre at definisjonen av kommersiell holdbarhetsgaranti av pedagogiske hensyn også bør inntas i forbrukerkjopsloven.

5.2.2.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

«Garanti» er som nevnt i punkt 5.2.2.1 definert i markedsføringsloven § 5 bokstav e, og anvendt i markedsføringsloven § 23 og i forbrukerkjopsloven § 18 a. Både kommersiell garanti og kommersiell holdbarhetsgaranti er garantier som går utover den lovbestemte ansvarsperioden for at varene skal være kontraktsmessige, og som produsent eller andre yter frivillig. «Kommersiell holdbarhetsgaranti» er snevrere enn «kommersiell garanti», og gjelder kun en vares holdbarhet, altså tidsrommet en vare ved normal bruk vil opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse.

Dersom en vare ikke opprettholder sine nødvendige funksjoner og ytelser i dette tidsrommet, har produsenten som har gitt holdbarhetsgarantien, plikt til å sørge for reparasjon eller omlevering av varene i samsvar med artikkel 14 i forbrukerkjopsdirektivet, som altså er gjennomført i §§ 29 og 30 i forbrukerkjopsloven. Det stilles spesielle krav til hvordan den næringsdrivende skal informere forbrukeren om eksistensen av kommersiell holdbarhetsgaranti som er gratis, til forskjell fra kommersiell garanti som ikke gjelder holdbarhet, se punkt 5.5 nedenfor om harmonisert melding og harmonisert etikett. Departementet foreslår at «kommersiell holdbarhetsgaranti» defineres i avtaleloven og angrerettloven, slik at uttrykket klargjøres.

Det kan stilles spørsmål om «kommersiell holdbarhetsgaranti» også bør defineres i forbrukerkjopsloven § 18 a, eventuelt et annet sted i forbrukerkjopsloven, f.eks. som ny § 18 b. Departementet har imidlertid i denne omgang valgt å kun fokusere på lovendringer som er nødvendige for å gjennomføre endringsdirektivet på en korrekt måte.

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

5.2.3 Holdbarhet

5.2.3.1 Gjeldende rett

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

5.2.3.2 Endringsdirektivet

Artikkel 2 nr. 1 endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 ved å innta en definisjon av «holdbarhet» i nytt nr. 14b. Definisjonen viser til definisjonen av holdbarhet i artikkel 2 nr. 13 i forbrukerkjopsdirektivet. Holdbarhet er der definert som:

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

5.2.3.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 4 og angrerettloven § 5 bokstav q.

5.2.3.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget om å innta en definisjon av begrepet «holdbarhet» i avtaleloven og angrerettloven, men har bemerkninger knyttet til ulikhetene i definisjonen av begrepet i markedsføringsloven § 5 bokstav l og angrerettloven § 5 bokstav q og avtaleloven § 38 a nytt andre ledd nr. 4, se nærmere omtale i punkt 4.2.12.

5.2.3.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Spørsmålet om å gjennomføre definisjonen av holdbarhet ble vurdert i forbindelse med gjennomføringen av nytt forbrukerkjopsdirektiv ((EU) 2019/771) i norsk rett, se Prop. 49 LS (2022–2023). Definisjonen ble ikke inntatt i forbrukerkjopsloven. Forslaget om å innta definisjonen av «kommersiell holdbarhetsgaranti» i angrerettloven og avtaleloven, se punkt 5.2.2, gjør det mer aktuelt å innta også definisjonen av «holdbarhet» i disse lovene. Det kan være hen-

siktsmessig å få frem at kravet til holdbarhet gjelder ved normal bruk. Se også punkt 4.2.12, der det foreslås å definere «holdbarhet» i markedsføringsloven § 5.

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

I høringssvaret fra Forbrukertilsynet og Forbruker Europa fremgår det at ordlyden i angrerettloven og avtaleloven er noe ulik definisjonen i markedsføringsloven. Departementet har justert ordlyden i angrerettloven og avtaleloven slik at ordlyden i de tre lovene er lik. Ordlyden er lik ordlyden i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 13.

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

5.2.4 Produsent

5.2.4.1 Gjeldende rett

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

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

5.2.4.2 Endringsdirektivet

Artikkel 2 nr. 1 endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 ved å innta en definisjon av «produsent» i nytt nr. 14c. «Produsent» skal her forstås som «produsent» i artikkel 2 nr. 4 i forbrukerkjøpsdirektivet (EU) 2019/771. Der er produsent definert som:

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

5.2.4.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 5 og angrerettloven § 5 bokstav r.

5.2.4.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa er enige med departementet i at det er hensiktsmessig å innta en definisjon av «produsent» i lovteksten. Instansene mener dette er særlig viktig ettersom definisjonen i direktivet også inkluderer importør til EØS, eller enhver som utgir seg for å være produsent ved å påføre varen sitt navn, varemerke eller et annet særlig kjennetegn, da disse i normal dagligtale ikke nødvendigvis vil bli ansett som produsent. Instansene mener videre at dette vil forenkle tolkningen av bestemmelsen.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa mener «person» bør erstattes med «enhver fysisk eller juridisk person», slik det står i den danske versjonen av forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 punkt 4. Dette vil ifølge instansene tydeliggjøre at bestemmelsen ikke bare gjelder fysiske personer, men også juridiske personer.

5.2.4.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen språklige justeringer i ordlyden.

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

Departementet har valgt å endre ordlyden fra «enhver person» til «enhver». Dette skal tydeliggjøre at bestemmelsen gjelder både fysiske og juridiske personer.

Se forslag til avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 5 og angrerettloven § 5 bokstav r.

5.2.5 Reparasjonsscore

5.2.5.1 Gjeldende rett

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

5.2.5.2 Endringsdirektivet

Artikkel 2 nr. 1 endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 ved å innta en definisjon av «reparasjonsscore» i nytt nr. 14d. «Score for reparerbarhet» defineres som:

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

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

5.2.5.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 5 bokstav s og avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 6.

5.2.5.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget om å innta en definisjon av begrepet «reparasjonsscore». Instansene mener departementet bør tydeliggjøre i forarbeidene at informasjonskravet om reparasjonsscore kun gjelder der hvor EU har fastsatt en slik score. Instansene mener videre at departementet bør gjøre det tydelig for både næringsdrivende og forbrukere hvor de på en enkel måte kan gjøre seg kjent med hvilke produkter som har en slik score.

5.2.5.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Begrepet reparasjonsscore er nytt. Det fremgår av direktivets definisjon at scoren baseres på harmoniserte, det vil si samordnede, krav. Det er altså ikke opp til den enkelte produsent eller selger å gi sin vare et terningkast eller lignende. Scoresystemet skal være harmonisert, det vil si at det skal fastsettes på unionsnivå hvordan den enkelte vare skal gis en bestemt score. Dette skal være likt i medlemsstatene, og det er EU som skal fastsette et scoresystem for ulike produkter.

Informasjonskravet om reparasjonsscore gjelder kun der hvor EU har fastsatt en slik score. Per i dag er det, etter hva departementet er kjent med, kun fastsatt scoresystem for *mobillefoner og nettbrett*, jf. EU-kommisjonens delegerte forordning (EU) 2023/1669 om supplerende av europaparlaments- og rådsforordning (EU) 2017/1369 for så vidt gjelder energimerking av smarttelefoner og nettbrett, jf. endring i energimerkeforskriften for produkter § 20 som trådte i kraft 20. juni 2025. Det er Noregs vassdrags- og energidirektorat (NVE) som fører tilsyn med forskriften, og NVE har informasjon om energimerkeforskriften på sine hjemmesider. Det vises også til Kommisjonens spørsmål og svar-dokument publisert 28. november 2025 spørsmål nr. 19, som nevner smarttelefoner og nettbrett.

Departementet foreslår at «reparasjonsscore» defineres i både angrerettloven og avtaleloven.

Se forslag til angrerettloven § 5 bokstav s og avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 6.

5.2.6 Programvareoppdatering

5.2.6.1 Gjeldende rett

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

5.2.6.2 Endringsdirektivet

Artikkel 2 nr. 1 endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 ved å innta en definisjon av «programvareoppdatering» i nytt nr. 14e. «Programvareoppdatering» defineres som:

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

Direktivene definisjonen viser til er EUs digitalytelsesdirektiv og forbrukerkjøpsdirektiv.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

5.2.6.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 7 og angrerettloven § 5 bokstav t.

5.2.6.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget om å innta en definisjon av «programvareoppdatering» i angrerettloven og avtaleloven, men har bemerkninger knyttet ulikhetene i definisjonen av begrepet i henholdsvis markedsføringsloven § 5 bokstav m og angrerettloven § 5 bokstav t og avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 7, se nærmere omtale i punkt 4.2.13. Instansene oppfordrer departementet til å tydeliggjøre forskjellene på definisjonene i forarbeidene.

5.2.6.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

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

Se også omtale av opplysningskrav om programvareoppdateringer i punkt 5.3.6 og 5.4.5.

Se også forslaget til definisjon av «programvareoppdatering» i markedsføringsloven § 5, i punkt 4.2.13. Merk at definisjonen i angrerettloven og avtaleloven har formuleringen «gratis oppdatering», mens definisjonen i markedsføringsloven § 5 gjelder alle programvareoppdateringer.

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

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

5.3.1 Innledning

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

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet gjør enkelte endringer i kravene til forhåndsopplysninger. Mange av endringene i artikkel 5 og 6 er parallelle. Endringene i artikkel 5 behandles i det følgende, mens artikkel 6 behandles nedenfor i punkt 5.4.

Det følger av fortalen punkt 25 at formålet med endringene er å sette forbrukerne i stand til å treffe mer informerte kjøpsbeslutninger, samt å stimulere etterspørselen etter og tilbudet av mer holdbare varer. For å oppnå dette bør forbrukerne gis spesifikke opplysninger om et produkts holdbarhet og reparasjonsmuligheter før avtalen inngås. For varer med digitale elementer bør forbrukerne dessuten informeres om hvor lenge gratis programvareoppdateringer er tilgjengelige. Opplysningene bør gis på en tydelig og forståelig måte og i overensstemmelse med tilgjengelighetskravene i direktiv (EU) 2019/882 (direktiv om tilgjengelighetskrav for varer og tjenester – tilgjengelighetsdirektivet). Forpliktelsene er ment å supplere forbrukernes rettigheter i henhold til direktiv (EU) 2019/770 og (EU) 2019/771 (henholdsvis digitalytelsesdirektivet og forbrukerkjøpsdirektivet).

I høringsnotatet foreslo departementet at endringsdirektivets opplysningskrav gjennomføres i angrerettloven § 8 og avtaleloven § 38 b.

5.3.2 Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd

5.3.2.1 Gjeldende rett

Avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, slik artikkelen lød før endringen i direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet. Bestemmelsen lyder:

«5. den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse,».

5.3.2.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet inntar et punkt om at det skal gis en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at varer skal være kontraktsmessige etter forbrukerkjøpsdirektivet. Opplysningene skal vises ved bruk av en harmonisert melding. Formålet er at forbrukerne skal kjenne til hvilke rettigheter de har etter forbrukerkjøpsdirektivet.

Artikkel 2 nr. 2 bokstav a endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, slik at det også skal gis påminnelse om de vesentligste elementene i den lovbestemte ansvarsperioden, herunder dens minimumsvarighet på to år som fastsatt i direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet). Denne informasjonen skal gis ved hjelp av en harmonisert melding, se nærmere omtale nedenfor i punkt 5.5.

Bestemmelsen i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e om digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse, er utelatt fra bokstav e, og flyttet til nye bokstaver eb og ec.

5.3.2.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 b første ledd endret nr. 5. I høringsnotatet ble det foreslått følgende ordlyd:

«5. den rettslige garantien for at varene er kontraktsmessige, hovedelementene i den, herunder at garantien har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven. Opplysningene skal

vises på en framtreddende måte ved bruk av en harmonisert melding. Departementet kan i forskrift gi bestemmelser om innholdet i, utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen.»

I høringsnotatet ble det anvendt den foreløpige norske oversettelsen, som brukte ordlyden «den rettslige garantien for samsvar». Dette ble senere endret i ny norsk oversettelse til «den lovbestemte ansvarsperioden for at varer skal være kontraktsmessige».

5.3.2.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget til ny avtalelov § 38 b første ledd. Instansene mener det er viktig at opplysningskravene lovfestes for å sikre at forbrukerne settes i stand til å treffe mer informerte kjøpsbeslutninger, samt å stimulere etterspørselen etter og tilbudet om mer holdbare varer.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa, *Forbrukerrådet* og *Advokatforeningen* har hatt merknad knyttet til bruken av begrepet «rettslig garanti».

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa mener det vil være mer pedagogisk å bruke det innarbeidede uttrykket «reklamasjonsrett» eller «lovbestemt reklamasjonsrett», og viser til at det kan bidra til mer forvirring og uklarhet dersom det benyttes et ord som «rettslig garanti» for det som i forbrukerkjøpsloven omtales som reklamasjon. Høringsinstansene foreslår at ordlyden i ny avtalelov § 38 b første ledd nr. 5 kan være:

«om forbrukerens reklamasjonsrett etter forbrukerkjøpsloven § 27, herunder innholdet i rettigheten og dens varighet på minimum 2 år. Opplysningene skal gis på en fremtreddende måte ved bruk av en harmonisert melding. Departementet kan i forskrift gi bestemmelser om innholdet i, utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen.»

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa bemerker videre at ordlyden i forslagene til gjennomføring av opplysningskravet i avtaleloven og angrettloven avviker noe, og mener det bør være lik ordlyd i begge bestemmelsene. Dette for å hindre uklarheter om hvorvidt begrepene skal forstås ulikt.

Forbrukerrådet er urolige for introduksjonen av begrepet «rettslig garanti», og mener at departementet bør vurdere om ordlyden i den nye avta-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

leloven § 38 b nr. 5 bør ha et innhold som i større grad bruker ord som er i tråd med eksisterende kjøpsrett.

Advokatforeningen mener departementet bør vurdere bruken av ordet «garanti» nærmere, sett opp mot markedsføringslovens definisjon av garanti i § 5 e, krav til garantivilkår i § 23 og forbudet mot villedende markedsføring.

5.3.2.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet, men med enkelte lovtekniske endringer og en noe endret ordlyd. Som nevnt over er også den norske oversettelsen endret ved at «lovbestemt ansvarsperiode» benyttes i stedet for «rettslig garanti». Departementet anser derfor høringsinstansenes bekymring knyttet til formuleringen «rettslig garanti» som løst.

Endringene i forbrukerrettighetsdirektivet innebærer en utvidelse av den næringsdrivendes opplysningsplikt ved at det, ved hjelp av en harmonisert melding, også skal opplyses om hovedelementene i den lovbestemte ansvarsperioden for varers kontraktsmessighet. At meldingen er harmonisert, innebærer at den er standardisert, dvs. ensartet i landene som omfattes av direktivet.

Direktivets opplysningskrav om «lovbestemt ansvarsperiode» med en minimumsvarighet på to år viser til direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet). Etter forbrukerkjøpsdirektivets artikkel 10 nr. 1 skal selgeren være ansvarlig overfor forbrukeren for manglende samsvar på det tidspunktet varene ble levert, og som viser seg innen to år etter dette tidspunktet. «Manglende samsvar» innebærer at varene ikke er kontraktsmessige, dvs. at de har en mangel. Medlemsstatene kan opprettholde eller innføre lengre frister, jf. artikkel 10 nr. 3. Ved gjennomføringen av forbrukerkjøpsdirektivet ble det valgt å beholde lovens reklamasjonsregler i § 27 andre ledd på henholdsvis to år og fem år, jf. Prop. 49 LS (2022–2023) punkt 16.1 og punkt 9.5.

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

«en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at varer skal være kontraktsmessige, og om hovedelementene i denne, herunder at den har en varighet på minst to år som fastsatt i direktiv (EU) 2019/771, vist på en framtreddende måte, ved bruk av

den harmoniserte meldingen omhandlet i artikkel 22a i dette direktivet».

I Danmark valgte departementet ved gjennomføringen av direktiv 2011/83/EU artikkel 6 nr. 1 bokstav l å benytte ordlyden «at købelovens mangelsregler finder anvendelse» i stedet for direktivets ordlyd «eksistensen af en lovbestemt garanti for varernes kontraktmæssighed». Dette er videreført ved gjennomføringen av endringsdirektivet, hvor bestemmelsen har fått følgende ordlyd: «at købelovens mangelsregler finder anvendelse, og de væsentligste elementer ved mangelsreglerne, og oplysningerne gives i henhold til regler fastsat i medfør af stk. 5,». For en nærmere beskrivelse av dansk rett, se Lovforslag nr. L 147 Folketinget 2024-25 s. 23–26.

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

«den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, og om hovedelementene i denne, herunder at ansvarsperioden har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 annet ledd,».

Departementet vurderer at denne begrepsbruken i større grad er i overenstemmelse med forbrukerkjøpslovens terminologi, slik også høringsinstansene har pekt på. Henvisningen til forbrukerkjøpsloven § 27 annet ledd vil også gjøre det enklere å se hva bestemmelsen omhandler, både for forbrukere og næringsdrivende.

Departementet foreslår enkelte justeringer i bestemmelsen. Kravet om at opplysningene etter avtaleloven § 38 b første ledd skal gis på en klar og forståelig måte foreslås av lovtekniske hensyn å flyttes til annet ledd.

Departementet foreslår også å flytte forslaget til avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 andre punktum til tredje ledd. Forskriftshjemmelen foreslås også flyttet til tredje ledd. Departementet vurderer at dette gir en bedre lovteknisk løsning enn forslaget i høringsnotatet.

Se likelydende forslag i angrerettloven § 8 første ledd bokstav l.

Endringene innebærer at avtaleloven § 38 b gjeldende andre og tredje ledd flyttes til § 38 c. Tilsvarende flyttes avtaleloven gjeldende § 38 c til ny § 38 d.

Departementet foreslår også at avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 skal speile kravene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e,

slik at opplysningskravene som ikke lenger fremgår av artikkel 5 nr. 1 bokstav e, flyttes til egne bokstaver i avtaleloven § 38 b første ledd, tilsvarende systemet i direktivet. Se punkt 5.3.4 og 5.3.5 nedenfor.

Se forslag til avtaleloven § 38 b første ledd endret nr. 5 og andre og tredje ledd. Se også forslag til avtaleloven § 38 c og ny § 38 d.

5.3.3 Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti

5.3.3.1 Gjeldende rett

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

5.3.3.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet tilføyer et punkt om at det skal opplyses dersom produsenten har gitt en kommersiell holdbarhetsgaranti. Opplysningene skal gis ved bruk av en harmonisert etikett. Formålet er at forbrukerne enkelt skal kunne identifisere hvilke varer som er dekket av en kommersiell holdbarhetsgaranti, slik at det blir lettere å velge varer som er ment å vare lenger.

Artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 endret bokstav e med nye bokstaver ea, eb, ec og ed. Innholdet i bokstavene eb og ec fremgikk tidligere av artikkel 5 nr. 1 bokstav e.

Det fremgår av forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ny bokstav ea at dersom produsenten tilbyr forbrukeren en kommersiell holdbarhetsgaranti uten ekstra kostnad som gjelder hele varen og har en varighet på mer enn to år, skal opplysningene om dette vises på en fremtredende måte ved bruk av den harmoniserte etiketten i artikkel 22a. Det skal samtidig gis en påminnelse om den lovbestemte ansvarsperioden.

Kommersiell holdbarhetsgaranti er omtalt i direktivets fortale punktene 26-28 og 30-32. Det fremgår av fortalen punkt 26 at produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti er en forpliktelse fra produsenten overfor forbrukeren om en vares holdbarhet. En holdbarhetsgaranti er en forpliktelse fra produsenten overfor forbrukeren om at en vare ved normal bruk vil opprettholde

sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse. Det vises til at mange produktsvikter først oppstår etter at den lovpålagte reklamasjonstiden på to år etter direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet) har gått ut, se fortalen punkt 30. Det poengteres at bruken av en harmonisert etikett om kommersiell holdbarhetsgaranti kun gjelder der denne holdbarhetsgarantien går utover den lovbestemte ansvarsperioden på to år. Det fremgår også at den kommersielle holdbarhetsgarantien bør gjelde hele varen, og ikke kun for bestemte deler av den, slik at det blir lettere for forbrukerne å treffe en informert beslutning når de sammenligner varer før de inngår en avtale.

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

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

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

Det fremgår at etiketten kommer i tillegg til den harmoniserte meldingen som gir forbrukerne en generell påminnelse om den lovbe-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

stemte ansvarsperioden for at varer skal være kontraktsmessige, som gjelder for alle varer i henhold til forbrukerkjøpsdirektivet. Den harmoniserte meldingen bør vises på en fremtredende måte, for eksempel på en iøynefallende måte på en plakat på en vegg i butikken eller ved siden av kassen. Ved nettsalg bør den harmoniserte meldingen vises som en generell påminnelse på nettstedet til den næringsdrivende som selger varer. Det er Kommisjonen som har myndighet til å utforme den harmoniserte etiketten og den harmoniserte meldingen, jf. fortalen punkt 29 og forbrukerrettighetsdirektivet ny artikkel 22a nr. 2 og 4, jf. endringsdirektivet artikkel 2 nr. 5. Kommisjonen fastsatte 25. september 2025 gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om harmonisert melding og etikett, se omtalen nedenfor i punkt 5.3.3.5 og punkt 5.5.

5.3.3.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 6.

5.3.3.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa har bemerket at opplysningskravet om kommersiell holdbarhetsgaranti som er foreslått i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 6 skiller seg noe fra definisjonen av kommersiell holdbarhetsgaranti som er foreslått i avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 3, se nærmere omtale i punkt 5.2.2.4. Det vises til at det kun er den kommersielle holdbarhetsgarantien som er uten ekstra kostnad, som gjelder hele varen og som har en varighet som er lengre enn reklamasjonsretten som det skal opplyses om i den harmoniserte etiketten. Instansene mener det vil være hensiktsmessig dersom forskjellen mellom definisjonen og opplysningskravet tydeliggjøres i forarbeidene til avtaleloven.

5.3.3.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med enkelte lovtekniske endringer.

Avtaleloven inneholder allerede krav om at det skal gis opplysninger om eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse. Kommersielle garantier er altså garantier som kommer i tillegg til den lovbestemte ansvarsperioden for varers kontraktsmessighet, som omtalt under punkt 5.3.2. Nytt i forbrukerrettighetsdirektivet er at

opplysninger om eventuell kommersiell garanti som kun gjelder holdbarhet, som er kostnadsfri for forbrukeren, som dekker hele varen, og som varer lenger enn den lovbestemte ansvarsperioden, skal gis ved hjelp av en harmonisert etikett, se punkt 5.5 nedenfor. Denne etiketten er noe annet enn den harmoniserte meldingen som skal benyttes ved informasjon om den lovbestemte ansvarsperioden for varers kontraktsmessighet, jf. punkt 5.3.2 ovenfor. Den kommersielle holdbarhetsgarantien avviker fra den generelle kommersielle garantien som er regulert i avtaleloven nåværende § 38 b første ledd nr. 5. Denne foreslås flyttet til ny nr. 8 for å følge rekkefølgen i forbrukerrettighetsdirektivet.

Departementet viser også til Kommisjonens gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960, se nærmere omtale i punkt 5.5 nedenfor, hvor *bilag 2* lyder i engelsk oversettelse:

«Harmonised label for *the commercial guarantee of durability*».

I dansk oversettelse heter det:

«Harmoniseret mærke for *den handelsmæssige garanti for holdbarhed*».

I svensk oversettelse heter det:

«*Harmoniserad märkning för den kommersiella hållbarhetsgarantin*».

Norsk oversettelse av forordningen foreligger ikke ennå.

Departementet foreslår å benytte ordlyden «kommersiell holdbarhetsgaranti», og dette harmonerer godt med de nevnte oversettelsene.

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

Departementet foreslår å flytte avtaleloven § 38 b første ledd forslag til ny nr. 6 andre punktum til tredje ledd. Forskriftshjemmelen foreslås også flyttet til tredje ledd. Departementet vurderer at dette gir en bedre lovteknisk løsning enn forslaget i høringsnotatet.

Endringene innebærer at avtaleloven § 38 b gjeldende andre og tredje ledd flyttes til § 38 c. Tilsvarende flyttes avtaleloven gjeldende § 38 c til ny § 38 d.

Se forslag til avtaleloven § 38 b første ledd nr. 6 og andre og tredje ledd. Se også forslag til avtaleloven § 38 c og ny § 38 d.

5.3.4 Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig

5.3.4.1 Gjeldende rett

Etter avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 skal den næringsdrivende før avtale inngås gi opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere kontraktsmessig digitalt innhold og digitale tjenester. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e som før endringsdirektivet lød:

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

Denne artikkelen ble gjennomført i norsk rett ved gjennomføring av moderniseringsdirektivet, se Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 11.3. Som det fremgår av punkt 5.3.2.2 ovenfor, endres forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e, slik at bestemmelsen nå kun regulerer opplysningsplikt om den lovbestemte ansvarsperioden for varers kontraktsmessighet og hovedelementene i denne. Opplysningsplikten om å levere kontraktsmessig digitalt innhold og digitale tjenester, samt om ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier og vilkårene for disse, er flyttet til forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 nye bokstaver eb og ec.

5.3.4.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet flytter gjeldende punkt om opplysningskrav om lovbestemt ansvarsperiode for digitalt innholds og digitale tjenester kontraktsmessighet til et nytt punkt.

Artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer endret artikkel 5 nr. 1 bokstav e i forbrukerrettighetsdirektivet med ny bokstav eb. Det følger av bokstav eb at den næringsdrivende skal gi forbrukerne en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at digitalt innhold og digitale tjenester skal være kontraktsmessige. Bestemmelsen lyder:

«eb) en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at digitalt innhold og digitale tjenester skal være kontraktsmessige,».

Årsaken til at lovbestemt ansvarsperiode for digitalt innhold og digitale tjenester nevnes særskilt, er at digitalt innhold som lastes ned over internett anses å falle utenfor varebegrepet, jf. merknader til avtaleloven § 38 b i Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 11.3, som viser til Ot.prp. nr. 44 (2001–2002) punkt 3.8.11.

5.3.4.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 7.

5.3.4.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa, Forbrukerrådet og Advokatforeningen har hatt merknad knyttet til bruken av begrepet «rettslig garanti» i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5, se nærmere omtale i punkt 5.3.2.4.

5.3.4.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet, men med endret ordlyd i samsvar med forslaget til «lovbestemt ansvarsperiode», se punkt 5.3.2.

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

Departementet har vurdert høringsinstansenes merknad til begrepsbruk, og har som nevnt ovenfor justert ordlyden i samsvar med forslaget til «lovbestemt ansvarsperiode».

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

5.3.5 Opplysninger om ettersalgsservice og kommersielle garantier

5.3.5.1 Gjeldende rett

Som nevnt ovenfor under punkt 5.3.3.1, inneholder avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 krav til at den næringsdrivende skal gi opplysninger til for-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

brukeren om eventuell ettersalgsservice og kommersielle garantier, samt vilkårene for disse.

5.3.5.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet flytter gjeldende punkt om ettersalgsservice og kommersielle garantier til et nytt punkt.

Artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer endret forbrukerrettighetsdirektiv (se punkt 5.3.3.2 ovenfor) artikkel 5 nr. 1 bokstav e med ny bokstav ec. Dersom det er relevant skal den næringsdrivende også gi informasjon om eksistensen av, og betingelsene for, ettersalgsservice og kommersielle garantier. Disse opplysningskravene stod tidligere i artikkel 5 nr. 1 bokstav e, og ble inntatt i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 ved gjennomføring av moderniseringsdirektivet. Se Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 11.3.

5.3.5.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 8.

5.3.5.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter den foreslåtte ordlyden i avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 8, men har innspill til begrepsbruken, se nærmere omtale i punkt 5.2.2.4.

5.3.5.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

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

Departementet har vurdert høringsinstansenes merknad til begrepsbruk, men departementet fastholder ordlyden som ble foreslått i høringsnotatet. Departementet har lagt vekt på en mest mulig direktivnær gjennomføring og på å bruke ordlyden i den norske oversettelsen av endringsdirektivet.

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

5.3.6 Opplysninger om programvareoppdateringer

5.3.6.1 Gjeldende rett

Avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 gjelder krav om at den næringsdrivende skal gi forbrukeren opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, digitalt innhold og digital tjeneste, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e. Det er ingen uttrykkelig krav til opplysninger om programvareoppdateringer.

Etter forbrukerkjøpsloven § 15 fjerde ledd skal selgeren imidlertid sikre at forbrukeren får informasjon om og får levert oppdateringer, herunder sikkerhetsoppdateringer, som er nødvendige for at tingen, omtalt i § 2 første ledd bokstav e, fortsetter å være i samsvar med lovens krav. Forbrukerkjøpsloven § 2 første ledd bokstav e gjelder digitale ytelser som etter kjøpsavtalen skal leveres sammen med en ting, og som er knyttet sammen med tingen på en slik måte at ytelsene er nødvendige for tingens funksjoner. Gjelder avtalen en enkelt levering av en digital ytelse, gjelder selgerens plikter etter første punktum i den tidsperioden som forbrukeren med rimelighet kan forvente ut fra typen og formålet med tingen og den digitale ytelsen og under hensyn til avtalens omstendigheter og art. Gjelder avtalen en løpende levering av den digitale ytelsen, gjelder selgerens plikter etter første punktum så lenge den digitale ytelsen skal leveres, men likevel i minst to år etter leveringen av tingen, jf. bestemmelsens siste punktum.

5.3.6.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet innfører et nytt punkt om opplysninger om programvareoppdateringer for varer med digitale elementer. Formålet er at forbrukerne skal kjenne til hvor lenge produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer, slik at forbrukerne kan treffe mer informerte beslutninger og samtidig fremme konkurransen mellom produsenter når det gjelder holdbarheten av varer.

Artikkel 2 nr. 2 bokstav b supplerer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 med ny bokstav ed. Det fremgår av den nye bokstaven at for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, hvor produsenten eller leverandøren stiller opplysningene til rådighet for den næringsdrivende, skal den næringsdrivende

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

gi forbrukerne informasjon om den minimumsperiode produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer (se definisjon i punkt 5.2.6). Minimumsperioden kan angis enten som en periode eller med henvisning til en konkret dato. Den næringsdrivende er kun forpliktet til å gi slike opplysninger dersom produsenten eller leverandøren har stilt opplysningene til rådighet for den næringsdrivende.

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

5.3.6.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 b første ledd ny nr. 9.

5.3.6.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter departementets forslag til utforming av opplysningskravet for programvareoppdatering, men har hatt merknader knyttet til definisjonen av «programvareoppdatering», se nærmere omtale i punkt 4.2.13.

5.3.6.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen mindre språklige endringer i ordlyden.

Departementet legger til grunn at det er EU-kommisjonens oppfatning at «ettersalgsservice», som er omtalt under punkt 5.3.5, ikke omfatter programvareoppdateringer. Bestemmelsen i direktivet avviker fra forbrukerkjøpsloven § 15 fjerde ledd som gjelder informasjon til forbrukeren om blant annet sikkerhetsoppdateringer. Ny bokstav ed i forbrukerrettighetsdirektivet gjelder

opplysninger om minimumstiden produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer. Det fremgår av endringsdirektivets nye definisjon i forbrukerrettighetsdirektivets artikkel 2 nr. 1 bokstav 14e at programvareoppdatering er en gratis oppdatering, se punkt 5.2.6.

Slik opplysningsbestemmelsen lyder i forbrukerrettighetsdirektivet, fremgår det ikke at opplysningene som gis, skal gjelde gratis oppdateringer. Dette fremgår imidlertid når man sammenholder opplysningsbestemmelsen med definisjonen av «programvareoppdatering» i forslaget til § 38 a nr. 7. Departementet foreslår at kravet til forhåndsopplysninger om programvareoppdateringer gjennomføres i avtaleloven. Se for øvrig forslag til definisjon av «programvareoppdatering» i markedsføringsloven § 5, se punkt 4.2.13.

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

5.3.7 Opplysninger om reparasjonsscore

5.3.7.1 Gjeldende rett og direktivet

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

5.3.7.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet innfører et nytt punkt om opplysninger om reparasjonsscore. Formålet er å gi forbrukerne mulighet til å treffe en informert kjøpsbeslutning og velge varer som er lettere å reparere.

Artikkel 2 nr. 2 bokstav c legger til en ny bokstav i i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1. Etter bokstav i skal den næringsdrivende gi forbrukeren opplysninger om varenes «score for reparerbarhet» (se definisjon i punkt 5.2.5), der dette er relevant.

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

5.3.7.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 10.

5.3.7.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter departementets forslag til utforming av opplysningskravet for reparasjonsscore, men har hatt bemerkninger knyttet til definisjonen av «reparasjonsscore», se nærmere omtale i punkt 5.2.5.4. Instansene mener departementet bør tydeliggjøre i forarbeidene at informasjonskravet om reparasjonsscore kun gjelder der hvor EU har fastsatt en slik score. Instansene mener videre at departementet bør gjøre det tydelig for både næringsdrivende og forbrukere hvor de på en enkel måte kan gjøre seg kjent med hvilke produkter som har en slik score.

5.3.7.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

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

Som nevnt i punkt 5.2.5.5 ovenfor, gjelder informasjonskravet om reparasjonsscore kun der hvor EU har fastsatt en slik score. Per i dag er det, etter hva departementet er kjent med, kun fastsatt scoresystem for *mobiltelefoner og nettbrett*, jf. EU-kommisjonens delegerte forordning (EU) 2023/1669 om supplerende av europaparlaments- og rådsforordning (EU) 2017/1369 for så vidt gjelder energimerking av smarttelefoner og nettbrett, jf. endring i energimerkeforskriften for produkter § 20 som trådte i kraft 20. juni 2025. Det antas at flere varer vil bli lagt til etter hvert. Det er Norges vassdrags- og energidirektorat (NVE) som fører tilsyn med forskriften, og NVE har informasjon om energimerkeforskriften på sine hjemmesider.

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

5.3.8 Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.

5.3.8.1 Gjeldende rett

I dag er det ingen rettslige krav til produsent eller selger om å gi opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.

5.3.8.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet innfører et punkt om opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger. Formålet er å sikre at forbrukerne er velinformerte om reparasjonsmulighetene for de varene de kjøper, i tilfeller hvor det ikke er fastsatt en score for varens reparasjonsmuligheter.

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

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

5.3.8.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 11.

5.3.8.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter den foreslåtte utformingen av opplysningsplikten om reservedeler og bruksanvisninger mv.

5.3.8.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen mindre språklige endringer i ordlyden.

Bestemmelsen om reservedeler og bruksanvisninger mv. i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ny bokstav j utfyller bokstav i om reparasjonsscore ovenfor. Departementet foreslår at kravet til forhåndsopplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv. gjennomføres i avtaleloven.

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

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

5.4.1 Opplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer

5.4.1.1 Gjeldende rett

Etter angrerettloven § 8 første ledd bokstav g skal den næringsdrivende gi forbrukeren opplysninger om ordningene for betaling, levering, oppfyllelse, leveringsfrist og hvordan den næringsdrivende håndterer reklamasjoner. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav g, se Prop. 64 L (2013–2014) punkt 7.1 og punkt 3.3.10.

5.4.1.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet inntar et nytt punkt om opplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer der dette tilbys. Formålet er at forbrukerne skal kunne se og velge det mest miljøvennlige leveringsalternativet.

Artikkel 2 nr. 3 bokstav a endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav g ved at det tas inn krav om at det også skal gis forhåndsopplysninger om miljøvennlige leveringsalternativer der dette tilbys. Som eksempler på miljøvennlige leveringsalternativer nevnes i fortalen punkt 37 levering av varer via fraktskykel eller elektriske kjøretøy.

5.4.1.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav g.

5.4.1.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter den foreslåtte utformingen av opplysningsplikten om miljøvennlige leveringsalternativer.

5.4.1.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

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

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

Departementet foreslår også en mindre språklig endring i bokstav k for å harmonere bedre med innledningssetningen til punkttoppstillingen i § 8 første ledd. Se forslag til angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav k.

5.4.2 Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd

5.4.2.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav l gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l. I tillegg til krav om at det skal gis opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere en kontraktsmessig vare, inneholder bokstav l bestemmelser om rettslig forpliktelse til å levere digitalt innhold og digital tjeneste som er kontraktsmessig, dvs. mangelfri. Se Prop. 64 L (2013–2014) punkt 7.1 og punkt 3.3.15 og 3.3.16, og Prop. 50 LS (2022–2023) punkt 11.2 og punkt 8.5.4.

5.4.2.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet inntar et punkt om at det skal gis en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at varer skal være kontraktsmessige. Opplysningene skal vises ved bruk av en harmonisert melding. Formålet er at forbrukerne

skal kjenne til hvilke rettigheter de har etter forbrukerkjøpsdirektivet.

Forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l (avtaler som inngås ved fjernsalg eller salg utenom faste forretningslokaler) gjelder den næringsdrivendes plikt til å gi forbrukeren opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere kontraktsmessige varer, digitalt innhold og digitale tjenester. Endringsdirektivet artikkel 2 nr. 3 bokstav b endrer denne bestemmelsen, slik at det også skal gis en påminnelse om den lovbestemte ansvarsperioden for at varer skal være kontraktsmessige, herunder ansvarsperiodens minimumsvarighet på to år, i samsvar med direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet).

Etter forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 10 nr. 1 skal selgeren være ansvarlig overfor forbrukeren for manglende samsvar på det tidspunktet da varene ble levert, og som viser seg innen to år etter dette tidspunktet. Medlemsstatene kan opprettholde eller innføre lengre frister, jf. artikkel 10 nr. 3. Opplysningene skal gis ved å bruke den harmoniserte meldingen som er omhandlet i forbrukerrettighetsdirektivet ny artikkel 22a, se nærmere omtale i punkt 5.3.2 og punkt 5.5. Bestemmelsene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l om digitalt innhold og digital tjeneste, er utelatt fra bokstav l, og inntatt i ny bokstav lb, se nedenfor under punkt 5.4.4.

5.4.2.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav l.

5.4.2.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet og Forbrukertilsynet og Forbruker Europa har hatt merknad til utformingen av opplysningskravet om rettslig garanti, se nærmere omtale i punkt 5.3.2.4.

5.4.2.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet, men med en noe endret ordlyd som følge av at den norske oversettelsen nå benytter «lovbestemt ansvarsperiode» i stedet for «rettslig garanti». Departementet foreslår også enkelte lovtekniske endringer i bestemmelsen.

Bestemmelsen i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l innebærer at den næringsdrivende skal presisere overfor forbruke-

ren hvor lenge selgeren er ansvarlig for mangler. Det følger av forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd at reklamasjonsfristen er to år etter at tingen ble levert, men dersom tingen eller deler av den ved vanlig bruk er ment å vare vesentlig lenger enn to år, er fristen for å reklamere fem år. Opplysningene skal gis ved bruk av den harmoniserte meldingen. Det fremgår for øvrig av direktivets artikkel 22a nr. 3 om harmonisert melding og harmonisert etikett at den harmoniserte meldingen skal henvise til muligheten for at den lovbestemte ansvarsperioden har lengre varighet etter nasjonal rett, se nærmere omtale i punkt 5.5 nedenfor.

Departementet foreslår at endringene i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l, om opplysningsplikt om den lovbestemte ansvarsperioden for at en vare skal være kontraktsmessig, gjennomføres i angrerettloven. Det vises til drøftelsen ovenfor i punkt 5.3.2.5 om endret ordlyd som er mer i overensstemmelse med forbrukerkjøpslovens terminologi. Det foreslås også at det i lovteksten inntas en henvisning til forbrukerkjøpsloven § 27 annet ledd for å gjøre det klarere for forbrukere og næringsdrivende hva bestemmelsen omhandler. Det foreslås en likelydende ordlyd som i forslaget til avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5.

Departementet foreslår at kravet om at opplysningene skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert melding flyttes til angrerettloven § 8 tredje ledd.

Se forslag til angrerettloven § 8 første ledd bokstav l. Se også forslag til angrerettloven § 8 tredje ledd første punktum.

5.4.3 Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti

5.4.3.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav r pålegger den næringsdrivende å gi forbrukeren forhåndsopplysninger om eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav m.

5.4.3.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet inntar et punkt om at det skal opplyses dersom produsenten har gitt en kommersiell holdbarhetsgaranti. Opplysningene skal da gis ved bruk av en harmonisert etikett. Formålet er at forbrukerne enkelt kan identifisere hvilken vare som er dekket av en kommersiell

holdbarhetsgaranti, slik at det blir lettere å velge varer som er ment å vare lenger.

Som nevnt under punkt 5.4.2 om opplysninger om lovbestemt ansvarsperiode, gjennomfører angrerettloven § 8 første ledd bokstav l forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l. Endringsdirektivet artikkel 2 nr. 3 bokstav b endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l. Endringsdirektivet artikkel 2 nr. 3 bokstav c supplerer endret bokstav l med ny bokstav la.

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

Den kommersielle holdbarhetsgarantien er omtalt i fortalen punktene 26-32. Det vises til at mange produktvikter først oppstår etter at den lovbestemte ansvarsperioden på to år etter direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet) har gått ut. Det poengteres at bruken av et harmonisert merke om kommersiell holdbarhetsgaranti kun gjelder der denne (kommersielle) holdbarhetsgarantien går utover den lovbestemte ansvarsperioden på to år.

Det fremgår også at den kommersielle holdbarhetsgarantien bør gjelde hele varen, og ikke kun for bestemte deler av den, slik at det blir lettere for forbrukerne å treffe en informert transaksjonsbeslutning når de sammenligner varer før de inngår en avtale. Plikten for næringsdrivende som selger varer til å informere forbrukerne om eksistensen og varigheten av en eventuell kommersiell holdbarhetsgaranti som produsenten tilbyr uten ekstra kostnad, gjelder kun dersom produsenten gjør opplysningene tilgjengelig for dem. Den næringsdrivende skal ikke være pålagt å aktivt søke slike opplysninger fra produsenten.

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

Fortalen punkt 28 beskriver hvordan etikett og melding bør vises, se punkt 5.5 nedenfor.

5.4.3.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav m.

5.4.3.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa har hatt merknad til utformingen av opplysningskravet om kommersiell holdbarhetsgaranti, se nærmere omtale i punkt 5.3.3.4.

5.4.3.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet, men med enkelte lovtekniske endringer.

Departementet foreslår at kravet til opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti gjennomføres i angrerettloven. Med «kommersiell holdbarhetsgaranti» menes en for produsenten frivillig garanti, hvis varighet går utover den lovbestemte ansvarsperioden som det også skal opplyses om, jf. angrerettloven § 8 første ledd bokstav l. Opplysningene skal gis ved hjelp av en harmonisert etikett. Denne etiketten har Kommisjonen utformet i en egen gjennomføringsforordning, se punkt 5.5 nedenfor. Departementet foreslår at opplysningskravet inntas i ny bokstav m, slik at rekkefølgen av opplysningskrav blir nærmere rekkefølgen i direktivet, og at innholdet i gjeldende bokstaver forskyves.

Departementet foreslår at kravet om at opplysningene, sammen med opplysningene om den lovbestemte ansvarsperioden, skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert etikett, av lovtekniske hensyn inntas i angrerettloven § 8 tredje ledd.

Departementet har vurdert høringsinstansenes forslag til endret ordlyd, men opprettholder forslaget om direktivnær ordlyd.

Se forslag til angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav m. Se også forslag til angrerettloven § 8 tredje ledd andre punktum.

5.4.4 Opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig

5.4.4.1 Gjeldende rett

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav l pålegger den næringsdrivende å gi forbrukeren opplysninger om den rettslige forpliktelsen til også å levere

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

digitalt innhold og digital tjeneste i samsvar med kontrakt. Bestemmelsen gjennomfører deler av forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l etter endringen som ble gjort ved gjennomføringen av moderniseringsdirektivet, se Prop. 50 LS (2022–2023).

5.4.4.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet flytter gjeldende punkt om lovbestemt ansvarsperiode for digitalt innhold og digitale tjenester til et nytt punkt.

Artikkel 2 nr. 3 bokstav c endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l ved å flytte opplysninger om lovbestemt ansvarsperiode for digitalt innhold og digitale tjenester ut av bokstav l og inn i en ny bokstav lb.

5.4.4.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav l og ny bokstav n.

5.4.4.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen, Forbrukerrådet og Forbrukertilsynet og Forbruker Europa har hatt merknader knyttet til bruken av begrepet «rettslig garanti» i angrerettloven § 8 første ledd bokstav l, m og n, se nærmere omtale i punkt 5.3.2.4.

5.4.4.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet, men med noe endret ordlyd.

Angrerettloven § 8 første ledd bokstav l ble nylig endret ved gjennomføring av moderniseringsdirektivet, se Prop. 50 LS (2022–2023). Ved endringen ble krav til å gi opplysninger om den rettslige forpliktelsen til å levere kontraktsmessig digitalt innhold og digitale tjenester inntatt i bokstav l. Årsaken til at digitalt innhold og digitale tjenester ble spesielt omtalt i direktiv og lov, var at slike ytelser ikke anses dekket av ordet «varer». Bestemmelsen i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav la anses derfor allerede som gjennomført.

Som følge av at artikkel 6 nr. 1 bokstav l i direktivet kun omhandler lovbestemt ansvarsperiode for varer, foreslår departementet at bestemmelsene om lovbestemt ansvarsperiode for digitalt innhold og digitale tjenester også i angrerettloven flyttes ut av bokstav l. Ved at rekkefølgen av

bestemmelsene i angrerettloven om lovbestemt ansvarsperiode er parallelle til rekkefølgen av bestemmelsene i forbrukerrettighetsdirektivet, er det enklere å konstatere at direktivet er korrekt gjennomført, og enklere å gjennomføre eventuelle senere endringer i direktivet. Rettslig sett er bestemmelsen i direktivet artikkel 6 nr. 1 bokstav lb allerede gjennomført ved angrerettloven § 8 første ledd bokstav l.

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

5.4.5 Opplysninger om programvareoppdateringer

5.4.5.1 Gjeldende rett

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

5.4.5.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet innfører et nytt punkt om opplysninger om programvareoppdateringer for varer med digitale elementer.

Artikkel 2 nr. 3 bokstav c supplerer forbrukerrettighetsdirektivet endret artikkel 6 nr. 1 med ny bokstav lc. Det fremgår av den nye bokstaven at for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, skal den næringsdrivende gi forbrukerne informasjon om den minimumsperiode produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer, se definisjon i punkt 5.2.6. Minimumsperioden kan angis enten som en periode eller med henvisning til en konkret dato. Den næringsdrivende er kun forpliktet til å gi slike opplysninger dersom produsenten eller leverandøren har stilt opplysningene til rådighet for den næringsdrivende.

Kravet til opplysninger om programvareoppdateringer skal bidra til at forbrukerne kan treffe mer informerte beslutninger og samtidig fremme konkurransen mellom produsenter når det gjelder holdbarheten av varer med digitale elementer, se fortalen punkt 33. Opplysningene skal formidles til forbrukerne på en enkel og tydelig måte, slik at de har mulighet til å sammenligne ulike minimumsperioder. Bestemmelsen er ikke ment å berøre de forpliktelsene som er fastsatt i EU-retten, nærmere bestemt digitalytelsesdirektivet og

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

forbrukerkjøpsdirektivet (direktiv (EU) 2019/770 og (EU) 2019/771), og, hvor det er relevant, produktspesifikk EU-rett.

Opplysningene om programvareoppdateringer skal gis på en slik måte at det ikke er villedende med hensyn til handelspraksisdirektivet. Det fremgår av definisjonen av programvareoppdateringer at opplysningsplikten gjelder gratis oppdateringer, se punkt 5.2.6.

5.4.5.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav o.

5.4.5.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter den foreslåtte utformingen av opplysningsplikten om programvareoppdatering.

5.4.5.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen mindre språklige endringer i ordlyden.

Departementet foreslår at krav til opplysninger om programvareoppdateringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ny bokstav lc gjennomføres i angrerettloven. Bestemmelsen bedrer forbrukervernet, ved at forbrukeren får praktiske opplysninger om hvor lenge det kan forventes at programvaren kan fungere ved hjelp av gratis tilgjengelige oppdateringer. At det gjelder gratis oppdateringer, følger av definisjonen av programvareoppdatering i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 2 nytt nr. 14e), jf. forslaget i angrerettloven § 5 bokstav t. Merk at definisjonen i angrerettloven og avtaleloven har formuleringen «gratis oppdatering», mens definisjonen i markedsføringsloven § 5 gjelder alle programvareoppdateringer.

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

5.4.6 Opplysninger om reparasjonsscore

5.4.6.1 Gjeldende rett

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

5.4.6.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet innfører et nytt punkt om opplysninger om reparasjonsscore. Formålet er å gi forbrukerne mulighet til å treffe en informert kjøpsbeslutning og velge varer som er lettere å reparere.

Artikkel 2 nr. 3 bokstav d endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved at det føyes til en ny bokstav u. Etter bokstav u skal den næringsdrivende gi forbrukeren opplysninger om varenes «score for reparerbarhet» der dette er relevant, se nærmere om definisjonen av «score for reparerbarhet» i punkt 5.2.5.

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

5.4.6.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav q.

5.4.6.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter den foreslåtte utformingen av opplysningsplikten om reparasjonsscore.

5.4.6.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Departementet foreslår at direktivets bestemmelser om reparerbarhet inntas i norsk rett. Se også forslaget i punkt 5.3.7. Kunnskap om en vares reparasjonsscore før et kjøp gjøres, vil sette miljøbevisste og økonomiske forbrukere i stand til å velge varer som er reparerbare, og dermed unngå å kaste og kjøpe nytt når en vares funksjoner svikter. Krav til å oppgi reparerbarhet vil styrke forbrukervernet ved at forbrukerne kan vurdere en gjenstands mulighet for å bli reparert opp mot pris og andre forhold, før avtale inngås. Systemet skal være objektivt, basert på fastsatte kriterier, og ikke produsents eller selgers subjektive vurdering. Per i dag er det fastsatt system for reparasjonsscore kun for to varer, nemlig *smarttelefoner og nettbrett*. Det antas at flere varer vil bli lagt til etter hvert. Det vises her til omtalen ovenfor i punkt 5.3.7.5.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

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

5.4.7 Opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.

5.4.7.1 Gjeldende rett

I dag er det ingen rettslige krav til produsent eller selger om å gi opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv.

5.4.7.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet innfører et punkt om opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger. Formålet er å sikre at forbrukerne er velinformerte om reparasjonsmulighetene for de varene de kjøper, i tilfeller hvor det ikke er fastsatt en score for varens reparasjonsmuligheter.

Artikkel 2 nr. 3 bokstav d endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved at det føyes til en ny bokstav v. Bokstav v slår fast at dersom det ikke er fastsatt en reparasjonsscore for varen, skal den næringsdrivende, forutsatt at produsenten stiller slike opplysninger til rådighet for den næringsdrivende, gi forbrukeren opplysninger om tilgjengeligheten av, kostnadene ved og prosedyren for bestilling av reservedeler som er nødvendige for å holde varen i kontraktsmessig stand. Der slik informasjon er stilt til rådighet for den næringsdrivende skal den næringsdrivende også gi forbrukeren informasjon om tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsveiledninger, samt opplysninger om eventuelle reparasjonsbegrensninger.

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

5.4.7.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd ny bokstav r.

5.4.7.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter den foreslåtte utformingen av opplysningsplikten om reservedeler og bruksanvisninger mv.

5.4.7.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen mindre språklige endringer i ordlyden.

Departementet foreslår at kravet til forhåndsopplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv. gjennomføres i angrerettloven.

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

5.4.8 Utvidede opplysninger om angrerett

5.4.8.1 Gjeldende rett

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

5.4.8.2 Endringsdirektiv – direktiv (EU) 2023/2673

Endringsdirektiv (EU) 2023/2673 inntar et nytt punkt om opplysninger om den nye digitale angrefunksjonen, slik at forbrukerne er kjent med den.

I artikkel 1 nr. 2 gjøres det endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav h ved at det, hvor det er relevant, også skal gis opplysning om eksistensen og plassering av angrefunksjonen som omhandlet i ny artikkel 11a.

Endringsdirektivet artikkel 1 nr. 7 endrer videre forbrukerrettighetsdirektivet vedlegg 1 A ved å oppdatere malen som næringsdrivende kan benytte for å gi forbrukere informasjon om angreretten. Endringen innebærer at malen vil inneholde informasjon om at forbrukeren kan benytte angreretten ved hjelp av en elektronisk angrefunksjon, jf. ny artikkel 11a. Se punkt 5.6 om angrefunksjonen.

5.4.8.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd endret bokstav h.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

5.4.8.4 Høringsinstansenes syn

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter den foreslåtte utformingen av den utvidede opplysningsplikten om angrerett.

5.4.8.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet med noen lovtekniske endringer.

Departementet foreslår at kravet om at det skal gis informasjon om eksistensen og plasseringen av elektronisk angrefunksjon, jf. § 20 a, av lovtekniske hensyn flyttes til angrerettloven § 8 andre ledd.

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

Departementet vil sørge for at malen som næringsdrivende kan benytte for å informere forbrukere om angreretten, jf. forskrift om opplysningsplikt om angrerett mv. § 2, oppdateres i tråd med endringene i vedlegg 1 A til forbrukerrettighetsdirektivet. Formålet er å gjøre det enklere for næringsdrivende å oppfylle opplysningsplikten i angrerettloven § 8 andre ledd nytt tredje punktum.

Se forslag til angrerettloven § 8 andre ledd tredje punktum.

5.4.9 Særlige krav for fjernsalgsavtaler som inngås elektronisk

5.4.9.1 Gjeldende rett

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

Det fremgår videre av angrerettloven § 16 andre ledd at den næringsdrivende skal påse at forbrukeren uttrykkelig erkjenner at bestillingen medfører en forpliktelse til å betale. Dersom bestillingen utføres ved å aktivere en knapp eller annen funksjon, skal knapp eller funksjon være

merket på en lett leselig måte med «bestilling med forpliktelse til å betale» eller tilsvarende. Dersom disse kravene ikke er fylt, blir forbrukeren ikke bundet av avtalen eller bestillingen, jf. tredje ledd. Reglene i angrerettloven § 16 gjennomfører artikkel 8 nr. 2 i forbrukerrettighetsdirektivet.

5.4.9.2 Endringsdirektivet

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet inntar en ny opplysningsplikt for fjernsalgsavtaler som inngås elektronisk, ved at det også skal informeres om kommersiell holdbarhetsgaranti. Formålet er at forbrukeren før bestilling skal kunne vurdere opplysningen før avtale inngås.

Artikkel 2 nr. 4 utvider kravet til opplysningene som den næringsdrivende skal gi forbrukeren umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen, ved endringer i forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 8 nr. 2 første avsnitt. I tillegg til opplysningene om varenes eller tjenestenes viktigste egenskaper, pris, og avtalens varighet eller minste bindingstid om det er aktuelt, samt vilkår for oppsigelse, skal det informeres om opplysningene i artikkel 6 nr. 1 bokstav la, altså om kommersiell holdbarhetsgaranti.

Opplysningene om kommersiell holdbarhetsgaranti skal gis ved hjelp av en harmonisert etikett. Det fremgår av fortalen punkt 38 at den næringsdrivende tydelig og i fremhevet form, og umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen, skal gjøre forbrukeren oppmerksom på den harmoniserte etiketten, slik at forbrukeren skal kunne ta høyde for opplysningene som fremgår av den før bindende avtale inngås.

5.4.9.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettlov § 16 endret første ledd med ny bokstav m (om kommersiell holdbarhetsgaranti) og bokstav t (som tilsvarende dagens bokstav n om avtalens varighet og bindingstid).

5.4.9.4 Høringsinstansenes syn

Det var ingen høringsinstanser som uttalte seg direkte om forslaget.

5.4.9.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

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

Se forslag til angrerettlov § 16 endret første ledd med ny bokstav m (om kommersiell holdbarhetsgaranti) og bokstav t (som tilsvarende dagens bokstav n om avtalens varighet og bindingstid).

5.5 Harmonisert melding om den lovbestemte ansvarsperioden for kontraktsmessighet, og harmonisert etikett for den kommersielle holdbarhetsgarantien

5.5.1 Gjeldende rett

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

5.5.2 Endringsdirektivet

Endringsdirektivet innfører et nytt krav om at opplysninger om lovbestemt ansvarsperiode og kommersiell holdbarhetsgaranti skal gis ved hjelp av henholdsvis en harmonisert melding og en harmonisert etikett. Formålet med den harmoniserte meldingen er at forbrukerne skal bli minnet om de rettighetene de har etter forbrukerkjøpsdirektivet. Formålet med den harmoniserte etiketten er at forbrukerne enkelt kan identifisere hvilke varer som er dekket av en kommersiell holdbarhetsgaranti, slik at det blir lettere å velge varer som er ment å vare lenger.

Artikkel 2 nr. 5 innfører en ny artikkel 22a i forbrukerrettighetsdirektivet. For å sikre at forbrukerne er velinformerte og lett kan forstå sine rettigheter innenfor hele EU, skal det benyttes en *harmonisert melding* for å formidle opplysninger om eksistensen av den lovbestemte ansvarsperioden for at varer skal være kontraktsmessige som nevnt i artikkel 5 nr. 1 bokstav e og artikkel 6 nr. 1 bokstav l. Tilsvarende skal det benyttes en *harmonisert etikett* for å formidle opplysninger om en kommersiell holdbarhetsgaranti som nevnt i artikkel 5 nr. 1 ny bokstav ea og artikkel 6 nr. 1 ny bokstav la.

Bakgrunnen for kravet om harmonisert melding er, ifølge fortalet punkt 27, at nylige rappor-

ter viser at forbrukere ofte ikke kjenner til sine juridiske rettigheter i henhold til direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet). Artikkel 22a nr. 3 krever derfor at den harmoniserte meldingen skal inneholde de vesentligste elementene i den lovbestemte ansvarsperioden for kontraktsmessighet, herunder dens minimumsvarighet på to år, som fastsatt i forbrukerkjøpsdirektivet, og en generell henvisning til muligheten for at varigheten av den lovbestemte ansvarsperioden for kontraktsmessighet er lengre i henhold til nasjonal lovgivning. Dette skal forhindre at det oppstår forvirring med hensyn til opplysningene om den kommersielle garantien for holdbarhet.

Det nærmere innholdet i og utformingen av den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten skal fastsettes av Kommisjonen senest innen 27. september 2025, jf. artikkel 22a nr. 2 og 4, se omtalen nedenfor. Det er pålagt å referere til minimumsperioden på 2 år i den harmoniserte meldingen, samt at perioden kan være lengre i henhold til nasjonal lovgivning.

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

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

For å unngå at forbrukerne forveksler den kommersielle holdbarhetsgarantien og den lovbestemte ansvarsperioden, bør den harmoniserte etiketten også minne forbrukerne om at de nyter godt av den lovbestemte ansvarsperioden, se fortalet punkt 26.

5.5.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres som nye opplysningspliktregler i angrerettloven § 8 femte ledd nytt andre punktum (opplysningsplikt før avtaleinngåelse) og avtaleloven § 38 b nr. 5 og nr. 6 (informasjonskrav i forbrukeravtaler). Departementet foreslo en forskriftshjemmel i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 og nr. 6 og angrerettloven § 8 femte ledd som gir departementet hjemmel til å gi nærmere bestemmelser om plasseringen og innholdet i harmonisert melding og etikett. Formålet med forskriftshjemlene er at departementet kan inkorporere Kommisjonens gjennomføringsforordning i norsk rett.

5.5.4 Kommisjonens forslag til gjennomføringsforordning

Kommisjonen sendte et forslag til gjennomføringsforordning på høring 30. juni 2025, det vil si etter at høringsnotatet var sendt ut. Justis- og beredskapsdepartementet sendte brev med informasjon om Kommisjonens høring i EU den 11. juli 2025. Brevet ble sendt til samtlige instanser som stod på høringslisten til høringsnotatet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet, slik at instansene var kjent med høringen og kunne gi innspill til Kommisjonen. Justis- og beredskapsdepartementet skrev i brevet at de gjerne mottok kopi av eventuelle innspill som norske aktører sendte til Kommisjonens høring. Justis- og beredskapsdepartementet mottok imidlertid ikke noen høringsvar. Grunnen til at det var Justis- og beredskapsdepartementet som sendte ut forslaget på høring, var fordi reglene om harmonisert melding og etikett berører forbrukerkjøpsdirektivets og forbrukerkjøpslovens regler om reklamasjon.

5.5.5 Høringsinstansenes syn

Forbrukerrådet og Forbrukertilsynet og Forbruker Europa støtter forslaget i høringsnotatet om å innta en forskriftshjemmel i angrerettloven § 8 femte ledd nytt andre punktum og i angrerettloven § 38 b nr. 5 og nr. 6. Forbrukertilsynet og Forbruker Europa oppfordrer for øvrig departementet til å tydeliggjøre i forarbeidene at det kun er den kommersielle garantien som er gratis, lengre enn reklamasjonsfristen og gjelder hele varen, som skal fremgå av den harmoniserte etiketten, se nærmere omtale i punkt 5.2.2.4. Se også i samme punkt omtale av høringssvaret fra Advokatforeningen.

5.5.6 Kommisjonens gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om utformingen av og innholdet i den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten

Kommisjonen vedtok 25. september 2025 gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om utformingen av og innholdet i den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten. Gjennomføringsforordningen ble publisert i Den europeiske unions tidende 2. oktober 2025.

Gjennomføringsforordningen er omtalt i EØS-notatet på regjeringen.no. Her fremgår det at forordningen er til vurdering hos EØS/EFTA-statene, og at den foreløpige vurderingen er at rettsakten er EØS-relevant og antas å være akseptabel.

5.5.7 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet om at forskriftshjemmelen i angrerettloven § 8 utvides til også å hjemle harmonisert melding og harmonisert etikett, samt at det i avtaleloven inntas en tilsvarende forskriftshjemmel i § 38 b. Departementet vil etter stortingsbehandlingen av lovproposisjonen fastsette en forskrift som inkorporerer Kommisjonens gjennomføringsforordning.

EFTA-sekretariatet sendte ut standardskjema med frist for innsendelse fra EØS/EFTA-statene 22. januar 2026. Det er nødvendig å foreta visse EØS-tilpasninger i forbindelse med innlemmelsen av gjennomføringsforordningen i EØS-avtalen.

Det vil i den forbindelse også bli vurdert hvordan informasjonen på landingssiden for QR-koden i den harmoniserte meldingen og etiketten, som viser til Your Europe-portalen, skal tilpasses for EØS/EFTA-statene. Dersom dette arbeidet eventuelt ikke er ferdigstilt før lovendringene i denne lovproposisjonen skal tre i kraft, vil det kunne være aktuelt med utsatt ikrafttredelsesdato for forskriften som gjennomfører gjennomføringsforordningen om harmonisert melding og harmonisert etikett. Det vil da også bli vurdert utsatt ikrafttredelsesdato for opplysningspliktreglene om lovbestemt ansvarsperiode og kommersiell holdbarhetsgaranti i forslaget til angrerettloven § 8 første ledd bokstavene l og m, og i avtaleloven § 38 b første ledd nr. 5 og nr. 6.

Se forslag til angrerettloven § 8 nytt sjette ledd og avtaleloven § 38 b tredje ledd.

5.6 Elektronisk angrefunksjon («angreknapp») – ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet

5.6.1 Gjeldende rett

Næringsdrivende skal på en klar og forståelig måte gi forbrukere forhåndsopplysninger om varen eller tjenesten de ønsker å selge, før avtale inngås. For avtaler som inngås utenfor faste forretningslokaler eller ved fjernsalg skal det også opplyses om det foreligger angrerett, samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten. Den næringsdrivende skal også gi forbrukeren et standard angreskjema. Dette følger av angrerettloven § 8 første ledd bokstav h som gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav h. Angreretten må utøves innen angrefristens utløp ved å gi en melding til den næringsdrivende. Meldingen kan fremsettes ved bruk av utfylt angreskjema eller ved fremsettelse av annen utvetydig erklæring, jf. angrerettloven § 20. Dersom den næringsdrivende gir forbrukeren adgang til å gi meldingen om at vedkommende angrer seg elektronisk, skal den næringsdrivende umiddelbart bekrefte på et varig medium at meldingen er mottatt. Bestemmelsen gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 11.

5.6.2 Direktiv (EU) 2023/2673 om fjernsalg av finansielle tjenester

Direktiv (EU) 2023/2673 av 22. november 2023 inntar en ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet om elektronisk angrefunksjon («angreknapp») for avtaler inngått ved hjelp av et nettbasert grensesnitt (henholdsvis «onlinegrenseflate», «online interface» og «onlinegränssnitt» på dansk, engelsk og svensk). Formålet er å sikre at forbrukerne kan angre på en avtale like enkelt som de kan inngå den.

Direktivet gjelder fjernsalg av finansielle tjenester til forbrukere. Det er tale om et endringsdirektiv som tar inn regler om fjernsalg av finansielle tjenester til forbrukere i forbrukerrettighetsdirektivet (2011/83/EU), samt opphever gjeldende direktiv om fjernsalg av finansielle tjenester (2002/65/EF). Endringsdirektivet er EØS-relevant, og Justis- og beredskapsdepartementet vil sende forslag til gjennomføring av direktivet i norsk rett på høring. Det vises her til omtalen i EØS-notatet på regjeringen.no.

Direktivet artikkel 1 nr. 3 inntar en ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet og gir regler

om utøvelse av angrerett ved fjernsalgsavtaler – herunder avtaler som ikke gjelder finansielle tjenester – inngått ved hjelp av et nettbasert grensesnitt. Bestemmelsen gjelder generelt, ikke bare for finansielle tjenester. Barne- og familiedepartementet er derfor gitt ansvaret for å gjennomføre ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet i norsk rett ved endringer i angrerettloven.

Artikkel 11a gjelder fjernsalg som inngås elektronisk – ved et nettbasert grensesnitt. Bestemmelsen pålegger næringsdrivende å legge til rette for at forbrukeren også kan utøve angreretten ved hjelp av en angrefunksjon. De nærmere kravene til utforming av angrefunksjonen fremgår av artikkel 11a nr. 1 til 5. Direktivet er fullharmonisert, jf. fortalen punkt 4.

Angrefunksjonen skal være merket med ordene «angre avtalen» eller tilsvarende utvetydig formulering på en lett leselig måte. Angrefunksjonen skal være uavbrutt tilgjengelig i hele perioden inntil angrefristen utløper. Den skal ha en fremtredende plass i det nettbaserte grensesnittet og være lett tilgjengelig for forbrukeren.

Det følger av fortalen punkt 37 at et nettbasert grensesnitt f.eks. kan være et nettsted eller en applikasjon. Angrefunksjonen skal sikre at forbrukerne kan angre på en avtale like enkelt som de kan inngå den.

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

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

I henhold til artikkel 11a nr. 2 skal angrefunksjonen gjøre det mulig å angre seg i det nettbaserte grensesnittet, og dermed underrette den næringsdrivende om at forbrukeren ønsker å angre på avtalen. Ved hjelp av en elektronisk angreerklæring skal forbrukeren lett kunne gi eller bekrefte opplysninger om sitt navn, opplysninger som iden-

tifiserer avtalen som forbrukeren ønsker å angre på, og opplysninger om på hvilken elektronisk måte forbrukeren ønsker å få bekreftet at angreretten er benyttet.

Den næringsdrivende skal i henhold til artikkel 11a nr. 3 gjøre det mulig for forbrukeren å sende inn angreerklæringen ved hjelp av en bekreftelsesfunksjon som skal være merket med ordene «Bekreft bruk av angrerett» eller tilsvarende utvetydig formulering. Etter at forbrukeren har aktivert bekreftelsesfunksjonen, skal den næringsdrivende uten unødig forsinkelse sende forbrukeren en kvittering for mottatt bruk av angreretten på et varig medium. Bekreftelsen skal inneholde dato og tidspunktet forbrukeren benyttet angrefunksjonen. Det følger av fortalen punkt 37 at bekreftelsen fra forbrukeren skal motvirke at forbrukeren utøver angreretten utilsiktet.

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

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

5.6.3 Forslaget i høringsnotatet

I høringsnotatet foreslo departementet at endringene i endringsdirektivet gjennomføres i angrerettloven § 8 første ledd bokstav h, § 20 og ny § 20a.

5.6.4 Høringsinstansenes syn

Advokatforeningen har forslag til enkelte språklige justeringer av forslaget for å sikre en mer direktivnær gjennomføring og et bedre lovspråk.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa skriver i sitt hørings svar at mange nettbutikker allerede nå tilbyr muligheten til å benytte seg av angreretten gjennom ulike skjemaer på nettsiden, men instansene ser likevel nytten av at denne muligheten formaliseres og tydeliggjøres. Instansene tolker endringsdirektivet artikkel 11 a slik at bestemmelsen ikke kun er begrenset til å gjelde kjøp gjort via et nettsted, men også via blant annet apper og chatboter. Det vises i denne sammenheng til fortalen punkt 37 hvor det står at dersom den næringsdrivende gir forbrukeren mulighet til å inngå en

avtale om fjernsalg via en onlinegrenseflate, slik som et nettsted eller en applikasjon, bør den næringsdrivende også gi forbrukeren mulighet til å fremsette melding om angreretten via en slik funksjon. Det vises videre til fortalen punkt 15 hvor det fremgår at onlinegrenseflater blant annet kan være chatbots og andre interaktive verktøy. Ifølge høringsinstansene kan det heller ikke utelukkes at bestemmelsen kan gjelde kjøp i spill eller andre lignende onlinegrensesnitt. Dette bør ifølge høringsinstansene presiseres av departementet i forarbeidene til endelig lovforslag.

Advokatforeningen og *Forbrukertilsynet* og *Forbruker Europa* mener at departementet bør vurdere å bruke uttrykket «melding» i stedet for «angreerklæring» i ny angrerettlov § 20a. *Forbrukertilsynet* og *Forbruker Europa* skriver at de ser nytten av en direktivnær ordlyd, men mener likevel at det er viktigere at sammenhengen mellom bestemmelsene i angrerettloven tydeliggjøres, og at innarbeidede ord og begreper videreføres. Det vises i denne sammenheng til at begrepet «melding» benyttes i flere bestemmelser i angrerettloven, blant annet i angrerettloven § 20, og at begrepet «erklæring» tilsvarende er mindre brukt. *Advokatforeningen* mener også at ordet «angremelding» i ny § 20a tredje ledd første setning bør endres til «online angremelding».

Advokatforeningen mener videre at ordet «vedkommende» i ny § 20a tredje ledd bokstav b bør endres til «forbrukeren». Høringsinstansen foreslår også at samme ledd bokstav c formuleres tilsvarende som ordlyden i den svenske versjonen av direktivet.

Forbrukertilsynet og *Forbruker Europa* mener departementet bør vurdere om det kan være pedagogisk å gi et eksempel i ny angrerettlov § 20a fjerde ledd på hva en bekreftelsesfunksjon kan være, og viser til at dette er gjort i gjeldende § 16 om bestillingsknapp eller annen bekreftelsesfunksjon. Ifølge høringsinstansene vil dette gjøre det tydeligere for næringsdrivende og forbrukere hva som forventes av bekreftelsesfunksjonen.

Ifølge *Forbrukertilsynet* og *Forbruker Europa* fremgår det ikke av fortalen punkt 37 at den næringsdrivende er forpliktet til å tilby forbrukeren å angre på kun deler av avtalen, men at næringsdrivende kan velge å tilby dette. Høringsinstansene mener at dette bør presiseres i forarbeidene til bestemmelsen.

Telenor Norge AS (Telenor) støtter ikke departementets forslag. Høringsinstansen stiller spørsmål ved departementets uttalelse i høringsnotatet om at den foreslåtte bestemmelsen om en elektro-

nisk angrefunksjon skal gjelde generelt og ikke bare finansielle tjenester, og viser til at direktiv (EU) 2023/2673 gjelder fjernsalg av finansielle tjenester.

Telenor savner videre en henvisning til dokumentasjon som tydeliggjør hvilke forbrukerutfordringer departementet mener hefter ved gjeldende regelverk, og mener det bør utvises varsomhet med å endre en ordning som fungerer godt, uten et slikt transparent grunnlag. Høringsinstansen oppfatter at dagens løsning, hvor kundene enkelt kan kontakte kundeservice/fylle ut angrerettsskjema ved behov for å angre eller omgjøre en bestilling fungerer effektivt og godt med høy grad av tilgjengelighet, og ser ikke behovet for den foreslåtte bestemmelsen.

Telenor bemerker videre at en plikt til å etablere en digital angreknapp vil medføre betydelige utviklings- og vedlikeholdskostnader, og at det vil være krevende å etablere og forvalte en «personalisert» angrefunksjon.

5.6.5 Departementets vurderinger

Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet, men med en lovteknisk endring og noen mindre språklige justeringer basert på innspillene fra høringsinstansene.

Angrerettloven gjelder avtaler som inngås ved fjernsalg, typisk netthandel, og salg utenom faste forretningslokaler, typisk ved messesalg og dørsalg mv. Fjernsalg kan også foregå på ulike måter, f.eks. per telefon, postordre eller per e-post. Ny artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet om en elektronisk angrefunksjon er kun aktuell for fjernsalg hvor avtalen inngås ved hjelp av et nettbasert grensesnitt. Bestemmelsen gjelder generelt, ikke bare for finansielle tjenester, se direktivets forale punkt 37. Departementet foreslår derfor at bestemmelsen gjennomføres i angrerettloven. De øvrige bestemmelsene i endringsdirektivet om fjernsalg av finansielle tjenester vurderes av Justis- og beredskapsdepartementet, se omtalen i punkt 5.6.2 ovenfor. Angrerettloven § 2 oppstiller unntak fra lovens virkeområde, og etter bokstav f unntas avtaler som omfattes av finansavtaleloven og forsikringsavtaleloven. Forslaget til angrefunksjon i angrerettloven vil dermed ikke omfatte finans- og forsikringsavtaler. Justis- og beredskapsdepartementet vil måtte vurdere hvorvidt angrefunksjon skal innføres i finansavtaleloven og forsikringsavtaleloven i forbindelse med gjennomføring av endringsdirektivet om fjernsalg av finansielle tjenester.

Den nye angrefunksjonen skal gjøre det enklere for forbrukeren å utøve angreretten. Funksjonen innebærer at forbrukeren ikke behøver å returnere et angreskjema eller selv formulere en melding om at vedkommende vil bruke angreretten. Ved en elektronisk angrefunksjon kan meldingen om bruk av angreretten sendes nettstedet (det nettbaserte grensesnittet) der varen eller tjenesten ble kjøpt. Den næringsdrivende må derfor gjøre det enkelt for forbrukeren å finne tilbake til dette nettstedet, enten ved en pålogging (dersom pålogging ble anvendt ved kjøpet) eller på annen måte.

Selv om angrefunksjonen skal gjøre det enklere for forbrukeren å utøve angreretten, innebærer ikke endringen lettelser for den næringsdrivende. Direktivet letter ikke på den næringsdrivendes plikt til å gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angrerett, jf. angrerettloven § 8 første ledd bokstav h, eller plikten til å opplyse om fremgangsmåte for å utøve angrerett, vilkår og tidsfrister. Reglene i angrerettloven § 21 tredje ledd om at manglende opplysninger om angreretten i § 8 første ledd bokstav h forlenger angrefristen med 12 måneder, skal fortsatt gjelde.

Departementet foreslår at forbrukerrettighetsdirektivet ny artikkel 11a gjennomføres i angrerettloven ny § 20 a. Departementet foreslår også at kravene til forhåndsopplysninger om angrefunksjonen gjennomføres i angrerettloven § 8 andre ledd, § 20 andre ledd nytt andre punktum. Departementet foreslår samtidig at kravet om at den næringsdrivende skal gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angreretten (angreskjema) av lovtekniske hensyn flyttes til andre ledd.

Departementet fastholder at det er en plikt etter direktivet å innta en elektronisk angrefunksjon, og at det ikke er nasjonalt handlingsrom til å vurdere dette, jf. innspillet fra Telenor. Det vises her til at endringsdirektivet er fullharmonisert, jf. fortalet punkt 4. Det vises også til at Sverige har foreslått å innta bestemmelsen i sin angrerettlov, jf. lagrådsremiss 30. oktober 2025. Tilsvarende er bestemmelsen i dansk rett gjennomført i forbrugeravtaleloven ved LOV nr 723 af 20/06/2025 om ændring af lov om forbrugeravtaler og lov om forsikringsavtaler (øget forbrugerbeskyttelse ved fjernsalg af finansielle tjenesteydelser).

Når det gjelder innspillet om rekkevidden av begrepet et «nettbasert grensesnitt», viser departementet til at bestemmelsen gjelder fjernsalg som inngås ved hjelp av et nettbasert grensesnitt, jf. artikkel 11a nr. 1. Den engelske oversettelsen lyder «online interface». I fortalet punkt 37 er

eksempler på «nettbasert grensesnitt» nevnt: «f.eks. via et nettsted eller en applikasjon» (på engelsk: «such as through a website or application»). Hva som omfattes av «nettbasert grensesnitt» må tolkes konkret i lys av dette. De nærmere grensene må avklares i praksis.

Forbrukertilsynet og Forbruker Europa peker på at det i fortalen punkt 37 fremgår at den næringsdrivende kan velge å tilby forbrukeren å kun angre på deler av avtalen hvis en forbruker har bestilt flere varer eller tjenester ved samme fjernsalgsavtale, og at dette er frivillig for den næringsdrivende. Departementet leser fortalen på samme måte, jf. at fortalen bruker ordet «kan».

Departementet har vurdert høringsinstansenes innspill til språklige justeringer i ny § 20 a, og foreslår noen mindre språklige justeringer i lovteksten i samsvar med høringsinnspillene. Departementet foreslår blant annet å bruke ordet «melding» i stedet for «angreerklæring» i ny § 20 a for å gjenspeile ordlyden i resten av angrerettloven, slik både Forbrukertilsynet og Forbruker Europa og Advokatforeningen foreslo.

Se forslag til endringer i angrerettloven § 8 andre ledd, § 20 andre ledd nytt andre punktum og ny § 20 a.

6 Utkast til beslutning i EØS-komiteen

Utkastet til beslutning i EØS-komiteen om endring av EØS-avtalen vedlegg XIX (forbrukervern) gjelder innlemmelse i EØS-avtalen av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet.

Gjennomføring av direktivet i norsk rett vil kreve lovendring. Det er dermed nødvendig med Stortingets samtykke til godkjenning av EØS-komiteens beslutning, jf. Grunnloven § 26 andre ledd.

Det er ikke truffet beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse av direktiv (EU) 2024/825 på tidspunktet for fremleggelse av denne proposisjonen. Departementet er kjent med at en slik beslutning kan treffes etter ventet tidspunkt for behandling av denne proposisjonen i Stortinget, eller i tidsrommet mellom fremleggelse av proposisjonen og behandlingen av den i Stortinget. Dersom EØS-komiteens beslutning vedtas før Stortinget har truffet vedtak, vil departementet fremme en egen kongelig resolusjon om deltakelse i EØS-komiteens beslutning.

For å sikre rettsenhet i hele EØS er det viktig at beslutningen kan tre i kraft for EØS/EFTA-statene samtidig som eller så snart som mulig etter at direktivet får anvendelse i EU-statene 27. september 2026. For å unngå at Norge må ta konstitusjonelt forbehold når beslutningen fattes i EØS-komiteen, bes det derfor om Stortingets forhåndssamtykke til innlemmelse av direktivet i EØS-avtalen.

Det forventes ikke vesentlige endringer i den endelige beslutningen i EØS-komiteen, sammenlignet med vedlagte utkast til beslutning. Dersom den endelige beslutningen likevel skulle avvike vesentlig fra utkastet som er vedlagt proposisjonen her, vil saken bli forelagt Stortinget på nytt. Utkastet til beslutning i EØS-komiteen i uoffisiell norsk oversettelse følger som trykt vedlegg til proposisjonen.

Utkastet til beslutning i EØS-komiteen inneholder en fortale og fire artikler.

Artikkel 1 fastsetter at europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825 av 28. februar 2024 skal innlemmes i EØS-avtalens vedlegg XIX nr. 7g (europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF) og 7i (europaparlaments- og rådsdirektiv 2011/83/EU).

Artikkel 2 fastsetter at teksten til direktiv (EU) 2024/825 på islandsk og norsk, som vil bli kunngjort i EØS-tillegget til Den europeiske unions tidende, skal gis gyldighet.

Artikkel 3 fastsetter når beslutningen trer i kraft, som vil være når alle meddelelser etter EØS-avtalens artikkel 103 nr. 1 er inngitt.

Artikkel 4 presiserer at beslutningen skal kunngjøres i EØS-avdelingen av og EØS-tillegget til Den europeiske unions tidende.

7 Økonomiske og administrative konsekvenser

7.1 Innledning

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

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

Endringsdirektivet om fjernsalg av finansielle tjenester til forbrukere, som inntar en ny artikkel 11a om elektronisk angrefunksjon for avtaler som inngås ved hjelp av et nettbasert grensesnitt, er også totalharmonisert. Under forutsetning av at endringsdirektivet innlemmes i EØS-avtalen, er Norge forpliktet til å opprettholde eller innføre nasjonale regler som tilsvarer endringsdirektivets regler.

7.2 Kommisjonens konsekvensanalyse

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

- forbrukerne mangler pålitelig informasjon om produkters bærekraft (bl.a. miljøegenskaper, holdbarhet og muligheter for reparasjon).
- forbrukerne opplever villedende handelspraksis. Eksempler på slik praksis er førtidig produktsvikt, uklare eller udokumenterte ville-

dende miljøpåstander i markedsføring («grønnvasking») og manglende transparens og troverdighet for bærekraftsmerker og tjenester, herunder digitale informasjonsverktøy, som sammenligner produkters bærekraftsegenskaper.

Dette er ikke i samsvar med målet for den «europiske grønne given» om å sette forbrukere i stand til å treffe mer bærekraftige beslutninger, jf. kommisjonsmeldingen av 11. desember 2019. Forbrukernes tillit til opplysninger om miljøegenskaper er redusert. Det forhindrer forbrukerne i å aktivt bidra til den grønne omstillingen. Det er også et problem for seriøse næringsdrivende som tilbyr bærekraftige produkter.

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

Kommisjonen viser også til behovet for felles regelverk. Dersom EU-landene nå innfører forskjellig nasjonal regulering som løsning på de problemene som er beskrevet, risikerer de næringsdrivende unødvendig høye kostnader ved å måtte forholde seg til fragmentert og ulikt regelverk. Konsekvensanalysen viser videre at det i dag ikke tas tilstrekkelig hånd om virkningene for miljøet av ikke-bærekraftige forbruksvalg. Disse problemene søkes løst ved:

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

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

Tilpasningskostnader for europeisk næringsliv anslås til mellom 9,1 og 10,4 milliarder euro. Dette tilsvarer gjennomsnittlige engangskostnader per

næringsdrivende på mellom 556 og 568 euro, etterfulgt av årlige kostnader på mellom 64 og 79 euro i 15 år.

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

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

7.3 Konsekvenser for næringsdrivende

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

Det vises til omtalen av Kommisjonens konsekvensanalyse nevnt i punkt 7.2 ovenfor. Departementet har ikke foretatt tilsvarende analyse for norske næringsdrivende.

Departementet viser til endringsdirektivets fortale punkt 1 hvor det står at dersom man sikrer at miljøpåstander er rimelige, forståelige og pålitelige, vil næringsdrivende kunne operere på like vilkår, mens forbrukerne vil kunne velge produkter som faktisk er bedre for miljøet enn konkurrerende produkter. Det står videre at dette vil oppmuntre til konkurranse som miljømessig gir mer bærekraftige produkter, noe som igjen vil redusere den negative innvirkningen på miljøet. Departementet viser også til Kommisjonens konsekvensanalyse hvor det heter at seriøse næringsdrivende vil oppleve betydelige fordeler som følge av at mindre seriøse konkurrenter vil måtte tilpasse seg bærekraftig handelspraksis. Departementet antar derfor at lov- og forskriftsforslaget vil kunne ha en positiv effekt på konkurransen mellom næringsdrivende, samt være en fordel for seriøse aktører. Departementet antar også at harmoniserte og klarere regler kan føre til større rettsklarhet og reduserte kostnader, særlig for næringsdrivende med virksomhet i flere europeiske land.

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

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

Kommisjonens veiledning til handelspraksisdirektivet har også et eget punkt om miljøpåstander i punkt 4.1.1. Kommisjonen har også publisert en veiledning til forbrukerrettighetsdirektivet. Se også omtalen i punkt 3 ovenfor om Kommisjonens dokument med spørsmål og svar om endringsdirektivet (publisert 28. november 2025).

Departementet viser til at forslaget vil berøre alle næringsdrivende som benytter miljøpåstander mv. i sin markedsføring overfor forbrukere, samt alle næringsdrivende som selger varer og tjenester til forbrukere. Det antas at kostnader til innrettelse av de nye reglene vil være relativt beskjedne.

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

Departementet viser til at Forbrukertilsynet har hjemmel til blant annet å ilegge overtredelsesgebyr for brudd på markedsføringsloven §§ 6 til 9 samt svartelisten, jf. markedsføringsloven § 42. Forbrukertilsynet kan også ilegge overtredelsesgebyr for visse bestemmelser i angrerettloven, jf. angrerettloven § 29, samt brudd på avtaleloven § 38 b, jf. avtaleloven § 38 c andre ledd. Dette forutsetter at vilkårene for overtredelsesgebyr er oppfylt, det vil si at overtredelsen anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, og overtredelsen har skjedd forsettlig eller uaktsomt, jf. markedsføringsloven § 42, angrerettloven § 29 og avtaleloven § 38 c. Departementet har, med hjemmel i blant annet nevnte lovbestemmelser, gitt forskrift om nærmere regler om utmåling av overtredelsesgebyr, se forskrift 14. februar nr. 193 om utmåling av tvangsmulkt og overtredelsesgebyr.

Telenor skriver i sitt høringssvar at en plikt til å etablere en digital angreknapp vil medføre betydelig utviklings- og vedlikeholdskostnader. Instansen skriver:

«En «personalisert» angrefunksjon er kreven-
de å etablere samt å forvalte. Med «perso-
nalisert» angrefunksjon menes at om kunden
får synlig en angreknapp/-funksjon eller ikke,
er avhengig av når kjøp er gjort av den enkelte
kunde, dvs. angreknappen følger kundens spe-
sifikke angrerettperiode. En personalisert
funksjon, slik som foreslått, vil kunne kompli-
sere ordningen i praksis for kunden.»

Departementet merker seg høringssvaret fra *Telenor* og er enig i at forslaget vil kunne medføre visse økonomiske og administrative konsekvenser for næringsdrivende. Departementet antar imidlertid at det i hovedsak er snakk om utviklingskostnader. Departementet viser også til at *Forbrukertilsynet* og *Forbruker Europa* i sitt høringssvar skriver at mange nettbutikker allerede nå tilbyr muligheten til å benytte seg av angreretten gjennom ulike skjemaer på nettsiden. Departementet viser også til at endringsdirektivet om fjernsalg av finansielle tjenester, som innfører den nye artikkel 11a i forbrukerrettighetsdirektivet om digital angreknapp, er totalharmonisert og at Norge er forpliktet til å innføre bestemmelsen i angrerettloven.

Kommisjonens gjennomføringsforordning om harmonisert melding og etikett får økonomiske og administrative konsekvenser ettersom de næringsdrivende må benytte den harmoniserte meldingen på salgsstedet og, dersom de næringsdrivende tilbyr en kommersiell garanti om holdbarhet, må den næringsdrivende benytte den harmoniserte etiketten på varen som garantien gjelder. Det følger av endringsdirektivet artikkel 2 nr. 5, som inntar ny artikkel 22a i forbrukerrettighetsdirektivet, at den harmoniserte meldingen og etiketten skal være lett gjenkjennelig og forståelig for forbrukerne og lette å bruke og reproducere for næringsdrivende, jf. artikkel 22a nr. 5. Etter som det er tale om en harmonisert melding som det skal være enkelt å benytte på salgsstedet og/eller i nettbutikk, og ettersom det er tale om en påminnelse om de reklamasjonsrettighetene som forbrukerne allerede har i norsk rett etter forbrukerkjøpsloven, antar departementet at meldingen ikke vil medføre særlig store økonomiske og administrative konsekvenser for næringsdrivende.

Hva gjelder den harmoniserte etiketten, vil det kun være aktuelt å bruke den når produsenten velger å tilby en kommersiell holdbarhetsgaranti uten ekstra kostnad som gjelder for hele varen. Etiketten skal da benyttes til å informere forbrukerne om denne holdbarhetsgarantien. Ettersom etiketten er harmonisert og ment å være enkel å benytte, antar departementet at etiketten ikke vil medføre særlig store økonomiske og administrative konsekvenser for næringsdrivende som velger å gi en kommersiell holdbarhetsgaranti.

7.4 Konsekvenser for forbrukere

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

Den nye elektroniske angrefunksjonen i angrerettloven § 20 a vil gjøre det lettere for forbrukerne å benytte angreretten ved fjernsalg som inngås ved hjelp av et nettbasert grensesnitt.

7.5 Konsekvenser for det offentlige

I høringen av Kommisjonens direktivforslag i 2022 pekte Forbrukertilsynet på at forslaget i stor grad kodifiserer gjeldende rett, og at de foreslåtte endringene ikke vil få store konsekvenser for næringsdrivende. Forbrukertilsynet viste til at det for håndhevingsmyndighetene trolig vil bli enklere å håndheve villedende og/eller udokumentert bruk av klima- og miljøpåstander i markedsføring. Plasseringen av flere av reglene i forskriften om urimelig handelspraksis (svartelisten) vil lette Forbrukertilsynets tilsynsarbeid, da det ikke nødvendigvis vil kreve omfattende konkrete vurderinger å konstatere lovbrudd i en del typetil-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

feller som i dag kan være ressurskrevende å undersøke. Departementet slutter seg til Forbrukertilsynets vurdering.

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

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

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

Departementet legger til grunn at Forbrukertilsynet vil gi næringsdrivende nettbasert veiledning ved å oppdatere sin veileder på hjemmesiden om bærekraftspåstander. Forbrukertilsynet vil også kunne svare på henvendelser fra næringsdrivende og forbrukere.

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

Etter departementets vurdering vil lovforslaget isolert sett ikke medføre økonomiske og

administrative konsekvenser av vesentlig betydning for Forbrukertilsynet eller Markedsrådet. Det legges til grunn at Forbrukertilsynet kan føre tilsyn med de nye reglene innenfor gjeldende budsjettramme. Endring i forventninger om volum på Forbrukertilsynets tilsynsaktivitet vil på ordinær måte være et prioriterings- og budsjettspørsmål. Det samme gjelder for de forskriftsendringene som er omtalt i proposisjonen og som departementet vil fastsette etter at Stortinget har behandlet proposisjonen.

7.6 Konsekvenser for miljøet

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

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

8 Merknader til lovforslaget

8.1 Markedsføringsloven

Til § 5

Bokstav e endres ved at punktum erstattes med komma, fordi det føyes til flere definisjoner.

Bokstav f definerer begrepet «miljøpåstand». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «miljøpåstand» i artikkel 2 nr. 1 bokstav o. Se de generelle merknadene punkt 4.2.7.

Bokstav g definerer begrepet «generell miljøpåstand». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «generell miljøpåstand» i artikkel 2 nr. 1 bokstav p. Se de generelle merknadene punkt 4.2.8.

Bokstav h definerer begrepet «bærekraftsmerke». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «bærekraftsmerke» i artikkel 2 nr. 1 bokstav q. Se de generelle merknadene punkt 4.2.9.

Bokstav i definerer begrepet «sertifiseringsordning». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «sertifiseringsordning» i artikkel 2 nr. 1 bokstav r. Se de generelle merknadene punkt 4.2.10.

Bokstav j definerer begrepet «anerkjente fremragende miljøprestasjoner». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» i artikkel 2 nr. 1 bokstav s. Bestemmelsen vil blant annet omfatte det nordiske miljømerket Svanen og EUs miljømerke EU Ecolabel. Se de generelle merknadene punkt 4.2.11.

Bokstav k definerer begrepet «holdbarhet». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «holdbarhet» i artikkel 2 nr. 1 bokstav t, som viser til artikkel 2 nr. 13 i direktiv (EU) 2019/771 (forbrukerkjøpsdirektivet). Se de generelle merknadene punkt 4.2.12.

Bokstav l definerer begrepet «programvareoppdatering». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «programvareoppdatering» i artikkel 2 nr. 1 bokstav u. Merk at «programvareoppdatering» er definert noe annerledes i forslaget til angrerettloven § 5 bokstav t og avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 7, hvor sistnevnte definisjoner bare gjelder «gratis» programvareoppdatering. Se de generelle merknadene punkt 4.2.13.

Bokstav m definerer begrepet «forbruksvare». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «forbruksvare» i artikkel 2 nr. 1 bokstav v. Se de generelle merknadene punkt 4.2.14.

Bokstav n definerer begrepet «funksjonalitet». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 1 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet ved å innta en definisjon av «funksjonalitet» i artikkel 2 nr. 1 bokstav w. Se de generelle merknadene punkt 4.2.15.

Til § 7 første ledd

Til bokstav b

Bokstav b om ytelsens hovedegenskaper utvides med «miljøegenskaper eller sosiale egenskaper», og «aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller mulighet for materialgjenvinning».

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU)

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

2024/825) artikkel 1 nr. 2 bokstav a, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav b ved å føye til nye eksempler i listen over hvilke produktegenskaper det ikke skal villedes om. Se de generelle merknadene punkt 4.3.

Til § 7 andre ledd

Til bokstav b

Endringen består i å fjerne punktum, fordi det føyes til nye bokstaver.

Til bokstav c

Bokstav c er ny og slår fast at en handelspraksis er villedende dersom det framsettes en miljøpåstand knyttet til framtidige miljøprestasjoner uten å oppfylle nærmere krav til gjennomføringsplan.

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 2 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 ved å legge til en ny bokstav d om fremsettelse av en miljøpåstand knyttet til fremtidige miljøprestasjoner. Se de generelle merknadene punkt 4.4.

Til bokstav d

Bokstav d er ny og slår fast at en handelspraksis er villedende dersom det markedsføres irrelevante fordeler.

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 2 bokstav b, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 6 nr. 2 ved å legge til en ny bokstav e om markedsføring av irrelevante fordeler. Se de generelle merknadene punkt 4.4.

Til § 8 syvende ledd

Nytt *syvende ledd* angir hvilke opplysninger som skal anses som vesentlige opplysninger dersom en næringsdrivende leverer en tjeneste som sammenligner produkter og gir forbrukeren opplysninger om bærekraftsegenskaper og sosiale egenskaper. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 1 nr. 3, som endrer handelspraksisdirektivet artikkel 7 ved å legge til et nytt punkt nr. 7 om sammenligningstjenester. Se de generelle merknadene punkt 4.5.

8.2 Angrerettloven

Til § 2 bokstav i

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

Til § 5

Til bokstav o

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

Til bokstav p

Bokstav p definerer begrepet «kommersiell holdbarhetsgaranti».

Kommersiell holdbarhetsgaranti avviker fra annen kommersiell garanti, ved at opplysninger om kommersiell garanti for holdbarhet skal gis ved bruk av en harmonisert etikett. Annen kommersiell garanti er ikke definert i loven, men er anvendt i opplysningsbestemmelsen i § 8 første ledd bokstav r, som foreslås flyttet til ny bokstav p.

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «kommersiell holdbarhetsgaranti» i artikkel 2 nr. 14a.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.2 og 5.5.

Til bokstav q

Bokstav q definerer begrepet «holdbarhet». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «holdbarhet» i artikkel 2 nr. 14b. Definisjonen i forbrukerrettighetsdirektivet nr. 14b henviser til definisjonen av «holdbarhet» i forbrukerkjøpsdirektivet artikkel 2 nr. 13. Gjennomføringsbestemmelsen har derfor tilsvarende ordlyd som definisjonen av «holdbarhet» i sistnevnte direktiv. Se de generelle merknadene punkt 5.2.3.

Til bokstav r

Bokstav r definerer «produsent». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

ved å innta en definisjon av «produsent» i artikkel 2 nr. 14c.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.4.

Til bokstav s

Bokstav s definerer begrepet «reparasjonsscore». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «reparasjonsscore» i artikkel 2 nr. 14d.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.5.

Til bokstav t

Bokstav t definerer begrepet «programvareoppdatering». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «programvareoppdatering» i artikkel 2 nr. 14e. Se likelydende definisjon i forslaget til avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 7. Merk at definisjonen avviker noe fra definisjonen av «programvareoppdatering» i markedsføringsloven § 5 bokstav l som gjelder alle programvareoppdateringer, ikke bare de som er gratis.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.6.

Til § 8 første ledd

Til bokstav g

Bokstav g endres ved at forbrukeren også skal gis informasjon om miljøvennlige leveringsalternativer der dette er tilgjengelig. Endringen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstav a, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav g ved å stille krav til informasjon om miljøvennlige leveringsalternativer der dette er tilgjengelig.

Se de generelle merknadene punkt 5.4.1.

Til bokstav h

Kravet om at den næringsdrivende skal gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angrerett (angreskjema) flyttes til angrerettloven § 8 andre ledd første punktum.

Til bokstav k

Ordlyden i bokstav k endres for å harmonere bedre med innledningssetningen til punktoppstillingen.

Til bokstav l

Bokstav l endres ved at forbrukeren skal gis opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for en vares kontraktsmessighet og om hovedelementene i denne. Endringen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstav b, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav l ved å stille krav om at det skal gis opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for en vares kontraktsmessighet og om hovedelementene i denne.

Kravet om å gi opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for digitalt innholds og digitale tjenesters kontraktsmessighet er flyttet ut av bestemmelsen, se bokstav n. Kravets varighet på minst to år henger sammen med kravet i forbrukerkjøpsdirektivet ((EU) 2019/771) som er gjennomført i forbrukerkjøpsloven.

Se de generelle merknadene punkt 5.4.2.

Til bokstav m

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstav c, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren skal gis opplysninger om en produsents eventuelle kommersielle holdbarhetsgaranti i ny bokstav la. Kommersiell holdbarhetsgaranti er definert i § 5 bokstav p.

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

Se de generelle merknadene punkt 5.4.3.

Til bokstav n

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstav c, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren skal gis opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig i ny bokstav lb. Innholdet i bokstav n er flyttet fra gjeldende bokstav l som gjennomførte moderniseringsdirektivets endringer i forbrukerrettighetsdirektivet

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

artikkel 6 nr. 1 bokstav l. Digitalt innhold og digital tjeneste er definert i angrerettloven § 5 bokstavene i og j.

Se de generelle merknadene punkt 5.4.4.

Til bokstav o

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstav c, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren gis opplysninger om perioden produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer i ny bokstav lc. Plikten for den næringsdrivende til å gi opplysninger om minimumsperioden programvareoppdateringer leveres, forutsetter at produsenten eller leverandøren av programvaren har gjort opplysningene tilgjengelig for den næringsdrivende. Det fremgår av definisjonen av programvareoppdateringer i § 5 bokstav t at opplysningskravet gjelder programvareoppdateringer som er gratis.

Se de generelle merknadene punkt 5.4.5.

Til bokstav p

Innholdet tilsvarende tidligere bokstav r om etter-salgsservice og eventuelle kommersielle garantier som gjennomfører forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav m. I forbindelse med gjennomføringen av moderniseringsdirektivet ble innholdet flyttet fra bokstav l til bokstav r. Nå flyttes innholdet til ny bokstav p for å stå etter øvrige bestemmelser om garantier. Merk at det kun er opplysninger om en eventuell kommersiell holdbarhetsgaranti, slik dette er definert i angrerettloven § 5 bokstav p, som skal fremgå av den harmoniserte etiketten.

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

Se de generelle merknadene punkt 5.4.3.5.

Til bokstav q

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstav d, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren, der dette er relevant, skal gis opplysninger om en vares reparasjonsscore i ny bokstav u. Plikten til å opplyse om reparasjonsscore gjelder kun der EU har fastsatt en slik score.

Se de generelle merknadene punkt 5.4.6.

Til bokstav r

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstav d, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren, der bokstav u ikke er relevant, skal gis opplysninger om reserverdeler og bruksanvisninger mv. i ny bokstav v. Bestemmelsen forutsetter at bokstav q ikke er relevant.

Se de generelle merknadene punkt 5.4.7.

Til bokstav s

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

Til bokstav t

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

Til bokstav u

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

Til bokstav v

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

Til bokstav w

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

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Til § 8 andre ledd

Bestemmelsen gjennomfører direktiv (EU) 2023/2673 artikkel 1 nr. 2, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 bokstav h ved å innta et krav om at forbrukeren skal gis opplysninger om eventuell elektronisk angreknapp etter ny artikkel 11a. Artikkel 11a gjennomføres i angre-rettloven ny § 20 a, se nærmere omtale i merknaden til ny § 20 a. Bestemmelsen supplerer opplysningene om angrerett og måter angrerett kan utøves på.

Se de generelle merknadene punkt 5.6.

Til § 8 tredje ledd

Bestemmelsen fastslår at opplysningene etter første ledd bokstav l skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert melding, jf. sjette ledd. Bestemmelsen fastslår videre at opplysningene etter første ledd bokstav m sammen med opplysningene etter første ledd bokstav l skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert etikett, jf. sjette ledd. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 3 bokstavene b og c, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 6 nr. 1 ved å endre bokstav l og tilføye en ny bokstav la.

Til § 8 sjette ledd siste punktum

Bestemmelsen åpner for å fastsette i forskrift kravene til harmonisert melding og harmonisert etikett som Kommisjonen har fastsatt i gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960, jf. direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 5 som inntar en ny artikkel 22a i forbrukerrettighetsdirektivet. At etikett og melding er harmonisert betyr at de skal være like i EU/EØS-området, og dermed enkle å kjenne igjen for forbrukerne. Se de generelle merknadene punkt 5.5.

Til § 16 første ledd

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

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU)

2024/825) artikkel 2 nr. 4, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 8 nr. 2 første avsnitt.

Se de generelle merknadene punkt 5.4.9.

Til § 20 andre ledd

Endringene supplerer gjeldende bestemmelse om utøvelse av angrerett med opplysninger om adgang til å utøve angreretten ved hjelp av den elektroniske angrefunksjonen omtalt i § 20 a. At en avtale er inngått elektronisk, og det foreligger en elektronisk angrefunksjon, fratar ikke forbrukeren retten til å utøve angreretten ved bruk av standardisert angreskjema, eller på annen måte. Bestemmelsen gjennomfører direktiv (EU) 2023/2673 artikkel 1 nr. 3, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å tilføye en ny artikkel 11a om elektronisk angrefunksjon.

Se de generelle merknadene punkt 5.6.

Til § 20 a

Bestemmelsen gjennomfører direktiv (EU) 2023/2673 artikkel 1 nr. 3, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å tilføye en ny artikkel 11a om elektronisk angrefunksjon.

Se de generelle merknadene punkt 5.6.

8.3 Avtaleloven

Til § 38 a

Bestemmelsen regulerer kapittelets virkeområde og definisjoner. Dette synliggjøres ved endret overskrift hvor tillegget «og definisjoner» er tatt inn.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.

Til andre ledd

Til nr. 1 og nr. 2

Bestemmelsene viderefører definisjonene av «forbruker» og «næringsdrivende» i avtaleloven § 38 a andre ledd.

Til nr. 3

Bestemmelsen definerer «kommersiell holdbarhetsgaranti». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «kommersiell holdbarhetsgaranti» i artikkel 2 nr. 14a.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.2 og 5.5.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Til nr. 4

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «holdbarhet» i artikkel 2 nr. 14b.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.3.

Til nr. 5

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «produsent» i artikkel 2 nr. 14c.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.4.

Til nr. 6

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «reparasjonsscore» i artikkel 2 nr. 14d.

Se de generelle merknadene punkt 5.2.5.

Til nr. 7

Bestemmelsen definerer «programvareoppdatering». Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 1, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet ved å innta en definisjon av «programvareoppdatering» i artikkel 2 nr. 14e.

Se likelydende definisjon i forslaget til angre-rettloven § 5 bokstav t. Merk at definisjonen avviker noe fra definisjonen av «programvareoppdatering» i markedsføringsloven § 5 bokstav m som gjelder alle programvareoppdateringer, ikke bare de som er gratis. Se de generelle merknadene punkt 5.2.6.

Til § 38 b første ledd

Til nr. 5

Bestemmelsen inneholder krav til opplysninger om lovbestemt ansvarsperiode for at varen er kontraktsmessig.

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstav a, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 bokstav e ved å stille krav om at det skal gis opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for

en vares kontraktsmessighet og om hovedelementene i denne. Etter nr. 5 skal den næringsdrivende gi opplysninger om at det eksisterer en lovbestemt ansvarsperiode for at varen er kontraktsmessig, dvs. mangelfri. Opplysning om at den lovbestemte ansvarsperioden gjelder i minst to år fremgår også av forbrukerkjøpsdirektivet ((EU) 2019/771). To års varighet er et minimum. Der som ansvarsperioden etter nasjonal rett er lenger for den enkelte vare, er det den lengre ansvarsperioden som den næringsdrivende må opplyse om. Opplysninger om eksistensen av den lovbestemte ansvarsperioden skal fremgå ved bruk av en harmonisert melding. Denne meldingen har EU-kommisjonen utarbeidet, jf. omtalen i punkt 5.5.

De gjeldende opplysningskravene om rettslig forpliktelse til å levere kontraktsmessig digitalt innhold og digitale tjenester, eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse, er flyttet ut av nr. 5 til henholdsvis nr. 7 og nr. 8.

Se de generelle merknadene punkt 5.3.2 og 5.5.

Til nr. 6

Bestemmelsen gjelder krav til opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti som er kostnadsfri for forbrukeren.

Bestemmelsen om kommersiell holdbarhetsgaranti i nr. 6 avviker fra kommersiell garanti i nr. 8 som er mer generell, og som ikke skal fremgå av harmonisert etikett. Se omtalen av denne i merknaden til § 38 b tredje ledd og i generelle merknader punkt 5.5.

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstav b, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren skal gis opplysninger om eventuelle kommersielle holdbarhetsgarantier i ny bokstav ea.

Se de generelle merknadene punkt 5.3.3 og 5.5.

Til nr. 7

Bestemmelsen gjelder krav til opplysninger om lovbestemt ansvarsperiode for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig. At ytelsene må være kontraktsmessige, innebærer at de må være mangelfrie. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstav b, som endrer forbrukerrettighetsdirekti-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

vet artikkel 5 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren skal gis opplysninger om den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig i ny bokstav eb. Det materielle innholdet i nr. 7 stod tidligere i nr. 5, men med en noe annen ordlyd.

Se de generelle merknadene punkt 5.3.4.

Til nr. 8

Bestemmelsen gjelder opplysninger om ettersalgsservice og kommersielle garantier. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstav b, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren skal gis informasjon om ettersalgsservice og kommersielle garantier i ny bokstav ec. Endringen i avtaleloven er av redaksjonell art, ved at innholdet er flyttet fra tidligere nr. 5.

Se de generelle merknadene punkt 5.3.5.

Til nr. 9

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstav b, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren skal gis opplysninger om perioden produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer i ny bokstav ed.

Se de generelle merknadene punkt 5.3.6

Til nr. 10

Bestemmelsen gjelder krav til opplysninger om «reparasjonsscore».

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstav c, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren, der dette er relevant, skal gis opplysninger om en vares reparasjonsscore i ny bokstav i. Reparasjonsscore for varer fastsettes i EU.

Se de generelle merknadene punkt 5.3.7.

Til nr. 11

Bestemmelsen gjelder krav til forhåndsopplysninger som skal gis forbrukeren om reservedeler og bruksanvisninger mv. dersom det ikke er utarbeidet en reparasjonsscore for varen, jf. nr. 10. Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styr-

ket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstav c, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved å stille krav om at forbrukeren, der bokstav i ikke er relevant, skal gis opplysninger om reservedeler og bruksanvisninger mv. i ny bokstav j.

Se merknadene til angrerettloven § 8 første ledd bokstav q, og de generelle merknadene punkt 5.3.8.

Til nr. 12–15

Bestemmelsene er flyttet som følge av de nye nr. 5–11.

Til § 38 b andre ledd

Kravet om at opplysningene etter første ledd skal gis på en klar og forståelig måte, såfremt opplysningene ikke allerede fremgår av sammenhengen, er flyttet fra første til andre ledd.

Til § 38 b tredje ledd

Bestemmelsen fastslår at opplysningene etter første ledd nr. 5 skal gis ved hjelp av en harmonisert melding. Bestemmelsen fastslår videre at opplysningene etter første ledd nr. 6 sammen med opplysningene etter første ledd nr. 5 skal gis ved hjelp av en harmonisert etikett.

Bestemmelsen gjennomfører direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825) artikkel 2 nr. 2 bokstavene a og b, som endrer forbrukerrettighetsdirektivet artikkel 5 nr. 1 ved å endre bokstav e og tilføye en ny bokstav ea.

Bestemmelsen inneholder også en hjemmel for departementet til å gi forskrift om innholdet i og utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten. Med dette får Barne- og familiedepartementet forskriftskompetanse til å gjennomføre Kommisjonens gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om utformingen av og innholdet i den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten.

Til § 38 c

Bestemmelsen tilsvare tidligere § 38 b andre og tredje ledd og angir unntak fra opplysningskravene.

Til § 38 d

Bestemmelsen tilsvare tidligere § 38 c om tilsyn.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Barne- og familiedepartementet

t i l r å r :

At Deres Majestet godkjenner og skriver under et framlagt forslag til proposisjon til Stortinget om endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825.

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 markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og vedtak om samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825 i samsvar med et vedlagt forslag.

A Forslag

til lov om endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet)

I

I lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. gjøres følgende endringer:

§ 5 bokstav e og ny bokstav f til n skal lyde:

- e. *garanti*: enhver forpliktelse som den næringsdrivende har påtatt seg overfor forbrukeren i forbindelse med omsetning av varer, tjenester eller andre ytelser som gir forbrukeren rettigheter i tillegg til rettighetene forbrukeren ellers har,
- f. *miljøpåstand*: ethvert budskap eller enhver framstilling som ikke er obligatorisk i henhold til EØS-retten eller nasjonal rett, uansett form, herunder tekst, bilder, grafikk eller symboler, for eksempel etiketter, merkenavn, firmanavn eller produktnavn, i forbindelse med kommersiell kommunikasjon, og som uttrykker eller antyder at en ytelse, en produktkategori, et merke eller en næringsdrivende har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn andre ytelser, produktkategorier, merker eller næringsdrivende, eller har forbedret innvirkningen sin over tid,
- g. *generell miljøpåstand*: enhver miljøpåstand framsatt i skriftlig eller muntlig form, herunder gjennom audiovisuelle medier, som ikke er inkludert på et bærekraftsmerke, og der påstanden ikke er spesifisert på en tydelig og fremtredende måte på samme medium,
- h. *bærekraftsmerke*: ethvert frivillig tillitsmerke, kvalitetsmerke eller tilsvarende, enten offentlig eller privat, som tar sikte på å framheve og markedsføre en ytelse, en prosess eller en virksomhet med henvisning til dets miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller begge deler, og som ikke omfatter obligatoriske merker som er påkrevd etter EØS-retten eller nasjonal rett,
- i. *sertifiseringsordning*: en ordning med tredjepartskontroll som bekrefter at en ytelse, en prosess eller en virksomhet oppfyller visse krav og dermed kan bruke det tilsvarende bærekrafts-

merket, og hvis vilkår, inkludert kravene, er offentlig tilgjengelige og oppfyller følgende kriterier:

1. *Ordningen er på transparente, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår, åpen for alle næringsdrivende som er villige og i stand til å oppfylle ordningens krav.*
2. *Ordningens krav er utarbeidet av eieren av ordningen i samråd med relevante eksperter og berørte parter.*
3. *Ordningen fastsetter prosedyrer for å håndtere manglende oppfyllelse av ordningens krav og inneholder bestemmelser om tilbakekalling eller suspensjon av næringsdrivendes bruk av bærekraftsmerket dersom ordningens krav ikke er oppfylt.*
4. *Tilsyn med at en næringsdrivende oppfyller ordningens krav, er underlagt en objektiv prosedyre og utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er basert på standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på EØS-nivå.*
- j. *anerkjente fremragende miljøprestasjoner*: miljøprestasjoner som er i samsvar med europa-parlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/2010 om EU-miljømerket som er inntatt i norsk rett etter forbrukermerkeloven § 9 første ledd og eventuelle regler gitt i medhold av forbrukermerkeloven § 9 andre ledd, eller som er i samsvar med nasjonale eller regionale ordninger for miljømerking type I i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i EØS-statene, eller de beste miljøprestasjonene i samsvar med annen gjeldende EØS-rett,
- k. *holdbarhet*: evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk,
- l. *programvareoppdatering*: en oppdatering som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitaltelseslovens regler, herunder en sikker-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

hetsoppdatering eller en funksjonalitetsoppdatering,

- m. forbruksvare: enhver komponent i en vare som brukes opp gjentatte ganger og må byttes ut eller etterfylles for at varen skal fungere etter hensikten,*
- n. funksjonalitet: evnen varen har til å utføre sine funksjoner ut fra sitt formål.*

§ 7 første ledd bokstav b skal lyde:

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

§ 7 andre ledd bokstav b og ny bokstav c og d skal lyde:

- b. en vare markedsføres som identisk med en vare som markedsføres i andre EU/EØS-stater, når disse varenes sammensetning eller egenskaper skiller seg vesentlig fra hverandre, med mindre det er begrunnet ut fra legitime og objektive faktorer*
- c. det framsettes en miljøpåstand knyttet til framtidige miljøprestasjoner uten klare, objektive, offentlig tilgjengelige og etterprøvbare forpliktelser fastsatt i en detaljert og realistisk gjennomføringsplan som inkluderer målbare og tidfestede mål og andre relevante elementer som er nødvendige for å underbygge gjennomføringen, slik som tildeling av ressurser, og som regelmessig etterprøves av en uavhengig tredjepartsekspert hvis funn gjøres tilgjengelig for forbrukerne*
- d. det markedsføres fordeler overfor forbrukerne som er irrelevante og ikke følger av noen egenkap ved ytelsen eller virksomheten.*

§ 8 nytt syvende ledd skal lyde:

Dersom en næringsdrivende leverer en tjeneste som sammenligner ytelser og gir forbrukeren opplysninger om miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller om aspekter knyttet til sirkularitet, slik som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller mulighet for materialgjenvinning, for disse ytelsene eller leverandørene av disse ytelsene, skal opplysninger om sammenligningsmetoden, ytelsene som sammenlignes, og leverandørene av ytelsene, samt om tiltakene

som er iverksatt for å holde opplysningene oppdatert, anses som vesentlige opplysninger.

II

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

§ 2 bokstav i skal lyde:

- i. avtaler om pengespill,*

§ 5 bokstav o og ny bokstav p til t skal lyde:

- o. samvirkningsevne: evnen digitalt innhold eller digitale tjenester har til å fungere sammen med annen maskinvare eller programvare enn den som digitalt innhold eller digitale tjenester av samme type vanligvis brukes sammen med,*
- p. kommersiell holdbarhetsgaranti: en garanti der produsenten garanterer overfor forbrukeren for varens holdbarhet i hele garantiens løpetid slik at produsenten påtar seg å reparere eller omlevere varen dersom holdbarheten ikke opprettholdes,*
- q. holdbarhet: evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk,*
- r. produsent: den som produserer en vare, den som importerer varen til EØS, og enhver som framstår som produsent ved å påføre varen sitt navn, sitt varemerke eller et annet særlig kjennetegn,*
- s. reparasjonsscore: en score som angir i hvilken grad det er mulig å reparere en vare, basert på harmoniserte krav fastsatt på EØS-nivå,*
- t. programvareoppdatering: en gratis oppdatering, herunder en sikkerhetsoppdatering, som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitalytelseslovens regler.*

§ 8 første ledd bokstav g til w skal lyde:

- g. ordningene for betaling, levering, herunder miljøvennlige leveringsalternativer der dette er tilgjengelig, oppfyllelse, leveringsfrist og hvordan den næringsdrivende håndterer reklamsjoner,*
- h. at det foreligger angrerett samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten, jf. § 20 første og annet ledd,*
- i. at forbrukeren må bære kostnadene ved å returnere varene dersom angreretten brukes. Dersom varene etter sin natur normalt ikke kan returneres med post, skal kostnadene ved å returnere varene opplyses,*

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

- j. at forbrukeren som bruker angreretten, etter å ha bedt om oppstart av tjenesteleveringen i henhold til §§ 12 eller 19, skal ha ansvar for rimelige kostnader, jf. § 26 første ledd,
- k. at avtalen omfattes av unntakene fra angrerett i § 22, *dersom dette er tilfellet*, eventuelt om under hvilke omstendigheter angreretten kan tapes,
- l. den *lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, og om hovedelementene i denne, herunder at ansvarsperioden har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd,*
- m. *eventuelle kommersielle holdbarhetsgarantier uten ekstra kostnad som gjelder hele varen, garantiens varighet og at den er lengre enn den lovbestemte ansvarsperioden, jf. bokstav l,*
- n. *den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig,*
- o. *minimumsperioden, angitt som en periode eller en dato, der produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, forutsatt at produsenten eller leverandøren har gjort opplysningene tilgjengelig for den næringsdrivende,*
- p. eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse,
- q. *der dette er relevant, varenes reparasjonsscore, jf. § 5 bokstav s,*
- r. *i tilfeller der bokstav q ikke er relevant, tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og framgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varene fortsatt skal være kontraktsmessige, tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og begrensninger for reparasjon, forutsatt at produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende,*
- s. relevante atferdsregler og hvor disse kan finnes,
- t. der dette er relevant, avtalens varighet og eventuell minste bindingstid, eller, for avtaler som er uten tidsbegrensning eller forlenges automatisk, vilkårene for å si opp avtalen,
- u. eventuelle depositum eller andre økonomiske garantier betalt eller stilt av forbrukeren og vilkårene for disse,
- v. der dette er relevant, utenrettslig klage- og erstatningsordning som den næringsdrivende er tilknyttet, samt framgangsmåten for å få tilgang til denne,
- w. der dette er relevant, at prisen er personlig tilpasset basert på automatiserte beslutninger.

§ 8 andre ledd skal lyde:

Den næringsdrivende skal også gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angrerett (angreskjema). Den næringsdrivende skal anses for å ha gitt opplysninger etter første ledd bokstav h, i og j dersom denne har gitt forbrukeren korrekt utfyllt skjema om opplysninger om angreretten. *Der dette er relevant, skal det gis informasjon om eksistensen og plasseringen av elektronisk angrefunksjon, jf. § 20 a.*

§ 8 tredje ledd skal lyde:

Opplysningene etter første ledd bokstav l skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert melding. Opplysningene etter første ledd bokstav m skal sammen med opplysningene etter første ledd bokstav l vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert etikett, jf. sjette ledd.

§ 8 nåværende femte (nytt sjette) ledd skal lyde:

Departementet kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om standardisert angreskjema, samt om hvordan opplysningsplikten skal oppfylles, herunder at opplysninger om angreretten skal gis ved bruk av et standardisert skjema for opplysninger om angrerett. *Departementet kan i forskrift også gi bestemmelser om innholdet i og utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten.*

Nåværende tredje og fjerde ledd blir nye fjerde og femte ledd.

§ 16 første ledd skal lyde:

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

§ 20 andre ledd nytt andre punktum skal lyde:

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

Ny § 20 a skal lyde:

§ 20 a *Elektronisk angrefunksjon for avtaler inngått ved hjelp av et nettbasert grensesnitt*

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

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

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

Angrefunksjonen skal gjøre det mulig for forbrukeren å gi melding til den næringsdrivende om at forbrukeren vil benytte angreretten. Ved hjelp av angrefunksjonen skal forbrukeren lett kunne gi eller bekrefte følgende opplysninger:

- a. forbrukerens navn*
- b. opplysninger som identifiserer avtalen forbrukeren ønsker å angre på*
- c. elektronisk kommunikasjonsmiddel som bekreftelsen på forbrukerens bruk av angreretten skal sendes til.*

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

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

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

III

I lov 31. mai 1918 nr. 4 om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeserklæringer skal kapittel 4 lyde:

4de kapitel. Særlige bestemmelser for forbrukeravtaler

§ 38 a Virkeområde og definisjoner

Bestemmelsene i dette kapitlet gjelder for avtaler som inngås mellom en næringsdrivende og en forbruker, med mindre annet følger av lov eller av bestemmelser gitt i medhold av lov. Bestemmelsene kan ikke ved avtale fravikes til ugunst for en forbruker.

I dette kapitlet menes med

1. forbruker: en fysisk person som ikke hovedsakelig handler som ledd i næringsvirksomhet,

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

§ 38 b Informasjonskrav i forbrukeravtaler

Med unntak for avtaler som omfattes av § 38 c, skal den næringsdrivende, før det blir inngått avtale, gi forbrukeren følgende opplysninger:

1. varens eller tjenestens viktigste egenskaper, i den utstrekning kommunikasjonsmåten og varen eller tjenesten er egnet til dette,
2. den næringsdrivendes identitet, slik som foretaksnavn, geografisk adresse og telefonnummer, e-postadresse og eventuelt nettbaserte kommunikasjonsmidler som gir forbrukeren mulighet til å lagre all skriftlig korrespondanse på et varig medium, samt identitet og geografisk adresse til næringsdrivende det opptres på vegne av,
3. den samlede prisen for varen eller tjenesten medregnet avgifter, eller, dersom varens eller tjenestens art gjør at prisen ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, metoden for beregning av prisen, samt eventuelle tilleggskostnader til frakt, levering, porto eller annet, eller, dersom disse ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, at slike tilleggskostnader kan forekomme. For avtaler uten tidsbegrensning og for abonnementsavtaler skal den samlede prisen omfatte de samlede kostnadene per avregningsperiode, og ved betaling med fast beløp også de samlede månedlige kostnadene, og om de samlede kostnadene ikke kan for-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

- håndsberegnes, metoden for beregning av prisen,
4. ordningene for betaling, levering, oppfyllelse og leveringsfrist samt hvordan den næringsdrivende håndterer reklamasjoner,
 5. *den lovbestedte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, og om hovedelementene i denne, herunder at ansvarsperioden har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 annet ledd,*
 6. *eventuelle kommersielle holdbarhetsgarantier uten ekstra kostnad som gjelder hele varen, og som har en varighet som er lengre enn den lovbestedte ansvarsperioden,*
 7. *den lovbestedte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig,*
 8. *eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier, samt vilkårene for disse,*
 9. *minimumsperioden, angitt som en periode eller en dato, der produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer, forutsatt at produsenten eller leverandøren har gjort opplysningene tilgjengelig for den næringsdrivende,*
 10. *der dette er relevant, varenes reparasjonsscore,*
 11. *i tilfeller der nr. 10 ikke er relevant, tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og fremgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varen fortsatt skal være kontraktsmessig, tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og begrensninger for reparasjon, forutsatt at produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende,*
 12. *avtalens varighet, eller, for avtaler som er uten tidsbegrensning eller forlenges automatisk, vilkårene for å si opp avtalen,*
 13. *der dette er relevant, funksjonaliteten, herunder relevante tekniske beskyttelsestiltak, for varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester,*
 14. *der dette er relevant, kompatibiliteten og samvirkningsevnen til varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester som den næringsdrivende kjenner til eller med rimelighet kan forventes å kjenne til,*
 15. *der dette er relevant, at prisen er personlig tilpasset basert på automatiserte beslutninger.*

Opplysningene etter første ledd skal gis på en klar og forståelig måte, såfremt opplysningene ikke allerede går frem av sammenhengen.

Opplysningene etter første ledd nr. 5 skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert melding. Opplysningene etter første ledd nr. 6 skal sammen med opplysningene etter første ledd nr. 5 vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert etikett. Departementet kan i forskrift gi bestemmelser om innholdet i og utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten.

§ 38 c Unntak fra opplysningskravene

Opplysningskravene etter § 38 b gjelder ikke

1. avtaler om dagligdagse transaksjoner som oppfylles umiddelbart ved avtaleinngåelsen,
2. avtaler om finansielle tjenester,
3. avtaler om pakkereiser,
4. avtaler som er omfattet av tidspartloven,
5. avtaler om oppføring av bygninger,
6. avtaler om persontransporttjenester,
7. avtaler som er inngått med ekomtilbyder gjennom offentlig tilgjengelige betalingstelefoner for bruk av disse, eller som er inngått for bruk av én enkelt telefon-, internett-, eller telefaksforbindelse opprettet av en forbruker,
8. avtaler om levering av næringsmidler, drikkevarer eller andre varer som er beregnet på løpende forbruk i husholdningen, og som leveres fysisk av en næringsdrivende på hyppige og regelmessige runder til forbrukerens hjem, bolig eller arbeidsplass,
9. avtaler om salg av varer som selges på tvangsauksjon eller på annen måte tvangsmessig i henhold til lov.

Opplysningskravene etter § 38 b gjelder heller ikke avtaler om fjernsalg og avtaler inngått utenom faste forretningslokaler. For slike avtaler gjelder angrerettloven.

§ 38 d Tilsyn

Forbrukertilsynet og Markedsrådet skal ut fra hensyn til forbrukerne føre tilsyn med at næringsdrivende følger bestemmelsene gitt i § 38 b, jf. § 38 c. Tilsyn utføres i samsvar med reglene i markedsføringsloven §§ 32 til 41, § 42 første ledd annet punktum og §§ 43 til 43 c.

Ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av § 38 b, jf. § 38 c, som anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, kan den ansvarlige ilegges et overtredelsesgebyr.

Departementet kan i forskrift gi nærmere regler om utmåling av overtredelsesgebyr.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

IV

1. Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer. Kongen kan sette i kraft de enkelte bestemmelsene til forskjellig tid.
 2. Loven får bare virkning for tilsyn og kontroll foretatt etter lovens ikrafttredelse. Kongen kan gi overgangsbestemmelser.
-

B**Forslag**

**til vedtak om samtykke til deltakelse i en beslutning
i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv
(EU) 2024/825**

I

Stortinget samtykker til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825 av 28. februar 2024 om endring av direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU

med hensyn til styrket forbrukervern i det grønne skiftet gjennom bedre informasjon og bedre beskyttelse mot urimelig praksis.

Vedlegg 1

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

EUROPAPARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN
EUROPEISKE UNION HAR

under henvisning til traktaten om Den europeiske unions virkemåte, særlig artikkel 114, under henvisning til forslag fra Europakommisjonen,

etter oversending av utkast til regelverksakt til de nasjonale parlamentene,

under henvisning til uttalelse fra Den europeiske økonomiske og sosiale komité¹, etter den ordinære regelverksprosedyren² og

ut fra følgende betraktninger:

1) For å bidra til et velfungerende indre marked basert på høy grad av forbruker- og miljøvern og for å gjøre framskritt i det grønne skiftet er det viktig at forbrukerne kan treffe informerte kjøpsbeslutninger og med det bidra til mer bærekraftige forbruksmønstre. Dette innebærer at næringsdrivende har et ansvar for å gi tydelig, relevant og pålitelig informasjon. Det bør derfor innføres spesifikke regler i Unions forbrukerlovgivning for å bekjempe urimelig handelspraksis som villeder forbrukerne og hindrer dem i å ta bærekraftige forbruksvalg, for eksempel praksis knyttet til for tidlig foreldelse av varer, villedende miljøpåstander («grønnvasking»), villedende opplysninger om de sosiale egenskapene ved produkter eller ved næringsdrivendes virksomhet, og bærekraftsmerker som ikke er transparente og troverdige. Slike regler vil sette vedkommende nasjonale organer i stand til å ta tak i slik praksis på en effektiv måte. Dersom man sikrer at miljøpåstander er rimelige, forståelige og pålitelige, vil næringsdrivende kunne operere på like vilkår, mens forbrukerne vil kunne velge produkter som faktisk

er bedre for miljøet enn konkurrerende produkter. Dette vil oppmuntre til konkurranse som gir mer miljømessig bærekraftige produkter, noe som igjen vil redusere den negative innvirkningen på miljøet.

2) Disse nye reglene bør innføres ved å endre artikkel 6 og 7 i europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF³ med hensyn til handelspraksis som anses som villedende og derfor er forbudt på grunnlag av en vurdering i hvert enkelt tilfelle, og ved å endre vedlegg I til direktiv 2005/29/EF ved å legge til spesifikke villedende former for handelspraksis som anses som urimelige under alle omstendigheter og derfor er forbudt. Som allerede fastsatt i direktiv 2005/29/EF bør det fortsatt være mulig å anse en handelspraksis som urimelig på grunnlag av artikkel 5–9 i nevnte direktiv selv om den bestemte praksisen ikke er oppført som en urimelig handelspraksis i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF.

3) For at forbrukerne skal være i stand til å treffe bedre informerte beslutninger og slik styrke etterspørselen etter og tilbudet av mer bærekraftige varer bør de ikke bli villedet om produkters miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter, gjennom den generelle presentasjonen av produktet. Artikkel 6 nr. 1 i direktiv 2005/29/EF bør derfor endres ved å legge til miljøegenskaper, sosiale egenskaper og aspekter knyttet til sirkularitet i listen over

¹ EUT C 443 av 22.11.2022, s. 75.

² Europaparlamentets holdning av 17. januar 2024 (ennå ikke offentliggjort i EUT) og rådsbeslutning av 20. februar 2024.

³ Europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF av 11. mai 2005 om foretaks urimelige handelspraksis overfor forbrukere på det indre marked og om endring av rådsdirektiv 84/450/EØF, europaparlaments- og rådsdirektiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 2006/2004 («direktivet om urimelig handelspraksis») (EUT L 149 av 11.6.2005, s. 22).

et produkts hovedegenskaper som en næringsdrivendes praksis kan anses for å vildele om, etter en vurdering i hvert enkelt tilfelle. Informasjon som næringsdrivende gir om et produkts sosiale egenskaper gjennom hele dets verdikjede, kan for eksempel gjelde kvaliteten og rettferdigheten av den berørte arbeidsstyrkens arbeidsvilkår, som rimelig lønn, sosialt vern, sikkerhet på arbeidsplassen og dialog mellom partene i arbeidslivet. Slik informasjon kan også dreie seg om respekt for menneskerettighetene, likebehandling og like muligheter for alle – herunder likestilling mellom kjønnene, inkludering og mangfold – om bidrag til sosiale initiativ eller om etiske forpliktelser, for eksempel dyrevelferd. Et produkts miljøegenskaper og sosiale egenskaper kan forstås i vid forstand og omfatte produktets miljømessige og sosiale sider, innvirkning og ytelse.

- 4) Miljøpåstander, og særlig klimarelaterte påstander, knytter seg i økende grad til framtidig ytelse i form av omstilling til karbon- eller klimanøytralitet eller lignende mål innen en bestemt dato. Gjennom slike påstander skaper næringsdrivende et inntrykk av at forbrukerne bidrar til en lavutslippsøkonomi dersom de kjøper produktene deres. For å sikre at slike påstander er rimelige og troverdige, bør artikkel 6 nr. 2 i direktiv 2005/29/EF endres så slike påstander, etter en vurdering i hvert enkelt tilfelle, forbys dersom de ikke underbygges av klare, objektive, offentlig tilgjengelige og etterprøvbare forpliktelser og mål som den næringsdrivende har gitt, og som er fastsatt i en detaljert og realistisk gjennomføringsplan som viser hvordan disse forpliktelsene og målene skal nås, og der det er avsatt ressurser for dette formålet. Gjennomføringsplanen bør omfatte alle relevante elementer som er nødvendige for å oppfylle forpliktelsene, som budsjettressurser og teknologisk utvikling, der det er aktuelt og i samsvar med unionsretten. Slike påstander bør også etterprøves av en tredjepartseksper, som bør være uavhengig av den næringsdrivende og fri for interessekonflikter, som bør ha erfaring og kompetanse i miljøspørsmål, og som bør kunne føre regelmessig tilsyn med den næringsdrivendes framskritt med hensyn til forpliktelsene og målene, herunder milepælene for å nå dem. Næringsdrivende bør sørge for at tredjepartseksperens regelmessige konklusjoner gjøres tilgjengelige for forbrukerne.
- 5) En annen potensielt villedende handelspraksis som skal legges til de spesifikke formene nevnt i artikkel 6 nr. 2 i direktiv 2005/29/EF, er å drive reklame overfor forbrukerne for fordeler som er irrelevante og ikke direkte knyttet til noen egenskaper ved det aktuelle produktet eller den aktuelle virksomheten, og som kan vildele forbrukerne til å tro at produktet eller virksomheten er mer fordelaktig for forbrukerne, miljøet eller samfunnet enn andre produkter eller virksomheter av samme type, for eksempel ved å påstå at flaskevann av et bestemt merke er glutenfritt, eller at papirark ikke inneholder plast.
- 6) Sammenligning av produkter basert på deres miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller resirkuleringsmuligheter, er en stadig vanligere markedsføringsteknikk som vil kunne vildele forbrukerne, som ikke alltid kan vurdere hvor pålitelig denne informasjonen er. For å sikre at slike sammenligninger ikke villeder forbrukerne, bør artikkel 7 i direktiv 2005/29/EF endres slik at næringsdrivende pålegges å gi forbrukerne opplysninger om sammenligningsmetoden, produktene som sammenlignes, og leverandørene av produktene, samt om tiltakene som er iverksatt for å holde opplysningene oppdatert. Dette bør sikre at forbrukerne kan treffe bedre informerte transaksjonsbeslutninger når de baserer seg på slike sammenligninger. Det bør sikres at slike sammenligninger er objektive, særlig ved å sammenligne produkter som har samme funksjon, ved å bruke en felles metode og felles forutsetninger og ved å sammenligne vesentlige og etterprøvbare egenskaper ved produktene som sammenlignes.
- 7) Bærekraftsmerker kan være knyttet til mange ulike egenskaper ved et produkt, en prosess eller en virksomhet, og det er viktig å sikre at de er transparente og troverdige. Det bør derfor forbys å framvise bærekraftsmerker som ikke er basert på en sertifiseringsordning, eller som ikke er etablert av offentlige myndigheter, ved å legge til slik handelspraksis i listen i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF. Før en næringsdrivende framviser et bærekraftsmerke, bør den sørge for at den, i henhold til sertifiseringsordningens offentlig tilgjengelige vilkår, oppfyller minstekravene til transparens og troverdighet, herunder at det føres objektivt tilsyn med at ordningens krav er oppfylt. Slikt tilsyn bør utføres av en tredjepart hvis

kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er sikret på grunnlag av standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på unionsplan, for eksempel ved å påvise samsvar med relevante internasjonale standarder, som ISO 17065 «Samsvarsvurdering – Krav til sertifiseringsorganer for produkter, prosesser og tjenester», eller gjennom mekanismene fastsatt i europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 765/2008⁴. Det er fortsatt mulig å framvise bærekraftsmerker uten en sertifiseringsordning dersom merket er etablert av en offentlig myndighet, eller dersom det brukes supplerende uttrykks- og presentasjonsformer for næringsmidler i samsvar med artikkel 35 i europaparlaments- og rådsforordning (EU) nr. 1169/2011⁵.

Eksempler på bærekraftsmerker etablert av offentlige myndigheter er logoer som tildeles når kravene i europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 1221/2009⁶ eller (EF) nr. 66/2010⁷ er oppfylt. Enkelte kontrollmerker, som definert i artikkel 27 i europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2015/2436⁸, kan også fungere som bærekraftsmerker dersom de fremmer et produkt, en prosess eller en virksomhet med henvisning til for eksempel dets miljøegenskaper, sosiale egenskaper eller begge deler. Den næringsdrivende bør bare kunne framvise slike kontrollmerker dersom de er etablert av offentlige myndigheter eller er basert på en sertifiseringsordning. Denne regelen utfyller nr. 4 i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF, som

forbyr å hevde at en næringsdrivende, en næringsdrivendes handelspraksis eller et produkt er godkjent, autorisert eller tillatt av et offentlig eller privat organ når dette ikke er tilfellet, eller å framsette en slik påstand uten å oppfylle vilkårene for godkjenning, anerkjennelse eller tillatelse. Frivillige markedsbaserte standarder og frivillige offentlige standarder for grønne og bærekraftige obligasjoner er ikke primært beregnet på ikke-profesjonelle investorer og er underlagt særlige lover. Av disse grunnene bør slike standarder ikke anses som bærekraftsmerker etter dette direktivet. Det er viktig at offentlige myndigheter, så langt det er mulig og i samsvar med unionsretten, fremmer tiltak for å lette tilgangen til bærekraftsmerker for små og mellomstore bedrifter.

- 8) I tilfeller der framvisning av et bærekraftsmerke innebærer en kommersiell kommunikasjon som antyder eller gir inntrykk av at et produkt har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn konkurrerende produkter, bør dette bærekraftsmerket også anses for å være en miljøpåstand.
- 9) Vedlegg I til direktiv 2005/29/EF bør også endres slik at det forbys å framsette en generell miljøpåstand uten anerkjente fremragende miljøprestasjoner som er relevante for påstanden. Eksempler på slike generelle miljøpåstander er «miljøvennlig», «økovennlig», «grønn», «naturvennlig», «økologisk», «miljøriktig», «klimavennlig», «skånsom mot miljøet», «karbonvennlig», «energieffektiv», «biologisk nedbrytbar», «biobasert» og lignende utsagn som antyder eller gir inntrykk av fremragende miljøprestasjoner. Det bør være forbudt å framsette slike generelle miljøpåstander dersom det ikke kan vises til anerkjente fremragende miljøprestasjoner. Dersom miljøpåstanden er spesifisert på en tydelig og framtreddende måte på samme medium, for eksempel i samme reklameinnslag, på produktets emballasje eller i samme grensesnitt for nettsalg, anses ikke miljøpåstanden for å være en generell miljøpåstand. For eksempel vil påstanden «klimavennlig emballasje» være en generell påstand, mens det å hevde at «100 % av energien brukt til å produsere denne emballasjen kommer fra fornybare kilder», vil være en spesifikk påstand som ikke vil falle inn under dette forbudet, uten at dette berører andre bestemmelser i direktiv 2005/29/EF som fortsatt får anvendelse på disse spesifikke påstandene. Videre vil en påstand framsatt skriftlig eller

⁴ Europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 765/2008 av 9. juli 2008 om fastsettelse av kravene til akkreditering og om oppheving av forordning (EØF) nr. 339/93 (EUT L 218 av 13.8.2008, s. 30).

⁵ Europaparlaments- og rådsforordning (EU) nr. 1169/2011 av 25. oktober 2011 om næringsmiddelopplysninger til forbrukerne, om endring av europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 1924/2006 og (EF) nr. 1925/2006 og om oppheving av kommisjonsdirektiv 87/250/EØF, rådsdirektiv 90/496/EØF, kommisjonsdirektiv 1999/10/EF, europaparlaments- og rådsdirektiv 2000/13/EF, kommisjonsdirektiv 2002/67/EF og 2008/5/EF og kommisjonsforordning (EF) nr. 608/2004 (EUT L 304 av 22.11.2011, s. 18).

⁶ Europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 1221/2009 av 25. november 2009 om frivillig deltaking for organisasjoner i ei fellesskapsordning for miljøstyring og miljørevisjon (EMAS), og om oppheving av forordning (EF) nr. 761/2001 og kommisjonsvedtak 2001/681/EF og 2006/193/EF (EUT L 342 av 22.12.2009, s. 1).

⁷ Europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/2010 av 25. november 2009 om EU-miljømerket (EUT L 27 av 30.1.2010, s. 1).

⁸ Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2015/2436 av 16. desember 2015 om tilnærming av medlemsstatenes lovgivning om varemerker (EUT L 336 av 23.12.2015, s. 1).

munlig i kombinasjon med underforståtte påstander i form av farger eller bilder kunne utgjøre en generell miljøpåstand.

- 10) Anerkjente fremragende miljøprestasjoner kan påvises ved overholdelse av forordning (EF) nr. 66/2010 eller offisielt anerkjente miljømerkingsordninger i medlemsstatene i henhold til EN ISO 14024, eller ved at prestasjonene tilsvarende de beste miljøprestasjonene for en bestemt miljøegenskap i henhold til annen gjeldende unionslovgivning, for eksempel klasse A i henhold til europaparlaments- og rådsforordning (EU) 2017/1369⁹. De aktuelle anerkjente fremragende miljøprestasjonene bør være relevante for hele påstanden. For eksempel kan en generell miljøpåstand som «energieffektiv» framsettes basert på anerkjente fremragende miljøprestasjoner i samsvar med forordning (EU) 2017/1369. Derimot kan ikke en generell miljøpåstand som «biologisk nedbrytbar» framsettes basert på anerkjente fremragende miljøprestasjoner i samsvar med forordning (EF) nr. 66/2010, ettersom det ikke er noen krav til biologisk nedbrytbarhet i de spesifikke EU-miljømerkekriteriene knyttet til det aktuelle produktet. På samme måte bør ikke næringsdrivende framsette en generell påstand som «bevisst», «bærekraftig» eller «ansvarlig» utelukkende basert på anerkjente fremragende miljøprestasjoner, ettersom slike påstander også gjelder andre egenskaper enn miljøegenskaper, for eksempel sosiale egenskaper.
- 11) En annen villedende handelspraksis som bør forbys under alle omstendigheter og derfor legges til i listen i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF, er det å framsette en miljøpåstand om hele produktet eller hele den næringsdrivendes virksomhet når den egentlig bare gjelder et bestemt aspekt ved produktet eller en bestemt aktivitet som ikke er representativ for den næringsdrivendes virksomhet. Dette forbudet vil for eksempel komme til anvendelse dersom et produkt markedsføres som «laget av resirkulert materiale» og med det gir inntrykk av at hele produktet er laget av resirkulert materiale, mens det i realiteten bare er emballasjen som er det, eller dersom en næringsdrivende gir inntrykk av at den bare bruker fornybare energikilder, mens realite-

ten er at flere av den næringsdrivendes forretningslokaler fortsatt bruker fossilt brensel. Forbudet bør ikke hindre en næringsdrivende i å framsette miljøpåstander om hele virksomheten dersom påstandene er korrekte og etterprøvbare og ikke overdriver miljøgevinsten, slik tilfellet ville vært i det andre av disse eksemplene dersom den næringsdrivende hadde rapportert om en reduksjon i bruken av fossile brensler for virksomheten som helhet.

- 12) Det er særlig viktig å forby påstander som er basert på kompensasjon for klimagassutslipp, om at et produkt, enten det er en vare eller en tjeneste, har en nøytral, redusert eller positiv innvirkning på miljøet med tanke på utslipp av klimagasser. Slike påstander bør forbys under alle omstendigheter og legges til i listen i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF, ettersom de vil lede forbrukerne ved å få dem til å tro at påstandene gjelder selve produktet eller leveringen og produksjonen av det, eller ettersom de gir forbrukerne et feilaktig inntrykk av at forbruk av dette produktet ikke har noen innvirkning på miljøet. Eksempler på slike påstander er «klimanøytral», «sertifisert CO₂-nøytral», «karbonpositiv», «netto null-utslipp», «klimakompensert», « redusert klimapåvirkning » og «begrenset CO₂-avtrykk». Slike påstander bør bare være tillatt når de er basert på det aktuelle produktets faktiske livsløpspåvirkning, og ikke på kompensasjon for klimagassutslipp utenfor produktets verdikjede, ettersom førstnevnte og sistnevnte ikke er det samme. Et slikt forbud bør ikke hindre selskaper i å reklamere med investeringer de har gjort i miljøtiltak, herunder klimavoteprosjekter, så lenge de gir informasjonen på en måte som ikke villeder, og som oppfyller unionsrettens krav.
- 13) Ytterligere krav til miljøpåstander må fastsettes i spesifikke unionsrettsakter. Slike nye krav vil bidra til målet i kommisjonsmeldingen av 11. desember 2019 om den europeiske grønne given om å sette kjøpere i stand til å treffe mer bærekraftige beslutninger og redusere risikoen for grønnvasking gjennom pålitelig, sammenlignbar og etterprøvbar informasjon.
- 14) Det å markedsføre varer som identiske på tvers av medlemsstatene når varenes sammensettning eller egenskaper i virkeligheten skiller seg vesentlig fra hverandre, kan villeder forbrukerne og få dem til å treffe en transaksjonsbeslutning som de ellers ikke ville ha truffet. Slik markedsføringspraksis er uttrykkelig omtalt i

⁹ Europaparlaments- og rådsforordning (EU) 2017/1369 av 4. juli 2017 om fastsettning av ei ramme for energimerking og om oppheving av direktiv 2010/30/EU (EUT L 198 av 28.7.2017, s. 1).

artikkel 6 nr. 2 bokstav c) i direktiv 2005/29/EF, innført ved europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/2161¹⁰, som medlemsstatene har vært pålagt å anvende fra 28. mai 2022. Kommisjonen vil i 2024 vurdere og rapportere om anvendelsen av direktiv (EU) 2019/2161, herunder artikkel 6 nr. 2 bokstav c), og direktiv 2005/29/EF og hvorvidt slik praksis bør være underlagt strengere krav, herunder et forbud i vedlegg I. De nye bestemmelsene mot grønnvaskingspraksis i dette direktivet bør også få anvendelse på praksis der versjoner av det samme produktet markedsføres som identiske i ulike medlemsstater til tross for at det er vesentlige forskjeller mellom dem, som nevnt i artikkel 6 nr. 2 bokstav c) i direktiv 2005/29/EF.

- 15) Det å framstille krav som er lovpålagt for alle produkter i den aktuelle produktkategorien på unionsmarkedet, inkludert importerte produkter, som en særlig egenskap ved det den næringsdrivende tilbyr, bør forbys under alle omstendigheter og derfor legges til i listen i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF. Dette forbudet bør for eksempel få anvendelse dersom en næringsdrivende reklamerer med at et bestemt produkt ikke inneholder et bestemt kjemisk stoff, når dette stoffet allerede er forbudt ved lov for alle produkter i den aktuelle produktkategorien i Unionen. Omvendt bør forbudet ikke omfatte handelspraksis der det reklameres med at næringsdrivende eller produkter oppfyller lovfestede krav som bare gjelder for enkelte produkter, men ikke for andre konkurrerende produkter i samme kategori på unionsmarkedet, for eksempel produkter som har sin opprinnelse utenfor EU. Det kan være slik at visse produkter på markedet må oppfylle visse lovfestede krav, mens andre produkter i samme produktkategori ikke må oppfylle de samme kravene. For eksempel vil det for fiskeprodukter som er produsert på en bærekraftig måte i samsvar med unionsretten, være tillatt å reklamere med bærekraftsegenskaper ved disse produktene som oppfyller Unionens lovfestede krav, dersom det ikke kreves at fiskeprodukter fra tredjeland som tilbys på unionsmarkedet, oppfyller de samme kravene.

- 16) For å bedre forbrukernes velferd bør endringene i direktiv 2005/29/EF også omfatte ulike former for praksis knyttet til for tidlig foreldelse, herunder planlagt for tidlig foreldelse, forstått som en forretningsstrategi som innebærer å bevisst planlegge eller konstruere et produkt med begrenset levetid, slik at det blir foreldet for tidlig eller slutter å fungere etter en bestemt periode eller etter en forhåndsfastsatt bruksintensitet. Kjøp av produkter som forventes å vare lenger enn de faktisk gjør, er til skade for forbrukerne. Dessuten har praksis knyttet til for tidlig foreldelse en samlet negativ innvirkning på miljøet, i form av mer avfall og økt bruk av energi og materialer. Det er derfor sannsynlig at man ved å ta tak i informasjon om praksis knyttet til for tidlig foreldelse også vil redusere avfallsmengden og med det bidra til et mer bærekraftig forbruk.
- 17) Det bør også være forbudt i henhold til vedlegg I til direktiv 2005/29/EF å holde tilbake informasjon fra forbrukerne om at en programvareoppdatering vil ha en negativ innvirkning på funksjonen til varer med digitale elementer eller på bruken av digitalt innhold eller digitale tjenester. Generelt forventes næringsdrivende med ansvar for utviklingen av programvareoppdateringer å ha slik informasjon, mens næringsdrivende i andre tilfeller kan støtte seg til pålitelig informasjon fra for eksempel programvareutviklere, leverandører eller vedkommende nasjonale myndigheter. Dersom en næringsdrivende for eksempel oppfordrer forbrukerne til å oppdatere operativsystemet på smarttelefonen sin, bør den ikke holde tilbake informasjon fra forbrukerne om at oppdateringen vil ha en negativ innvirkning på noen av smarttelefonens funksjoner, for eksempel batteriet, eller på ytelsen til bestemte programmer eller føre til at smarttelefonen i sin helhet blir tregere. Forbudet bør gjelde for alle oppdateringer, inkludert sikkerhets- og funksjonalitetsoppdateringer. For oppdateringer, herunder sikkerhetsoppdateringer, som er nødvendige for at varen, det digitale innholdet og den digitale tjenesten fortsatt skal være kontraktsmessige, bør artikkel 8 i europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/770¹¹ og artikkel 7 i europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/771¹² også få anven-

¹⁰ Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/2161 av 27. november 2019 om endring av rådsdirektiv 93/13/EØF og europaparlaments- og rådsdirektiv 98/6/EF, 2005/29/EF og 2011/83/EU med hensyn til bedre håndheving og modernisering av Unionens forbrukervernregler (EUT L 328 av 18.12.2019, s. 7).

¹¹ Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/770 av 20. mai 2019 om visse aspekter ved avtaler om levering av digitalt innhold og digitale tjenester (EUT L 136 av 22.5.2019, s. 1).

delse. Dette berører ikke artikkel 19 i direktiv (EU) 2019/770.

- 18) Programvareoppdateringer som er sikkerhetsoppdateringer, er nødvendige for sikker bruk av produktet, mens oppdateringer som gjelder forbedret funksjonalitet, ikke er det. Direktiv 2005/29/EF bør derfor forby at en programvareoppdatering framstilles som nødvendig for at produktet fortsatt skal være kontraktsmessig, når oppdateringen kun forbedrer funksjonaliteten.
- 19) Kommersiell kommunikasjon om varer der det er innført en egenskap som begrenser varenes holdbarhet, er en handelspraksis som er til skade for forbrukerne og miljøet, ettersom det fremmer salg av slike varer, hvilket fører til høyere kostnader for forbrukerne og unødvendig ressursbruk, avfallsproduksjon og klimagassutslipp. Slik kommersiell kommunikasjon bør derfor være forbudt dersom den næringsdrivende har tilgang til opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for varens holdbarhet. Eksempler på slike egenskaper kan være programvare som stopper eller reduserer varens funksjonalitet etter en bestemt periode, eller maskinvare som er konstruert for å svikte etter en viss tid. Det kan også dreie seg om en konstruksjons- eller produksjonsfeil som selv om den ikke er innført som en egenskap for det formålet, fører til at varen svikter for tidlig dersom feilen ikke utbedres så snart den næringsdrivende har fått tilgang til opplysninger om eksistensen og konsekvensene av egenskapen. I forbindelse med dette forbudet inkluderer kommersiell kommunikasjon kommunikasjon som er utarbeidet for direkte eller indirekte å reklamere for varene. Det å produsere varer og gjøre dem tilgjengelige på markedet utgjør ikke kommersiell kommunikasjon. Dette forbudet bør ta sikte på å gjelde først og fremst for næringsdrivende som også er produsent av varene, ettersom det er de som bestemmer varenes holdbarhet.

Når det blir påvist at en vare har en egenskap som begrenser holdbarheten, bør det derfor generelt forventes at produsenten av varen er klar over egenskapen og hvilke konsekvenser den har for varens holdbarhet. Næringsdrivende som ikke er produsent av varene, som

selgere, bør likevel være omfattet av forbudet dersom de har tilgang til pålitelige opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for holdbarheten, for eksempel en uttalelse fra en vedkommende nasjonal myndighet eller opplysninger fra produsenten. Forbudet bør derfor få anvendelse så snart den næringsdrivende har tilgang til slike opplysninger, uavhengig av om den næringsdrivende faktisk kjenner til opplysningene eller ikke, for eksempel gjennom å ignorere dem. For at slik handelspraksis skal anses som urimelig, bør det ikke være nødvendig å påvise at formålet med egenskapen er å oppmuntre til å bytte ut den aktuelle varen, men tilstrekkelig å bevise at egenskapen er innført for å begrense varens holdbarhet. Dette forbudet utfyller, og påvirker ikke, de rettsmidlene som er tilgjengelige for forbrukerne ved manglende samsvar etter direktiv (EU) 2019/771. Det bør skilles mellom bruk av egenskaper som begrenser varers holdbarhet, og produksjonspraksis der det brukes materialer eller prosesser av generelt lav kvalitet, slik at resultatet blir varer med begrenset holdbarhet. Dersom en vare ikke er kontraktsmessig på grunn av materialer eller prosesser av lav kvalitet, bør dette fortsatt være underlagt reglene om varers samsvar i direktiv (EU) 2019/771.

- 20) En annen praksis som bør forbys i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF, er å feilaktig hevde at en vare har en viss holdbarhet når det gjelder brukstid eller bruksintensitet under normale bruksforhold. Det vil for eksempel være tilfelle hvis en næringsdrivende informerer forbrukerne om at en vaskemaskin forventes å vare et visst antall vaskesykluser, i samsvar med normal forventet bruk som angitt i bruksanvisningen, mens faktisk bruk av vaskemaskinen under de angitte forholdene viser at dette ikke er tilfelle. Slike påstander framsettes som oftest av produsenten, ettersom det er de som bestemmer varenes holdbarhet. Generelt forventes det derfor at næringsdrivende som også er produsent av varene, er klar over feilaktige påstander om varenes holdbarhet, mens andre næringsdrivende, for eksempel selgere, bør støtte seg til pålitelig informasjon som de har tilgang til, for eksempel en uttalelse fra en vedkommende nasjonal myndighet eller opplysninger fra produsenten. Dersom en vare ikke er kontraktsmessig på grunn av sporadiske feil i vareproduksjonen, bør dette fortsatt være underlagt reglene om varers samsvar i direktiv (EU) 2019/771.

¹² Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/771 av 20. mai 2019 om visse aspekter ved avtaler om salg av varer, om endring av forordning (EU) 2017/2394 og direktiv 2009/22/EF, og om oppheving av direktiv 1999/44/EF (EUT L 136 av 22.5.2019, s. 28).

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

- 21) Tilsvarende bør vedlegg I til direktiv 2005/29/EF også endres slik at det blir forbudt å framstille det som om produkter kan repareres, når reparasjon ikke er mulig.
- 22) Et forbud mot slik praksis knyttet til holdbarhet og reparasjonsmuligheter i direktiv 2005/29/EF vil gi medlemsstatenes forbrukermyndigheter ytterligere et håndhevingsverktøy for bedre å beskytte forbrukernes interesser i tilfeller der næringsdrivende ikke oppfyller kravene til varers holdbarhet og reparasjonsmuligheter i henhold til produktspesifikk unionsrett.
- 23) En annen praksis knyttet til for tidlig foreldelse som bør forbys og legges til i listen i vedlegg I til direktiv 2005/29/EF, er å få forbrukeren til å bytte ut eller etterfylle forbruksvarer i et produkt tidligere enn det som ellers ville vært nødvendig av tekniske årsaker. Slik praksis vil lede forbrukeren til å tro at varen ikke lenger vil fungere hvis ikke forbruksvarene byttes ut, noe som fører til at forbrukeren kjøper flere forbruksvarer enn nødvendig. For eksempel bør det være forbudt å oppfordre forbrukeren via skriverinnstillingene til å bytte blekkpatronene før de faktisk er tomme, for å stimulere til kjøp av flere blekkpatroner.
- 24) Vedlegg I til direktiv 2005/29/EF bør også endres slik at det blir forbudt å holde tilbake informasjon fra forbrukeren om at en vares funksjonalitet svekkes dersom det brukes forbruksvarer, reservedeler eller tilbehør som ikke er levert av originalprodusenten. Dersom for eksempel en skriver er konstruert slik at funksjonaliteten begrenses dersom det brukes blekkpatroner som ikke er levert av skrive-rens originalprodusent, bør ikke denne informasjonen holdes skjult for forbrukeren, ettersom slik praksis kan vilde forbrukeren til å kjøpe en alternativ blekkpatron som ikke kan brukes til den skriveren, noe som medfører unødvendige avfallsstrømmer eller tilleggskostnader for forbrukeren. Tilsvarende, dersom en smartenhet er konstruert slik at funksjonaliteten begrenses dersom det brukes ladere eller reservedeler som ikke er levert av originalprodusenten, bør ikke denne informasjonen holdes skjult for forbrukeren på kjøpstidspunktet. Det bør også forbys å vilde forbrukeren til å tro at bruk av forbruksvarer, reservedeler eller tilbehør som ikke er levert av originalprodusenten, vil svekke varens funksjonalitet, dersom dette ikke er tilfelle. Generelt forventes det at næringsdrivende som også er produsent av varene, har denne informasjonen, mens andre næringsdrivende, for eksempel selgere, bør støtte seg til pålitelig informasjon som de har tilgang til, for eksempel en uttalelse fra en vedkommende nasjonal myndighet eller opplysninger fra produsenten.
- 25) For at forbrukerne skal kunne treffe bedre informerte beslutninger, og for å stimulere etterspørselen etter og tilbudet av mer holdbare varer, bør det for alle typer varer gis spesifikke opplysninger om et produkts holdbarhet og reparasjonsmuligheter før avtalen inngås. Når det gjelder varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester, bør forbrukerne dessuten informeres om hvor lenge gratis programvareoppdateringer vil være tilgjengelige. Europaparlaments- og rådsdirektiv 2011/83/EU¹³ bør derfor endres slik at forbrukerne før avtaleinngåelsen får opplysninger om holdbarhet, reparasjonsmuligheter og tilgjengeligheten av oppdateringer. Forbrukerne bør få opplysningene på en klar og forståelig måte og i samsvar med tilgjengelighetskravene i europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/882¹⁴. Plikten til å gi forbrukerne disse opplysningene utfyller, og påvirker ikke, forbrukernes rettigheter i henhold til direktiv (EU) 2019/770 og (EU) 2019/771.
- 26) En god indikator på en vares holdbarhet er produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti i henhold til artikkel 17 i direktiv (EU) 2019/771. Produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti er en forpliktelse fra produsenten overfor forbrukeren om en vares holdbarhet. Mer spesifikt er det en forpliktelse om at en vare ved normal bruk vil opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse. For å informere forbrukerne om at det gis en holdbarhetsgaranti for en bestemt vare, bør disse opplysningene gis til forbrukeren ved bruk av en harmonisert etikett. Næringsdrivende som selger varer, bør, dersom produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for dem, være pålagt å informere forbrukerne om eksistensen og varigheten av en eventuell kommersiell holdbarhetsgaranti som produsenten tilbyr uten ekstra kostnad, som gjelder

¹³ Europaparlaments- og rådsdirektiv 2011/83/EU av 25. oktober 2011 om forbrukerrettigheter, om endring av rådsdirektiv 93/13/EØF og europaparlaments- og rådsdirektiv 1999/44/EF og om oppheving av rådsdirektiv 85/577/EØF og europaparlaments- og rådsdirektiv 97/7/EF (EUT L 304 av 22.11.2011, s. 64).

¹⁴ Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/882 av 17. april 2019 om tilgjengelighetskrav for produkter og tjenester (EUT L 151 av 7.6.2019, s. 70).

hele varen, og som har en varighet på mer enn to år. Den næringsdrivende bør ikke være pålagt å aktivt søke etter slike opplysninger fra produsenten, for eksempel ved å søke på produktspesifikke nettsteder. For å unngå at forbrukerne forveksler den kommersielle holdbarhetsgarantien med den lovbestemte ansvarsperioden for kontraktsmessighet, bør den harmoniserte etiketten minne forbrukerne om at denne lovbestemte ansvarsperioden også finnes.

- 27) Nyere rapporter viser at forbrukerne ofte ikke er klar over hvilke rettigheter de har etter direktiv (EU) 2019/771. En harmonisert melding bør derfor minne forbrukerne om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for kontraktsmessighet, og om hovedelementene i denne, inkludert at den har en varighet på minst to år, og en generell henvisning til muligheten for at den kan ha lengre varighet etter nasjonal rett. Dette vil forhindre mulig forveksling med opplysninger om den kommersielle holdbarhetsgarantien.
- 28) Den harmoniserte etiketten bør framvises på en framtrædende måte og brukes slik at forbrukerne enkelt kan identifisere akkurat hvilken vare som er dekket av en kommersiell holdbarhetsgaranti som produsenten tilbyr uten ekstra kostnad, som gjelder hele varen, og som har en varighet på mer enn to år, for eksempel ved å plassere etiketten direkte på varens emballasje, ved å framvise etiketten på en framtrædende måte på hyllen med de varene som er dekket av garantien, eller ved å plassere den rett ved siden av bildet av varen ved nettsalg. Produsenter som tilbyr slike kommersielle holdbarhetsgarantier, kan selv plassere den harmoniserte etiketten direkte på den aktuelle varen eller på emballasjen, med sikte på å oppnå en kommersiell fordel. Næringsdrivende bør sørge for at den harmoniserte etiketten er godt synlig. Samtidig bør den harmoniserte meldingen gi forbrukerne en generell påminnelse om den lovbestemte ansvarsperioden som gjelder for alle varer i henhold til direktiv (EU) 2019/771. Den harmoniserte meldingen bør framvises på en framtrædende måte, for eksempel på en iøynefallende måte på en plakat på en vegg i butikken, ved siden av kassen eller, ved nettsalg, som en generell påminnelse på nettstedet til den næringsdrivende som selger varer.
- 29) Kommisjonen bør gis gjennomføringsmyndighet med hensyn til utformingen av og innholdet i den harmoniserte etiketten og den har-

moniserte meldingen. Denne myndigheten bør utøves i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EU) nr. 182/2011¹⁵.

- 30) Tatt i betraktning at den lovbestemte ansvarsperioden fastsatt i direktiv (EU) 2019/771 har en minimumsvarighet på to år, og at mange produktfeil oppstår etter den tiden, bør den næringsdrivendes plikt til å informere forbrukerne om eksistensen og varigheten av produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti ved bruk av en harmonisert etikett, bare gjelde for kommersielle holdbarhetsgarantier som tilbys for en periode på mer enn to år. Den harmoniserte etiketten bør også minne forbrukerne om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for kontraktsmessighet.
- 31) For å gjøre det lettere for forbrukerne å treffe en informert transaksjonsbeslutning når de sammenligner varer før de inngår en avtale, bør næringsdrivende informere forbrukerne om eksistensen og varigheten av produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti for hele varen og ikke for bestemte deler av den.
- 32) Produsenten og selgeren bør fortsatt stå fritt til å tilby andre typer kommersielle garantier og ettersalgsservice. De opplysningene som gis til forbrukeren om andre kommersielle garantier eller tjenester, bør imidlertid ikke forvirre forbrukeren med hensyn til eksistensen og varigheten av den kommersielle holdbarhetsgarantien som produsenten tilbyr uten ekstra kostnad, som gjelder hele varen, som har en varighet på mer enn to år, og som det brukes en harmonisert etikett for.
- 33) For at forbrukerne skal kunne treffe bedre informerte beslutninger, og for å fremme konkurranse mellom produsentene med hensyn til holdbarheten til varer med digitale elementer, bør næringsdrivende som selger slike varer, informere forbrukerne om hvor lenge produsenten som et minimum forplikter seg til å levere programvareoppdateringer for varene, uttrykt enten som en tidsperiode eller ved henvisning til en dato. Tilsvarende bør næringsdrivende som tilbyr digitalt innhold og digitale tjenester, informere forbrukerne om hvor lenge leverandøren av det digitale innholdet eller den digitale tjenesten som et minimum forplikter seg til å levere programvareoppdateringer, herunder sikkerhetsoppdate-

¹⁵ Europaparlaments- og rådsforordning (EU) nr. 182/2011 av 16. februar 2011 om fastsettelse av allmenne regler og prinsipper for medlemsstatenes kontroll med Kommisjonens utøvelse av sin gjennomføringsmyndighet (EUT L 55 av 28.2.2011, s. 13).

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

ringer, som er nødvendige for at det digitale innholdet og de digitale tjenestene fortsatt skal være kontraktsmessige. Denne plikten bør sikre at forbrukerne får disse opplysningene på en enkel og tydelig måte, slik at de kan sammenligne ulike minimumsperioder. Dette berører ikke forpliktelsene fastsatt i unionsretten, særlig i direktiv (EU) 2019/770 og (EU) 2019/771, og, der det er aktuelt, produktspesifikk unionsrett. Opplysningene om programvareoppdateringer bør gis på en måte som ikke er villedende i henhold til direktiv 2005/29/EF. Den næringsdrivende bør bare være forpliktet til å gi disse opplysningene dersom produsenten eller leverandøren har gjort slike opplysninger tilgjengelige.

- 34) I henhold til artikkel 5 nr. 1 bokstav e) og artikkel 6 nr. 1 bokstav m) i direktiv 2011/83/EU har næringsdrivende før forbrukerne er bundet av en avtale, en plikt til å gi dem opplysninger om eksistensen av og vilkårene for ettersalgsservice, herunder reparasjonstjenester, dersom det tilbys slike tjenester. For å gjøre det mulig for forbrukerne å treffe informerte transaksjonsbeslutninger og velge varer som er enklere å reparere, bør næringsdrivende dessuten før forbrukerne er bundet av avtalen, opplyse om varens reparasjonsscore som oppgitt av produsenten og som fastsatt på unionsplan, der det er aktuelt.
- 35) For å sikre at forbrukerne er godt informert om i hvilken grad varene de kjøper, kan repareres, bør næringsdrivende, dersom det ikke er fastsatt en reparasjonsscore på unionsplan, oppgi andre relevante opplysninger om reparasjon som produsenten har gjort tilgjengelige, for eksempel om tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og framgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varene fortsatt skal være kontraktsmessige, om tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og om begrensninger for reparasjon.
- 36) Næringsdrivende bør gi forbrukerne den harmoniserte etiketten, opplysninger om minimumsperioden for oppdateringer og andre opplysninger om reparasjon enn reparasjonsscoren dersom produsenten eller leverandøren av det digitale innholdet eller den digitale tjenesten, dersom denne er en annen enn den næringsdrivende, gjør de aktuelle opplysningene tilgjengelige. Når det gjelder varer, bør den næringsdrivende særlig formidle opplysninger til forbrukerne som produsenten har gitt den næringsdrivende eller på annen måte

hatt til hensikt å gjøre lett tilgjengelige for forbrukeren før avtaleinngåelsen, ved å angi dem på selve produktet, på emballasjen eller på merkelapper og etiketter som forbrukeren normalt vil se på før avtalen inngås. Den næringsdrivende bør ikke være pålagt å aktivt søke etter slike opplysninger fra produsenten, for eksempel ved å søke på produktspesifikke nettsteder. Samtidig vil det være i produsentenes interesse å gi slike opplysninger proaktivt, for å oppnå en kommersiell fordel.

- 37) Næringsdrivende bør, der det er aktuelt, informere forbrukerne om tilgjengeligheten av miljøvennlige leveringsalternativer, for eksempel varelevering med lastesykkel eller elektrisk leveringskjøretøy eller muligheter for samlet frakt.
- 38) Dersom en fjernsalgsavtale som skal inngås elektronisk, innebærer en betalingsforpliktelse for forbrukeren, bør den næringsdrivende gjøre forbrukeren oppmerksom på en eventuell harmonisert etikett på en tydelig og framtrædende måte og umiddelbart før forbrukeren foretar en bestilling, for å sikre at forbrukeren tar hensyn til denne informasjonen.
- 39) Direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU bør fortsatt fungere som et «sikkerhetsnett» for å sikre at høy grad av forbrukervern kan opprettholdes i alle sektorer, gjennom å utfylle sektor- og produktspesifikk unionsrett som har forrang i tilfelle motstrid.
- 40) Ettersom målene for dette direktivet, som er å sette forbrukerne i stand til å treffe bedre informerte transaksjonsbeslutninger for å fremme bærekraftig forbruk, å eliminere praksis som skader den bærekraftige økonomien og hindrer forbrukerne i å ta bærekraftige forbruksvalg, og å sikre bedre og ensartet anvendelse av Unionens rettslige ramme på forbrukerområdet, ikke kan nås i tilstrekkelig grad av medlemsstatene og derfor på grunn av problemets unionsomfattende art bedre kan nås på unionsplan, kan Unionen treffe tiltak i samsvar med nærhetsprinsippet som fastsatt i artikkel 5 i traktaten om Den europeiske union. I samsvar med forholdsmessighetsprinsippet fastsatt i nevnte artikkel går dette direktivet ikke lenger enn det som er nødvendig for å nå disse målene.
- 41) I samsvar med den felles politiske erklæringen fra medlemsstatene og Kommisjonen av 28. september 2011 om forklarende dokumenter¹⁶ har medlemsstatene forpliktet seg til at de, i

¹⁶ EUT C 369 av 17.12.2011, s. 14.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

berettigede tilfeller, sammen med underretningen om innarbeidingstiltakene skal oversende ett eller flere dokumenter som forklarer sammenhengen mellom et direktivs bestanddeler og de tilsvarende delene i de nasjonale innarbeidingsinstrumentene. Med hensyn til dette direktivet anser regelgiveren at det er berettiget å oversende slike dokumenter.

- 42) For å lette korrekt anvendelse av dette direktivet er det viktig at Kommisjonen holder veiledningsdokumentene for direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU oppdatert, slik at de tar hensyn til innholdet i dette direktivet.

VEDTATT DETTE DIREKTIVET:

Artikkel 1

Endringer i direktiv 2005/29/EF

I direktiv 2005/29/EF gjøres følgende endringer:

- 1) I artikkel 2 første ledd gjøres følgende endringer:

- a) Følgende bokstav innsettes:

«ca) «varer» varer som definert i artikkel 2 nr. 5 i europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/771*,

* Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/771 av 20. mai 2019 om visse aspekter ved avtaler om salg av varer, om endring av forordning (EU) 2017/2394 og direktiv 2009/22/EF, og om oppheving av direktiv 1999/44/EF (EUT L 136 av 22.5.2019, s. 28).».

- b) Nye bokstaver skal lyde:

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

p) «generell miljøpåstand» enhver miljøpåstand framsatt i skriftlig eller muntlig form, herunder gjennom audiovisuelle medier, som ikke er inkludert på et bærekraftsmerke, og der påstanden

ikke er spesifisert på en tydelig og framtrædende måte på samme medium,

- q) «bærekraftsmerke» ethvert frivillig til-litsmerke, kvalitetsmerke eller tilsvarende, enten offentlig eller privat, som tar sikte på å framheve og markedsføre et produkt, en prosess eller en virksomhet med henvisning til dets miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller begge deler, og som ikke omfatter obligatorisk merker som er påkrevd etter unionsretten eller nasjonal rett,
- r) «sertifiseringsordning» en ordning med tredjepartskontroll som bekrefter at et produkt, en prosess eller en virksomhet oppfyller visse krav og dermed kan bruke det tilsvarende bærekraftsmerket, og hvis vilkår, inkludert kravene, er offentlig tilgjengelige og oppfyller følgende kriterier:
- i) Ordningen er, på transparente, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår, åpen for alle næringsdrivende som er villige og i stand til å oppfylle ordningens krav.
- ii) Ordningens krav er utarbeidet av eieren av ordningen i samråd med relevante eksperter og berørte parter.
- iii) Ordningen fastsetter prosedyrer for å håndtere manglende oppfyllelse av ordningens krav og inneholder bestemmelser om tilbakekalling eller suspensjon av næringsdrivendes bruk av bærekraftsmerket dersom ordningens krav ikke er oppfylt.
- iv) Tilsyn med at en næringsdrivende oppfyller ordningens krav, er underlagt en objektiv prosedyre og utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er basert på standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på unionsplan,
- s) «anerkjente fremragende miljøprestasjoner» miljøprestasjoner som er i sam-svar med europaparlaments- og rådsfor-ordning (EF) nr. 66/2010* eller med nasjonale eller regionale ordninger for miljømerking type I i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i medlemsstatene, eller de beste miljøpresta-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

sjonene i samsvar med annen gjeldende unionsrett,

- * Europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/2010 av 25. november 2009 om EU-miljømerket (EUT L 27 av 30.1.2010, s. 1).

- t) «holdbarhet» holdbarhet som definert i artikkel 2 nr. 13 i direktiv (EU) 2019/771,
u) «programvareoppdatering» en oppdatering som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være kontraktsmessige i henhold til europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/770** og direktiv (EU) 2019/771, herunder en sikkerhetsoppdatering eller en funksjonalitetsoppdatering,

- ** Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2019/770 av 20. mai 2019 om visse aspekter ved avtaler om levering av digitalt innhold og digitale tjenester (EUT L 136 av 22.5.2019, s. 1).».

- v) «forbruksvare» enhver komponent i en vare som brukes opp gjentatte ganger og må byttes ut eller etterfylles for at varen skal fungere etter hensikten,
w) «funksjonalitet» funksjonalitet som definert i artikkel 2 nr. 9 i direktiv (EU) 2019/771.

2) I artikkel 6 gjøres følgende endringer:

- a) I nr. 1 skal bokstav b) lyde:

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

- b) I nr. 2 skal nye bokstaver lyde:

«d) framsetting av en miljøpåstand knyttet til framtidige miljøprestasjoner uten klare, objektive, offentlig tilgjengelige og etterprøvbare forpliktelser fastsatt i en detaljert og realistisk gjennomføringsplan som inkluderer målbare og

tidfestede mål og andre relevante elementer som er nødvendige for å underbygge gjennomføringen, for eksempel tildeling av ressurser, og som regelmes-sig etterprøves av en uavhengig tredje-partsekspert hvis funn gjøres tilgjenge-lige for forbrukerne,

- e) reklame overfor forbrukerne for for-deler som er irrelevante og ikke følger av noen egenskap ved produktet eller virksomheten.».

3) I artikkel 7 skal nytt nummer lyde:

«7. Dersom en næringsdrivende leverer en tjene-ste som sammenligner produkter og gir forbrukeren opplysninger om miljøegen-skaper eller sosiale egenskaper eller om aspekter knyttet til sirkularitet, som hold-barhet, reparasjonsmuligheter eller resir-kuleringsmuligheter, for disse produktene eller leverandørene av disse produktene, skal opplysninger om sammenligningsme-toden, produktene som sammenlignes, og leverandørene av produktene, samt om til-takene som er iverksatt for å holde opplys-ningene oppdatert, anses som vesentlige opplysninger.».

- 4) Vedlegg I endres i samsvar med vedlegget til dette direktivet.

Artikkel 2

Endringer i direktiv 2011/83/EU

I direktiv 2011/83/EU gjøres følgende endringer:

- 1) I artikkel 2 innsettes følgende numre:

«14a) «kommersiell holdbarhetsgaranti» en produsents kommersielle holdbarhets-garanti som omhandlet i artikkel 17 i direktiv (EU) 2019/771, der produsenten er direkte ansvarlig overfor forbrukeren i hele den kommersielle holdbarhetsga-rantiens løpetid for reparasjon eller omle-vering av varene i samsvar med artikkel 14 i direktiv (EU) 2019/771, dersom vare-nes holdbarhet ikke opprettholdes,

14b) «holdbarhet» holdbarhet som definert i artikkel 2 nr. 13 i direktiv (EU) 2019/771,

14c) «produsent» en produsent som definert i artikkel 2 nr. 4 i direktiv (EU) 2019/771,

14d) «reparasjonsscore» en score som angir i hvilken grad det er mulig å reparere en vare, basert på harmoniserte krav fast-satt på unionsnivå,

14e) «programvareoppdatering» en gratis oppdatering, herunder en sikkerhetsopp-datering, som er nødvendig for at varer

med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være kontraktsmessige i henhold til direktiv (EU) 2019/770 og (EU) 2019/771,».

2) I artikkel 5 nr. 1 gjøres følgende endringer:

a) Bokstav e) skal lyde:

«e) en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at varer skal være kontraktsmessige, og om hovedelementene i denne, herunder at den har en varighet på minst to år som fastsatt i direktiv (EU) 2019/771, vist på en framtrædende måte, ved bruk av den harmoniserte meldingen omhandlet i artikkel 22a i dette direktivet,».

b) Følgende bokstaver innsettes:

«ea) dersom produsenten tilbyr forbrukeren en kommersiell holdbarhetsgaranti uten ekstra kostnad som gjelder hele varen og har en varighet på mer enn to år, og gjør disse opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende, opplysninger om at varen er dekket av en slik garanti, varigheten av denne og en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for kontraktsmessighet, vist på en framtrædende måte, ved bruk av den harmoniserte etiketten omhandlet i artikkel 22a,

eb) en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at digitalt innhold og digitale tjenester skal være kontraktsmessige,

ec) der dette er relevant, at det finnes ettersalgsservice og kommersielle garantier, samt vilkårene for dette,

ed) for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, dersom produsenten eller leverandøren gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende, hvor lenge produsenten eller leverandøren som et minimum leverer programvareoppdateringer, uttrykt enten som en tidsperiode eller ved henvisning til en dato.».

c) Nye bokstaver skal lyde:

«i) der dette er relevant, varenes reparasjonsscore,

j) dersom bokstav i) ikke er relevant, og forutsatt at produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende, opplysninger om tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og framgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varene fort-

satt skal være kontraktsmessige, om tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og om begrensninger for reparasjon.».

3) I artikkel 6 nr. 1 gjøres følgende endringer:

a) Bokstav g) skal lyde:

«g) vilkårene for betaling, levering, herunder miljøvennlige leveringsalternativer der dette er tilgjengelig, utførelse, innen hvilken frist den næringsdrivende påtar seg å levere varene eller utføre tjenestene, og eventuelt den næringsdrivendes ordninger for behandling av klager,».

b) Bokstav l) skal lyde:

«l) en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at varer skal være kontraktsmessige, og om hovedelementene i denne, herunder at den har en varighet på minst to år som fastsatt i direktiv (EU) 2019/771, vist på en framtrædende måte, ved bruk av den harmoniserte meldingen omhandlet i artikkel 22a i dette direktivet,».

c) Følgende bokstaver innsettes:

«la) dersom produsenten tilbyr forbrukeren en kommersiell holdbarhetsgaranti uten ekstra kostnad som gjelder hele varen og har en varighet på mer enn to år, og gjør disse opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende, opplysninger om at varen er dekket av en slik garanti, varigheten av denne og en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for kontraktsmessighet, vist på en framtrædende måte, ved bruk av den harmoniserte etiketten omhandlet i artikkel 22a,

lb) en påminnelse om at det finnes en lovbestemt ansvarsperiode for at digitalt innhold og digitale tjenester skal være kontraktsmessige,

lc) for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, dersom produsenten eller leverandøren gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende, hvor lenge produsenten eller leverandøren som et minimum leverer programvareoppdateringer, uttrykt enten som en tidsperiode eller ved henvisning til en dato.».

d) Nye bokstaver skal lyde:

«u) der dette er relevant, varenes reparasjonsscore,

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

- v) dersom bokstav u) ikke er relevant, og forutsatt at produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende, opplysninger om tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og framgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varene fortsett skal være kontraktsmessige, om tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og om begrensninger for reparasjon.».
- 4) I artikkel 8 nr. 2 skal første ledd lyde:
- «2. Dersom en fjernsalgsavtale som skal inngå elektronisk, innebærer en betalingsforpliktelse for forbrukeren, skal den næringsdrivende gjøre forbrukeren oppmerksom på opplysningene fastsatt i artikkel 6 nr. 1 bokstav a), e), la), o) og p) på en tydelig og framtreddende måte, umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen.».
- 5) I kapittel V innsettes følgende artikkel:

«Artikkel 22a

Harmonisert melding og harmonisert etikett

1. For å sikre at forbrukerne er godt informert og lett kan forstå hvilke rettigheter de har i hele Unionen, skal det brukes en harmonisert melding til å gi opplysninger i henhold til artikkel 5 nr. 1 bokstav e) og artikkel 6 nr. 1 bokstav l), mens en harmonisert etikett skal brukes til å gi opplysninger i henhold til artikkel 5 nr. 1 bokstav ea) og artikkel 6 nr. 1 bokstav la).
2. Innen 27. september 2025 skal Kommisjonen ved hjelp av gjennomføringsrettsakter spesifisere utformingen av og innholdet i den harmoniserte meldingen nevnt i nr. 1.
3. Den harmoniserte meldingen bør omfatte hovedelementene i den lovbestemte ansvarsperioden for kontraktsmessighet, inkludert at den har en varighet på minst to år som fastsatt i direktiv (EU) 2019/771, og en generell henvisning til muligheten for at den har lengre varighet etter nasjonal rett.
4. Innen 27. september 2025 skal Kommisjonen ved hjelp av gjennomføringsrettsakter spesifisere utformingen av og innholdet i den harmoniserte etiketten nevnt i nr. 1.
5. Den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten skal være lett gjenkjennelige og forståelige for forbrukerne og lette å bruke og reproducere for næringsdrivende.

6. Disse gjennomføringsrettsaktene skal vedtas i samsvar med undersøkelsesprosedyren nevnt i artikkel 27a.».

- 6) Følgende artikkel innsettes:

«Artikkel 27a

Komitéprosedyre

1. Kommisjonen skal bistås av en komité. Denne komiteen skal være en komité i henhold til europaparlaments- og rådsforordning (EU) nr. 182/2011*.
2. Når det vises til dette nummeret, får artikkel 5 i forordning (EU) nr. 182/2011 anvendelse.

* Europaparlaments- og rådsforordning (EU) nr. 182/2011 av 16. februar 2011 om fastsettelse av allmenne regler og prinsipper for medlemsstatenes kontroll med Kommisjonens utøvelse av sin gjennomføringsmyndighet (EUT L 55 av 28.2.2011, s. 13).».

Artikkel 3

Kommisjonens rapportering og revisjon

Senest 27. september 2031 skal Kommisjonen framlegge for Europaparlamentet og Rådet en rapport om anvendelsen av dette direktivet.

Rapporten skal omfatte en vurdering av dette direktivets bidrag til å styrke forbrukerrettighetene, særlig hvor effektive den harmoniserte etiketten og den harmoniserte meldingen er når det gjelder å forbedre tilgjengeligheten av kommersielle holdbarhetsgarantier og forbrukernes forståelse av dem, samt forbrukernes kjennskap til hvilke rettigheter de har i henhold til den lovbestemte ansvarsperioden for kontraktsmessighet. Videre skal rapporten vurdere dette direktivets samlede bidrag til forbrukernes deltakelse i det grønne skiftet og hvilke konsekvenser det har for næringsdrivende.

Rapporten skal eventuelt følges av relevante regelverksforslag.

Artikkel 4

Innarbeiding i nasjonal rett

1. Medlemsstatene skal senest 27. mars 2026 vedta og kunngjøre de bestemmelsene som er nødvendige for å etterkomme dette direktivet. De skal umiddelbart underrette Kommisjonen om dette.

De skal anvende disse bestemmelsene fra 27. september 2026.

Når disse bestemmelsene vedtas av medlemsstatene, skal de inneholde en henvisning til dette direktivet, eller det skal vises til direk-

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

tivet når de kunngjøres. Nærmere regler for henvisningen fastsettes av medlemsstatene.

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

Artikkel 5

Ikrafttredelse

Dette direktivet trer i kraft den 20. dagen etter at det er kunngjort i *Den europeiske unions tidende*.

Artikkel 6

Adressater

Dette direktivet er rettet til medlemsstatene.

Utferdiget i Strasbourg 28. februar 2024.

For Europaparlamentet *For Rådet*

R. METSOLA M. MICHEL

President *Formann*

VEDLEGG

I vedlegg I til direktiv 2005/29/EF gjøres følgende endringer:

- 1) Følgende nummer innsettes:

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

- 2) Følgende numre innsettes:

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

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

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

- 3) Følgende nummer innsettes:

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

- 4) Følgende numre innsettes:

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

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

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

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

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

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

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

Vedlegg 2

Europaparlamentets og rådets direktiv (EU) 2023/2673 af 22. november 2023 om ændring af direktiv 2011/83/EU for så vidt angår aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg og om ophævelse af direktiv 2002/65/EF

(EØS-relevant tekst)

EUROPA-PARLAMENTET OG RÅDET FOR DEN EUROPÆISKE UNION HAR —

under henvisning til traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde, særlig artikel 114, under henvisning til forslag fra Europa-Kommissionen,

efter fremsendelse af udkast til lovgivningsmæssig retsakt til de nationale parlamenter, efter høring af Den Europæiske Centralbank,

under henvisning til udtalelse fra Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg¹, efter den almindelige lovgivningsprocedure², og ud fra følgende betragtninger:

- (1) Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/65/EF³ fastsætter bestemmelser på EU-plan for fjernsalg af finansielle tjenesteydelser til forbrugerne. Samtidig fastsætter Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2011/83/EU⁴ bl.a. bestemmelser om aftaler om fjernsalg af varer og tjenesteydelser, der indgås mellem en erhvervsdrivende og en forbruger.
- (2) Efter artikel 169, stk. 1, og artikel 169, stk. 2, litra a), i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde (TEUF) skal Unionen bidrage til opnåelsen af et højt forbrugerbe-

skyttelsesniveau ved foranstaltninger, som den vedtager i henhold til artikel 114. I henhold til artikel 38 i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder («chartret») skal der sikres et højt forbrugerbeskyttelsesniveau i Unionens politikker.

- (3) For at sikre valgfrihed er der inden for rammerne af det indre marked behov for en høj grad af forbrugerbeskyttelse på området for aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg, således at forbrugernes tillid og tiltro til fjernsalg styrkes.
- (4) Det samme høje forbrugerbeskyttelsesniveau i hele det indre marked sikres bedst gennem fuld harmonisering. Der er behov for fuldstændig harmonisering for at sikre, at alle forbrugere i Unionen nyder samme høje grad af beskyttelse af deres interesser, og for at skabe et velfungerende indre marked. Medlemsstaterne bør derfor ikke kunne bibeholde eller indføre andre bestemmelser i deres nationale lovgivning end dem, der er fastsat i dette direktiv for så vidt angår aspekter, der er omfattet af direktivet, medmindre andet er fastsat i dette direktiv. Hvor der ikke findes harmoniserede bestemmelser, bør medlemsstaterne fortsat kunne bibeholde eller indføre bestemmelser i deres nationale lovgivning.
- (5) Direktiv 2002/65/EF har været genstand for forskellige revisioner. Disse revisioner viste, at den gradvise indførelse af sektorspecifik EU-lovgivning har ført til betydelige overlapninger mellem denne lovgivning og direktiv 2002/65/EF, og at digitaliseringen har forværret visse aspekter, der ikke er fuldt ud omfattet af nævnte direktiv.
- (6) Digitaliseringen har bidraget til en markedsudvikling, som ikke var forudsat på tidspunk-

¹ EUT C 486 af 21.12.2022, s. 139.

² Europa-Parlamentets holdning af 5.10.2023 (endnu ikke offentliggjort i EUT) og Rådets afgørelse af 23.10.2023.

³ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/65/EF af 23. september 2002 om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser til forbrugerne og om ændring af Rådets direktiv 90/619/EØF samt direktiv 97/7/EF og 98/27/EF (EFT L 271 af 9.10.2002, s. 16).

⁴ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2011/83/EU af 25. oktober 2011 om forbrugerrettigheder, om ændring af Rådets direktiv 93/13/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 1999/44/EF samt om ophævelse af Rådets direktiv 85/577/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF (EUT L 304 af 22.11.2011, s. 64).

tet for vedtagelsen af direktiv 2002/65/EF. Faktisk har den hurtige teknologiske udvikling siden da medført betydelige ændringer af markedet for finansielle tjenesteydelser. Selv om der er vedtaget mange sektorspecifikke retsakter på EU-plan, har de finansielle tjenesteydelser, der tilbydes forbrugerne, udviklet sig og er blevet betydeligt mere alsidige. Der er dukket nye produkter op, navnlig i onlinemiljøet, og brugen heraf udvikler sig fortsat, ofte på en hurtig og uforudsigelig måde. I den forbindelse er den horisontale anvendelse af direktiv 2002/65/EF stadig relevant. Anvendelsen af nævnte direktiv på finansielle tjenesteydelser til forbrugere, der ikke er reguleret ved sektorspecifik EU-lovgivning, har betydet, at et sæt harmoniserede bestemmelser finder anvendelse til fordel for forbrugere og erhvervsdrivende. Denne «sikkerhedsnetfunktion» bidrager til at sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau, samtidig med at der sikres lige vilkår for de erhvervsdrivende.

- (7) For at tage hensyn til, at den gradvise indførelse af sektorspecifik EU-lovgivning har ført til betydelige overlap mellem denne lovgivning og direktiv 2002/65/EF, og at digitaliseringen har forværret visse aspekter, der ikke er fuldt ud omfattet af nævnte direktiv, bl.a. hvordan og hvornår der bør gives oplysninger til forbrugeren, er det nødvendigt at revidere de bestemmelser, der finder anvendelse på aftaler om finansielle tjenesteydelser, der indgås ved fjernsalg mellem en forbruger og en erhvervsdrivende, samtidig med at det sikres, at «sikkerhedsnetfunktionen» anvendes på finansielle tjenesteydelser, der enten ikke er omfattet af sektorspecifik EU-lovgivning, eller som er udelukket fra anvendelsesområdet for EU-retsakter, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser.
- (8) For at sikre et ensartet forbrugerbeskyttelsesniveau i hele Unionen og undgå forskelle, der hæmmer indgåelsen af aftaler om finansielle tjenesteydelser i det indre marked, er der behov for bestemmelser for at skabe retssikkerhed og gennemsigtighed for erhvervsdrivende, herunder mikrovirksomheder, små og mellemstore virksomheder, og for at give forbrugere i alle medlemsstater rettigheder og forpligtelser, der kan håndhæves retsligt. Medlemsstaterne opfordres til at tage hensyn til mikrovirksomheders, små og mellemstore virksomheders særlige behov i forbindelse med anvendelsen af bestemmelserne

til gennemførelse af dette direktiv. Begreberne mikrovirksomheder, små og mellemstore virksomheder bør forstås som defineret i artikel 2 i bilaget til Kommissionens henstilling 2003/361/EF⁵.

- (9) Direktiv 2011/83/EU fastsætter i lighed med direktiv 2002/65/EF en ret til oplysninger forud for aftaleindgåelsen og en fortrydelsesret i forbindelse med visse forbruger aftaler indgået ved fjernsalg. Komplementariteten mellem disse direktiver er imidlertid begrænset, eftersom direktiv 2011/83/EU ikke omfatter finansielle tjenesteydelser, der i det pågældende direktiv defineres som enhver tjenesteydelse, der vedrører bankvirksomhed, långivning, forsikringer, individuelle pensionsordninger, investeringer eller betalinger. I denne forbindelse bør en boligopsparingskonto og en forbruger kreditaftale betragtes som finansielle tjenesteydelser. Salg af varer såsom ædelmetaller, diamanter, vin eller whisky bør ikke i sig selv betragtes som en finansiell tjenesteydelse.
- (10) En udvidelse af anvendelsesområdet for direktiv 2011/83/EU til at omfatte aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg bør sikre den nødvendige komplementaritet. På grund af den særlige karakter af finansielle tjenesteydelser til forbrugere, navnlig som følge af deres kompleksitet, er det ikke hensigtsmæssigt, at alle bestemmelserne i direktiv 2011/83/EU finder anvendelse på aftaler om finansielle tjenesteydelser til forbrugere, der indgås ved fjernsalg. Ved at tilføje et særligt kapitel til direktiv 2011/83/EU med bestemmelser, der kun gælder for aftaler om finansielle tjenesteydelser til forbrugere indgået ved fjernsalg, kan den nødvendige klarhed og retssikkerhed sikres.
- (11) Aftaler om finansielle tjenesteydelser, der indgås på anden måde end ved fjernsalg, er ikke omfattet af dette direktiv. Medlemsstaterne kan derfor i overensstemmelse med EU-retten fastsætte, hvilke bestemmelser der finder anvendelse på sådanne aftaler, herunder ved at anvende kravene i dette direktiv på aftaler, der ikke er omfattet af dets anvendelsesområde.
- (12) Selv om det ikke er alle bestemmelser i direktiv 2011/83/EU, der bør finde anvendelse på aftaler om finansielle tjenesteydelser

⁵ Kommissionens henstilling 2003/361/EF af 6. maj 2003 om definitionen af mikrovirksomheder, små og mellemstore virksomheder (EUT L 124 af 20.5.2003, s. 36).

indgået ved fjernsalg på grund af disse tjenesteydelsers særlige karakter, bør visse bestemmelser i direktiv 2011/83/EU, f.eks. relevante definitioner og bestemmelserne om yderligere betalinger, håndhævelse, levering uden forudgående anmodning og rapportering, også finde anvendelse på aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg. Anvendelsen af disse bestemmelser sikrer komplementariteten mellem de forskellige typer aftaler indgået ved fjernsalg.

- (13) Med hensyn til sanktioner bør medlemsstaterne fastsætte bestemmelser om sanktioner, der skal anvendes i tilfælde af overtrædelser af bestemmelser i deres nationale lovgivning, der er vedtaget i medfør af dette direktiv, og bør træffe alle nødvendige foranstaltninger for at sikre, at de gennemføres. De fastsatte sanktioner bør være effektive, stå i rimeligt forhold til overtrædelserne og have afskrækkende virkning i overensstemmelse med artikel 24, stk. 1, i direktiv 2011/83/EU. Dette direktiv bør også indeholde specifikke bestemmelser om pålæggelse af sanktioner i henhold til artikel 21 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/2394⁶ for aftaler om fjernsalg, der indgås mellem en erhvervsdrivende og en forbruger med henblik på levering af finansielle tjenesteydelser. De øvrige bestemmelser om sanktioner i artikel 24, stk. 2-5, i direktiv 2011/83/EU finder ikke anvendelse på aftaler om fjernsalg, der indgås mellem en erhvervsdrivende og en forbruger med henblik på levering af finansielle tjenesteydelser.

- (14) I direktiv 2011/83/EU bør der indføres et særligt kapitel, der indeholder de bestemmelser i direktiv 2002/65/EF, der stadig er relevante og nødvendige, navnlig dem, der vedrører retten til oplysninger forud for aftaleindgåelsen og fortrydelsesretten, og bestemmelser, der sikrer retfærdighed online i forbindelse med aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg.

- (15) Eftersom aftaler om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser oftest indgås elektronisk, bør bestemmelser til sikring af retfærdighed online, når der indgås aftale om finansielle tjenesteydelser ved fjernsalg, bidrage til at nå de mål, der er fastsat i artikel 114 i TEUF og

artikel 38 i chartret. Bestemmelsen om fyldestgørende redegørelser bør sikre yderligere gennemsigtighed og give forbrugeren ret til at anmode om personlig betjening ved interaktion med den erhvervsdrivende gennem fuldautomatiske onlinegrænseflader som f.eks. chatbots, robotrådgivning, interaktive værktøjer eller tilsvarende midler.

- (16) Visse finansielle tjenesteydelser til forbrugere er reguleret ved specifikke EU-retsakter, der fortsat finder anvendelse på disse finansielle tjenesteydelser. Dette direktiv ændrer ikke eksisterende sektorspecifikke EU-retsakter. Af hensyn til retssikkerheden og for at sikre, at der ikke sker dobbeltarbejde eller overlap, skal det præciseres, at når andre EU-retsakter, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, indeholder bestemmelser om oplysninger forud for aftaleindgåelsen, om fortrydelsesret eller om fyldestgørende redegørelser, og uanset hvor detaljerede disse bestemmelser er, bør kun de respektive bestemmelser i disse andre EU-retsakter finde anvendelse på de pågældende specifikke finansielle tjenesteydelser til forbrugere, medmindre andet er fastsat i nævnte retsakter, herunder medlemsstaternes udtrykkelige mulighed for at udelukke anvendelsen af disse specifikke bestemmelser. Når en specifik EU-retsakt i denne forbindelse fastsætter bestemmelser, der giver medlemsstaterne mulighed for ikke at anvende den pågældende specifikke EU-retsakt, men i stedet henviser til anvendelsen af en anden specifik EU-retsakt, f.eks. i artikel 3, stk. 3, litra a), i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/17/EU⁷, bør bestemmelserne i den pågældende EU-retsakt have forrang, og nærværende direktiv bør ikke finde anvendelse. Tilsvarende bør bestemmelserne i den specifikke EU-retsakt have forrang, og nærværende direktiv bør ikke finde anvendelse i de tilfælde, hvor den specifikke EU-retsakt indeholder bestemmelser om passende alternative ordninger, for at sikre, at forbrugerne modtager rettidige oplysninger forud for aftaleindgåelsen, f.eks. i artikel 3, stk. 5, i direktiv 2014/17/EU.
- (17) Med hensyn til oplysninger forud for aftaleindgåelsen indeholder visse EU-retsakter,

⁶ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/2394 af 12. december 2017 om samarbejde mellem nationale myndigheder med ansvar for håndhævelse af lovgivning om forbrugerbeskyttelse og om ophævelse af forordning (EF) nr. 2006/2004 (EUT L 345 af 27.12.2017, s. 1).

⁷ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/17/EU af 4. februar 2014 om forbrugerkreditaftaler i forbindelse med fast ejendom til beboelse og om ændring af direktiv 2008/48/EF og 2013/36/EU og forordning (EU) nr. 1093/2010 (EUT L 60 af 28.2.2014, s. 34).

der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, bestemmelser, der er tilpasset disse specifikke finansielle tjenesteydelser, og som har til formål at sikre, at forbrugerne er i stand til at forstå den foreslåede aftales væsentlige karakteristika. F.eks. indeholder Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1238⁸ og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/92/EU⁹, 2014/65/EU¹⁰ og (EU) 2016/97¹¹ bestemmelser om oplysninger forud for aftaleindgåelsen i den grundlæggende specifikke EU-retsakt og giver også Kommissionen beføjelse til at vedtage delegerede retsakter eller gennemførelsesretsakter. Kun de oplysninger, der skal gives forud for indgåelsen af aftalen, og som er fastsat i sådanne EU-retsakter, bør finde anvendelse på disse specifikke finansielle tjenesteydelser til forbrugere, medmindre andet er fastsat i nævnte retsakter. Dette bør også være tilfældet, når EU-retsakten, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, indeholder andre eller minimale bestemmelser om oplysninger forud for aftaleindgåelsen i forhold til de bestemmelser, der er fastsat i dette direktiv.

- (18) For så vidt angår fortrydelsesret bør kun de respektive bestemmelser i den EU-retsakt, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser til forbrugere, finde anvendelse på de pågældende specifikke finansielle tjenesteydelser til forbrugere, hvis den pågældende EU-retsakt giver forbrugerne tid til at overveje konsekvenserne af den underskrevne aftale og uanset betegnelsen i den pågældende EU-retsakt, medmindre andet er fastsat i nævnte retsakt. Når f.eks. artikel 186 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2009/138/EF¹² finder anvendelse, finder bestemmelserne om «opsigelsesperiode» i direktiv 2009/138/EF anvendelse og ikke bestemmelserne om fortrydelsesret i nær-

værende direktiv, og når artikel 14, stk. 6, i direktiv 2014/17/EU finder anvendelse, er det bestemmelserne om muligheden for at vælge mellem fortrydelsesret og betænkningstid i direktiv 2014/17/EU, der finder anvendelse, og ikke bestemmelserne om fortrydelsesret i nærværende direktiv.

- (19) I overensstemmelse med direktiv 2014/17/EU og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2023/2225¹³ kan medlemsstaterne i overensstemmelse med EU-retten anvende disse direktiver på områder, der ikke er omfattet af deres anvendelsesområde. Det bør derfor præciseres, at medlemsstaterne kan anvende artikel 14, stk. 6, i direktiv 2014/17/EU på kreditaftaler, selv om sådanne aftaler er undtaget fra nævnte direktivs anvendelsesområde i henhold til direktivets artikel 3, stk. 2. Det bør ligeledes præciseres, at medlemsstaterne kan anvende artikel 26 og 27 i direktiv (EU) 2023/2225 på kreditaftaler, selv om sådanne aftaler er undtaget fra nævnte direktivs anvendelsesområde i henhold til direktivets artikel 2, stk. 2.
- (20) Med hensyn til bestemmelserne om fyldestgørende redegørelser indeholder visse EU-retsakter, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, såsom direktiv 2014/17/EU, 2014/65/EU og (EU) 2016/97, allerede bestemmelser om fyldestgørende redegørelser, som de erhvervsdrivende skal give forbrugerne med hensyn til den foreslåede aftale. Af hensyn til retssikkerheden bør bestemmelserne om fyldestgørende redegørelser i dette direktiv ikke finde anvendelse på finansielle tjenesteydelser, der er omfattet af EU-retsakter, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, og som indeholder bestemmelser om fyldestgørende redegørelser, der skal gives til forbrugeren forud for aftalens indgåelse, uanset betegnelsen i den pågældende EU-retsakt.
- (21) Hvis EU-retsakter, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, indeholder bestemmelser om oplysninger forud for aftalens indgåelse, men ikke fastsætter bestem-

⁸ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2019/1238 af 20. juni 2019 om et paneuropæisk personligt pensionsprodukt (PEPP-produkt) (EUT L 198 af 25.7.2019, s. 1).

⁹ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/92/EU af 23. juli 2014 om sammenlignelighed af gebyrer i forbindelse med betalingskonti, flytning af betalingskonti og adgang til betalingskonti med basale funktioner (EUT L 257 af 28.8.2014, s. 214).

¹⁰ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/65/EU af 15. maj 2014 om markeder for finansielle instrumenter og om ændring af direktiv 2002/92/EF og direktiv 2011/61/EU (EUT L 173 af 12.6.2014, s. 349).

¹¹ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2016/97 af 20. januar 2016 om forsikringsdistribution (EUT L 26 af 2.2.2016, s. 19).

¹² Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2009/138/EF af 25. november 2009 om adgang til og udøvelse af forsikrings- og genforsikringsvirksomhed (Solvens II) (EUT L 335 af 17.12.2009, s. 1).

¹³ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2023/2225 af 18. oktober 2023 om forbrugerkreditaftaler og om ophævelse af direktiv 2008/48/EF (EUT L, 2023/2225 af 30.10.2023, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2023/2225/oj>).

melser om fortrydelsesretten, bør bestemmelserne om fortrydelsesret i henhold til dette direktiv finde anvendelse. F.eks. indeholder direktiv 2009/138/EF bestemmelser om oplysningskrav forud for aftaleindgåelsen, men sikrer med hensyn til skadesforsikring ikke en ret, der giver forbrugeren tid til at overveje konsekvenserne af den indgåede aftale. I så fald bør bestemmelserne om oplysninger forud for aftaleindgåelsen som fastsat i den EU-retsakt, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, finde anvendelse, og bestemmelserne om fortrydelsesret som fastsat i dette direktiv bør finde anvendelse. Hvis en EU-retsakt, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, ikke indeholder bestemmelser om oplysning om fortrydelsesret, bør den erhvervsdrivende give disse oplysninger i henhold til dette direktiv for at sikre, at forbrugeren er behørigt bekendt med de relevante oplysninger.

- (22) Hvis EU-retsakter, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, indeholder bestemmelser om oplysninger forud for aftaleindgåelsen, men ikke fastsætter bestemmelser om fortrydelsesret, bør den fortrydelsesfrist, der er fastsat i dette direktiv, finde anvendelse og løbe enten fra datoen for indgåelse af aftalen om fjernsalg i henhold til dette direktiv eller fra den dag, hvor forbrugeren modtager aftalevilkårene og -betingelserne og oplysningerne forud for aftaleindgåelsen i overensstemmelse med de EU-retsakter, der regulerer disse specifikke finansielle tjenesteydelser, hvis dette tidspunkt er senere end den dag hvor aftalen om fjernsalg er indgået. Hvis en EU-retsakt, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, ikke indeholder bestemmelser vedrørende oplysninger om fortrydelsesret, bør den erhvervsdrivende, for at fortrydelsesfristen begynder at løbe, ud over aftalevilkårene og -betingelserne og oplysningerne forud for aftaleindgåelsen i overensstemmelse med den EU-retsakt, der regulerer disse specifikke finansielle tjenesteydelser, også give de oplysninger om fortrydelsesret, der er fastsat i dette direktiv.
- (23) Aftaler om finansielle tjenesteydelser til brugere, der er indgået ved fjernsalg, kræver anvendelse af fjernkommunikationsteknik, der anvendes som led i et system til levering af varer eller tjenesteydelser ved fjernsalg uden samtidig tilstedeværelse af den erhvervsdrivende og forbrugeren. For at

adressere disse kommunikationsteknikkers konstante udvikling bør der fastlægges principper, som også gælder for endnu ikke udbredte eller kendte teknikker.

- (24) En enkelt aftale om finansielle tjenesteydelser, der omfatter successive operationer eller enkeltoperationer af samme karakter over en vis periode, kan give anledning til forskellige juridiske formuleringer afhængigt af lovgivningen i de enkelte medlemsstater, men det er vigtigt, at bestemmelserne anvendes på samme måde i alle medlemsstater. Bestemmelserne om aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg bør således anvendes på den første af en række successive operationer eller enkeltoperationer af samme karakter over en vis periode, der kan betragtes som udgørende et hele, hvad enten operationen eller rækken af operationer er omfattet af en enkelt aftale eller flere successive aftaler. Hvis der ikke foreligger en første aftale, bør bestemmelserne om aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg finde anvendelse på alle successive operationer eller enkeltoperationer, bortset fra oplysningerne forud for aftaleindgåelsen, som kun bør gælde for den første operation. Ved «en første aftale om tjenesteydelser» forstås f.eks. oprettelse af en bankkonto, og ved «operationer» forstås f.eks. indsættelse af penge på eller hævnning af penge fra en bankkonto. Tilføjelse af nye elementer til en første aftale om tjenesteydelser, f.eks. muligheden for at bruge et elektronisk betalingsmiddel i forbindelse med en eksisterende bankkonto, udgør ikke en «operation», men en supplerende aftale.
- (25) For at afgrænse anvendelsesområdet for dette direktiv bør bestemmelserne om aftaler om finansielle tjenesteydelser til brugere indgået ved fjernsalg ikke finde anvendelse på tjenesteydelser, der leveres helt lejligheidsvis og uden for rammerne af en forretningsstruktur, der har til formål at indgå aftaler om fjernsalg.
- (26) Anvendelsen af fjernkommunikationsteknikker rummer gode muligheder for at skaffe oplysninger og bør ikke uberettiget begrænse de oplysninger, der gives forbrugeren. Ved brug af taletelefoni kan den erhvervsdrivende, hvis forbrugeren giver sit udtrykkelige samtykke, nøjes med kun at give et begrænset antal oplysninger forud for aftalens indgåelse, inden forbrugeren er bundet af aftalen om fjernsalg. Den erhvervsdrivende

vende bør give de resterende oplysninger umiddelbart efter aftalens indgåelse. Af hensyn til gennemsigtigheden bør der fastsættes krav for, hvornår oplysningerne bør gives til forbrugeren forud for indgåelsen af aftalen om fjernsalg, og hvordan disse oplysninger bør nå frem til forbrugeren. For at kunne træffe beslutning med fuldt kendskab til de faktiske omstændigheder bør forbrugerne modtage alle oplysninger forud for aftalens indgåelse i god tid før og ikke samtidig med indgåelsen af aftalen om fjernsalg eller et tilsvarende tilbud. Dette skal sikre, at forbrugeren har tilstrækkelig tid til at læse og forstå oplysningerne forud for aftaleindgåelsen, sammenligne tilbud og træffe en informeret beslutning. Hvis oplysningerne gives mindre end én dag før indgåelsen af aftalen om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser, bør den erhvervsdrivende være forpligtet til på et varigt medium at minde forbrugeren om muligheden for at fortryde aftalen om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser. I tilfælde af at oplysningerne forud for aftaleindgåelsen gives mindre end én dag, inden forbrugeren er bundet af en aftale om fjernsalg, bør den erhvervsdrivende, på et varigt medium, mellem én og syv dage efter aftalens indgåelse minde forbrugeren om muligheden for at fortryde aftalen om fjernsalg.

- (27) Oplysningskravene bør moderniseres og fremtidssikres. Den erhvervsdrivende bør derfor meddele forbrugeren sit telefonnummer og sin e-mailadresse eller oplysninger om andre kommunikationsmidler, der kan omfatte forskellige kommunikationsmetoder, samt oplysninger om, hvortil klager skal indgives. Kravene til klagebehandlingspolitikken kan fastsættes af medlemsstaterne. Forbrugerne bør informeres om de specifikke ekstraomkostninger ved brug af fjernkommunikationsteknik. Nogle erhvervsdrivende anvender automatisk beslutningstagning til at differentiere priserne mellem forskellige forbrugergrupper, og i visse tilfælde tilpasses priserne forbrugernes individuelle prisfølsomhed. Derfor bør forbrugerne, inden de er bundet af en aftale om fjernsalg, informeres om, at prisen på den finansielle tjenesteydelse er personaliseret på grundlag af automatisk beslutningstagning.

- (28) I henhold til direktiv 2002/65/EF kunne medlemsstaterne opretholde eller indføre strengere bestemmelser vedrørende krav om forhåndsuplysninger, forudsat at disse

bestemmelser var forenelige med EU-retten. Flere medlemsstater har opretholdt eller indført strengere oplysningskrav i den forbindelse. Muligheden for at tilbyde et højere forbrugerbeskyttelsesniveau med hensyn til bestemmelserne om oplysninger forud for aftaleindgåelsen bør bibeholdes. Dette bør gælde både for listen over oplysninger og for, hvordan oplysningerne præsenteres. Anvendelsen af strengere bestemmelser kan også indebære, at krav, der er fastsat i EU-retsakter vedrørende specifikke finansielle tjenesteydelser, finder anvendelse på finansielle tjenesteydelser, der ikke er omfattet af de pågældende sektorspecifikke EU-retsakter.

- (29) Visse finansielle tjenesteydelser kan integrere miljømæssige eller sociale faktorer i deres investeringsstrategi. For at kunne træffe en informeret beslutning bør forbrugeren også informeres om de særlige miljømæssige eller sociale mål, som den finansielle tjenesteydelse tager sigte på.
- (30) Alle oplysninger forud for aftaleindgåelsen bør gives på et varigt medium i et læsbart format og på en sådan måde, at oplysningerne både er letforståelige for forbrugeren og er i et læsbart format. Ved læsbart format forstås, at det er skrevet med en læsbar skriftstørrelse og i farver, der ikke mindsker oplysningernes forståelighed, herunder når dokumentet forelægges, udskrives eller fotokopieres i sort-hvid. Desuden bør alt for lange og komplekse beskrivelser, lille skrift og overdreven brug af hyperlinks så vidt muligt undgås, da det er metoder, der hæmmer forbrugernes forståelse. Hvis oplysningerne ikke kan gives på et varigt medium inden aftalens indgåelse på grund af de medier, som forbrugeren har valgt, bør de gives umiddelbart efter indgåelsen.
- (31) Oplysningskravene bør tilpasses, således at der tages hensyn til visse mediers tekniske begrænsninger, såsom de begrænsninger, der er forbundet med antallet af tegn på visse mobiltelefonskærme. I forbindelse med mobiltelefonskærme, hvor den erhvervsdrivende har tilpasset indholdet og præsentationen af onlinegrænsefladen til sådanne enheder, bør følgende oplysninger gives på forhånd og så fremtrædende som muligt: oplysninger om den erhvervsdrivendes identitet, de vigtigste karakteristika ved den finansielle tjenesteydelse til forbrugere, den samlede pris, som forbrugeren skal betale den erhvervsdrivende for den finansielle tjeneste-

ydelse, herunder alle afgifter, der er betalt via den erhvervsdrivende, eller, hvis det ikke er muligt at angive en nøjagtig pris, grundlaget for beregningen af prisen, der gør det muligt for forbrugeren at kontrollere den, og om, hvorvidt der foreligger fortrydelsesret, herunder betingelser, frister og procedurer for udøvelse af denne ret. Resten af oplysningerne kan være lagdelte. Alle oplysninger bør dog gives på et varigt medium inden indgåelsen af aftalen om fjernsalg.

- (32) Når der gives oplysninger forud for aftaleindgåelsen ad elektronisk vej, bør sådanne oplysninger fremlægges på en klar og forståelig måde. I den forbindelse kan oplysningerne fremhæves, indrammes og kontekstualiseres effektivt på skærmen. Lagdelingsteknikken, hvor visse oplysningskrav forud for aftaleindgåelsen betragtes som centrale elementer og dermed placeres på en fremtrædende måde i første lag, og andre detaljerede dele af oplysningerne forud for aftaleindgåelsen præsenteres i ledsagende lag, er blevet afprøvet og har vist sig at være nyttig i forbindelse med visse finansielle tjenesteydelser. Når der gøres brug af lagdelingsteknikken i henhold til dette direktiv, bør den erhvervsdrivende i det første lag af de elektroniske midler mindst angive den erhvervsdrivendes navn og erhvervsmæssige hovedaktivitet, den finansielle tjenesteydelses vigtigste karakteristika, den samlede pris, som forbrugeren skal betale, at der kan være andre afgifter eller omkostninger, og hvorvidt der er fortrydelsesret. De øvrige oplysningskrav forud for aftaleindgåelsen kan vises i andre lag. Når der anvendes lagdeling, bør alle oplysninger være let tilgængelige for forbrugeren, og anvendelsen af ledsagende lag bør ikke aflede kundens opmærksomhed fra dokumentets indhold og bør ikke skjule centrale oplysninger. Det bør være muligt at udskrive alle dele af oplysningerne forud for aftaleindgåelsen i ét enkelt dokument.
- (33) En anden mulig måde at give oplysninger forud for aftaleindgåelsen på ad elektronisk vej er ved hjælp af indholdsfor-tegnelsen med overskrifter, der kan udvides. På det øverste niveau kan forbrugerne f.eks. se de overordnede emner, som hver især kan udvides, når der klikkes på det, så forbrugerne dirigeres til en mere detaljeret præsentation af de relevante oplysninger. På denne måde har forbrugeren alle de nødvendige oplysninger på ét sted og har samtidig kontrol over, hvad der

ses og hvornår. Forbrugerne bør have mulighed for at downloade hele dokumentet med oplysninger forud for aftaleindgåelsen og gemme det som et selvstændigt dokument.

- (34) Forbrugerne bør have fortrydelsesret uden bod og uden pligt til at skulle give en begrundelse. Når fortrydelsesretten bortfalder, fordi forbrugeren udtrykkeligt har anmodet om at få en aftale om fjernsalg opfyldt inden fortrydelsesfristens udløb, bør den erhvervsdrivende underrette forbrugeren herom, inden opfyldelsen af aftalen påbegyndes.
- (35) Fortrydelsesfristen bør udløbe 14 kalenderdage efter enten dagen for indgåelsen af aftalen om fjernsalg eller dagen hvor forbrugeren modtager både oplysningerne forud for aftaleindgåelsen og for aftalevilkårene og -betingelserne, hvis denne dag er senere end datoen for indgåelsen af aftalen om fjernsalg. Denne frist bør forlænges til 30 kalenderdage i aftaler om fjernsalg vedrørende individuelle pensionsordninger. For at øge retssikkerheden bør fortrydelsesfristen, hvis forbrugeren hverken har modtaget oplysningerne forud for aftaleindgåelsen eller aftalevilkårene og -betingelserne, udløbe senest 12 måneder og 14 kalenderdage efter indgåelsen af aftalen om fjernsalg. Fortrydelsesfristen bør ikke udløbe, hvis forbrugeren ikke er blevet informeret om fortrydelsesretten på et varigt medium.
- (36) For at sikre effektiv udøvelse af fortrydelsesretten bør proceduren for udøvelse af denne ret ikke være mere byrdefuld end proceduren for indgåelse af aftalen om fjernsalg.
- (37) Hvis den erhvervsdrivende giver mulighed for at indgå aftaler om fjernsalg ved hjælp af en onlinegrænseflade, f.eks. via et websted eller en applikation, bør vedkommende ud over andre eksisterende fortrydelsesmetoder, som f.eks. formularen i bilag I(B) til direktiv 2011/83/EU, være forpligtet til at give forbrugeren mulighed for at fortryde en sådan aftale ved hjælp af en funktion. Dette skal sikre, at forbrugerne kan fortryde en aftale lige så let, som de kan indgå den. Med henblik herpå bør den erhvervsdrivende stille en fortrydelsesfunktion til rådighed for forbrugeren, som er let for forbrugeren at finde, uafbrudt tilgængelig og klart synlig inden for fortrydelsesfristen. Forbrugeren bør være i stand til at finde og tilgå funktionen på en nem og enkel måde. Forbrugeren bør f.eks. ikke være forpligtet til at foretage

handlinger for at finde eller tilgå funktionen, f.eks. download af en applikation, hvis aftalen ikke blev indgået via den pågældende applikation. For at lette processen kan den erhvervsdrivende f.eks. tilbyde hyperlinks, der leder forbrugeren til fortrydelsesfunktionen. Forbrugeren bør have mulighed for at fremsætte fortrydelseserklæringen og give eller bekræfte de oplysninger, der er nødvendige for at identificere aftalen. F.eks. bør en forbruger, der allerede har identificeret sig selv, f.eks. ved at logge ind, kunne fortryde aftalen uden igen at skulle identificere sig eller, hvor det er relevant, identificere den aftale, som vedkommende ønsker at fortryde. For at undgå, at forbrugeren udøver fortrydelsesretten utilsigtet, bør den erhvervsdrivende kræve, at forbrugeren bekræfter sin beslutning om at ville fortryde aftalen på en måde, der bekræfter forbrugers hensigt herom. Hvis forbrugeren har bestilt flere varer eller tjenesteydelser ved samme aftale om fjernsalg, kan den erhvervsdrivende give forbrugeren mulighed for at fortryde en del af aftalen i stedet for hele aftalen. Når forbrugeren benytter funktionen til at udøve fortrydelsesretten, bør den erhvervsdrivende uden unødigt forsinkelse over for forbrugeren bekræfte modtagelsen af denne fortrydelse på et varigt medium. Denne forpligtelse bør ikke kun gælde for aftaler om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser, men for alle aftaler om fjernsalg, der er omfattet af fortrydelsesretten i henhold til direktiv 2011/83/EU. Formålet med fortrydelsesfunktionen er at øge forbrugernes bevidsthed om deres fortrydelsesret og gøre det nemmere at udnytte denne ret, idet forbrugeren, når det handler om fjernsalg af både finansielle og ikkefinansielle produkter eller tjenesteydelser, ikke har mulighed for at modtage redegørelser personligt eller personligt at få forklaret et produkts eller en tjenesteydelses eventuelle komplekse eller omfattende karakter. Derfor bør denne forpligtelse ikke kun gælde for aftaler om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser, men også for aftaler om fjernsalg af andre varer og tjenesteydelser, hvor EU-retten fastsætter en fortrydelsesret, så forbrugernes muligheder for at ophæve aftalen ved fortrydelse forbedres.

- (38) Ud over de oplysninger forud for aftaleindgåelsen, som den erhvervsdrivende giver, kan forbrugerne stadig have brug for hjælp til at

afgøre, hvilken finansiell tjenesteydelse der passer bedst til deres behov og finansielle situation. Hovedformålet med at give en fyldestgørende redegørelse er at sikre, at forbrugeren forstår den finansielle tjenesteydelse, som den erhvervsdrivende tilbyder, inden vedkommende underskriver aftalen. For at sikre, at dette mål opfyldes, bør denne fyldestgørende redegørelse gives rettidigt, således at forbrugeren har tilstrækkelig tid til at gennemgå den forud for aftalens indgåelse. Den blotte gengivelse af oplysningerne forud for aftaleindgåelsen er muligvis ikke tilstrækkelig og bør derfor undgås. Medlemsstaterne bør derfor sikre, at de erhvervsdrivende inden indgåelsen af en aftale om finansielle tjenesteydelser ved fjernsalg yder en sådan bistand i forbindelse med de finansielle tjenesteydelser, de tilbyder forbrugeren, ved at give en fyldestgørende redegørelse for de væsentlige karakteristika ved aftalen, herunder eventuelle accessoriske tjenesteydelser, og de specifikke konsekvenser, som denne aftale kan have for forbrugeren. Med hensyn til de væsentlige karakteristika ved aftalen bør den erhvervsdrivende redegøre for de vigtigste elementer i tilbuddet, såsom den samlede pris, som forbrugeren skal betale til den erhvervsdrivende, og beskrivelsen af den finansielle tjenesteydelses vigtigste karakteristika og dens indvirkning på forbrugeren, herunder, hvor det er relevant, om de accessoriske tjenesteydelser kan eller ikke kan opsiges separat og konsekvenserne af en sådan opsigelse. Med hensyn til den foreslåede aftales specifikke konsekvenser bør den erhvervsdrivende også redegøre for de vigtigste konsekvenser ved manglende overholdelse af de aftalemæssige forpligtelser.

- (39) Aftaler, der er omfattet af dette direktivs anvendelsesområdet, kan være af forskellig finansiell karakter og kan derfor variere betydeligt. Medlemsstaterne kan derfor tilpasse den måde, hvorpå sådanne redegørelser gives, til de omstændigheder, hvorunder den finansielle tjenesteydelse tilbydes, og til forbrugers behov for bistand under hensyntagen til forbrugers viden om og erfaring med den finansielle tjenesteydelse og dens karakter. For at sikre, at forbrugeren får en fyldestgørende redegørelse, bør medlemsstaterne tilskynde de erhvervsdrivende til i forbrugers interesse at give forbrugeren disse redegørelser på en nem og enkel måde.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gennemførelse af direktivet om styrket forbrugervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltagelse i en beslutning i EØS-komiteen om indlemmelse i EØS-avtalen af direktiv (EU) 2024/825

- (40) Forpligtelsen til at give en fyldestgørende redegørelse er særlig vigtig, når forbrugerne påtænker at indgå en aftale om finansielle tjenesteydelser ved fjernsalg, og når den erhvervsdrivende stiller redegørelsen til rådighed ved hjælp af fuldautomatiske onlineværktøjer såsom chatbots, robotrådgivning, interaktive værktøjer eller lignende midler. For at sikre, at forbrugeren forstår de virkninger, som aftalen kan have på vedkommendes økonomiske situation, bør forbrugeren i fasen forud for indgåelsen af aftalen altid kunne få gratis personlig betjening i den erhvervsdrivendes åbningstid. Forbrugeren bør i begrundede tilfælde og uden unødigt byrde for den erhvervsdrivende også have ret til at anmode om personlig betjening, efter at aftalen om fjernsalg er indgået. Dette kan omfatte retten til personlig betjening i forbindelse med forlængelse af en kontrakt, i tilfælde af større vanskeligheder for forbrugeren, eller når der er behov for yderligere redegørelse vedrørende aftalevilkårene og -betingelserne.
- (41) Mørke mønstre («dark patterns») på erhvervsdrivendes onlinegrænseflader er praksis, der enten bevidst eller reelt i væsentlig grad forvrider eller forringer evnen hos de forbrugere, der er modtagere af den finansielle tjenesteydelse, til at træffe selvstændige og informerede valg eller beslutninger. Dette gælder især for aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg. Erhvervsdrivende kan anvende en sådan praksis til at påvirke forbrugere, der er modtagere af deres tjenesteydelser, til at udvise uønsket adfærd eller træffe uønskede beslutninger, som kan få negative konsekvenser for dem. Erhvervsdrivende bør derfor forbydes at vildlede eller tilskynde forbrugere, der er modtagere af deres tjenesteydelser, og at undergrave eller fordreje deres autonomi, beslutningstagning eller valg via strukturen, udformningen eller funktionen af en onlinegrænseflade eller en del deraf. Dette kan omfatte, men er ikke begrænset til, udnyttende designvalg for at lede forbrugeren til valg eller handlinger, som er til fordel for den erhvervsdrivende, men som ikke nødvendigvis er i forbrugers interesse, ved at præsentere valg på en ikkeneutral måde, f.eks. ved at give visse valgmuligheder en mere fremtrædende plads gennem visuelle, auditive eller andre komponenter, når forbrugeren skal træffe en beslutning. Mens Europa-

Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/2065¹⁴ forbyder udbydere af formidlingstjenester, der driver onlineplatforme, at anvende mørke mønstre i forbindelse med udformning og organisering af deres onlinegrænseflader, bør dette direktiv forpligte medlemsstaterne til at forhindre, at erhvervsdrivende, der tilbyder finansielle tjenesteydelser ved fjernsalg, anvender sådanne mønstre, når de indgår aftaler om sådanne tjenesteydelser. Bestemmelserne i nævnte forordning og i dette direktiv supplerer derfor hinanden, da de finder anvendelse på erhvervsdrivende, der handler i forskellige egenskaber. Da finansielle tjenesteydelser som følge af deres kompleksitet og alvorlige iboende risici kan nødvendiggøre yderligere detaljerede krav vedrørende mørke mønstre, bør medlemsstaterne uanset fuld harmonisering have mulighed for at opretholde eller indføre strengere bestemmelser, forudsat at sådanne bestemmelser er i overensstemmelse med EU-retten. Denne mulighed er i overensstemmelse med artikel 3, stk. 9, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF¹⁵ med hensyn til urimelig handelspraksis i forbindelse med finansielle tjenesteydelser, hvori det fastsættes, at medlemsstaterne også kan stille krav, som er mere restriktive eller præskriptive i forbindelse med finansielle tjenesteydelser.

- (42) Finansielle tjenesteydelser, der indgås ved fjernsalg kan markedsføres på de sociale medier, f.eks. af influencere. Forbrugerne kunne blive tilskyndet til at træffe beslutninger uden at overveje de implicite konsekvenser og risici, og de kunne købe finansielle tjenesteydelser, der ikke svarer til deres behov. Kommissionen bør vurdere erhvervsdrivendes markedsføringspraksis på de sociale medier, som reklamerer for finansielle tjenesteydelser, der indgås ved fjernsalg, og et eventuelt behov for handling i denne henseende. Dette bør f.eks. ske i lyset af anvendel-

¹⁴ Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/2065 af 19. oktober 2022 om et indre marked for digitale tjenester og om ændring af direktiv 2000/31/EF (forordning om digitale tjenester) (EUT L 277 af 27.10.2022, s. 1).

¹⁵ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF af 11. maj 2005 om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked og om ændring af Rådets direktiv 84/450/EØF og Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/7/EF, 98/27/EF og 2002/65/EF og Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EF) nr. 2006/2004 (direktivet om urimelig handelspraksis) (EUT L 149 af 11.6.2005, s. 22).

sen af direktiv 2005/29/EF og anden relevant EU-lovgivning på en sådan praksis. Der har i medlemsstater været tilfælde, hvor influenceres markedsføringspraksis har vildledt forbrugerne ved at gøre reklame for visse finansielle produkter med finansielle tjenesteydelser på sociale medieplatforme uden at informere om forbrugernes risiko for tab. Direktiv 2005/29/EF indeholder bestemmelser, der skal sikre, at vildledende praksis, som vildleder eller kan vildlede gennemsnitsforbrugeren, forbydes, og at væsentlige oplysninger, som gennemsnitsforbrugeren har brug for at kunne træffe en informeret transaktionsbeslutning, ikke må udelades. Disse bestemmelser kan anses for at omfatte influenceres markedsføringspraksis på sociale medieplatforme.

- (43) Direktiv 2011/83/EU bør derfor ændres.
- (44) Direktiv 2002/65/EF bør derfor ophæves.
- (45) Målene for dette direktiv, nemlig at bidrage til et velfungerende indre marked ved at sikre et højt forbrugerbeskyttelsesniveau, kan ikke i tilstrækkelig grad opfyldes af medlemsstaterne, men kan bedre nås på EU-plan; Unionen kan derfor vedtage foranstaltninger i overensstemmelse med nærhedsprincippet, jf. artikel 5 i traktaten om Den Europæiske Union. I overensstemmelse med proportionalitetsprincippet, jf. nævnte artikel, går dette direktiv ikke videre, end hvad der er nødvendigt for at nå dette mål.
- (46) I henhold til den fælles politiske erklæring af 28. september 2011 fra medlemsstaterne og Kommissionen om forklarende dokumenter¹⁶ har medlemsstaterne forpligtet sig til i tilfælde, hvor det er berettiget, at lade meddelelsen af gennemførelsesforanstaltninger ledsage af et eller flere dokumenter, der forklarer forholdet mellem et direktivs bestanddele og de tilsvarende dele i de nationale gennemførelsesforskrifter. I forbindelse med dette direktiv finder lovgiver, at fremsendelse af sådanne dokumenter er berettiget —

VEDTAGET DETTE DIREKTIV:

Artikel 1

Ændring af direktiv 2011/83/EU

I direktiv 2011/83/EU foretages følgende ændringer:

- 1) I artikel 3 foretages følgende ændringer:

- a) Følgende stykke indsættes:

«1b. I tilfælde af aftaler om fjernsalg, der indgås mellem en erhvervsdrivende og en forbruger med henblik på levering af finansielle tjenesteydelser, finder kun artikel 1 og 2, artikel 3, stk. 2, 5 og 6, artikel 4, artikel 6a, artikel 8, stk. 6, artikel 11a, artikel 16a-16e, artikel 19, artikel 21-23, artikel 24, stk. 1 og 6, artikel 25-27 og artikel 29 anvendelse.

Med undtagelse af artikel 21, finder bestemmelserne i første afsnit kun anvendelse på den første aftale, såfremt de i første afsnit omhandlede aftaler omfatter den første aftale om tjenesteydelser efterfulgt af successive operationer eller en række enkeltoperationer af samme karakter over en vis periode.

Såfremt der ikke foreligger en første aftale om tjenesteydelser, men de successive operationer eller enkeltoperationerne af samme karakter over en vis periode gennemføres mellem samme kontrahenter, finder artikel 16a og 16d kun anvendelse på den første operation.

Hvis der imidlertid ikke gennemføres nogen operation af samme karakter inden for mere end et år, anses gennemførelsen af den næste operation for at være den første i en ny række af operationer, og artikel 16a og 16d finder derfor anvendelse.»

- b) Stk. 3, litra d), affattes således:

«d) om finansielle tjenesteydelser, som ikke er omfattet af artikel 3, stk. 1b».

- 2) Artikel 6, stk. 1, litra h), affattes således:

«h) i tilfælde af eventuel fortrydelsesret, betingelser, tidsfrist og procedurer for at gøre nævnte ret gældende, jf. artikel 11, stk. 1, samt den standardfortrydelsesformular, der findes i bilag I(B), og, hvor det er relevant, oplysning om eksistensen og placeringen af fortrydelsesfunktionen som omhandlet i artikel 11a».

- 3) Følgende artikel indsættes:

«Artikel 11a

Udøvelse af fortrydelsesretten for aftaler om fjernsalg, der indgås ved hjælp af en onlinegrænseflade

- 1. For aftaler om fjernsalg, der indgås ved hjælp af en onlinegrænseflade, sikrer den erhvervsdrivende, at forbrugeren også kan

¹⁶ EUT C 369 af 17.12.2011, s. 14.

fortryde aftalen ved hjælp af en fortrydelsesfunktion.

Fortrydelsesfunktionen skal være mærket med ordene «Fortryd aftale» eller en tilsvarende utvetydig formulering på en letlæselig måde. Fortrydelsesfunktionen skal være tilgængelig uafbrudt i hele perioden inden fortrydelsesfristens udløb. Den skal have en fremtrædende plads på onlinegrænsefladen og være let tilgængelig for forbrugeren.

2. Fortrydelsesfunktionen gør det muligt for forbrugeren at sende en onlinefortrydelseserklæring, hvori den erhvervsdrivende underrettes om, at vedkommende har besluttet at fortryde aftalen. Ved hjælp af denne onlinefortrydelseserklæring skal forbrugeren let kunne give eller bekræfte følgende oplysninger:

- a) sit navn
- b) oplysninger, der identificerer den aftale, som vedkommende ønsker at fortryde
- c) oplysninger om, ad hvilken elektronisk vej bekræftelsen af fortrydelsen skal sendes til forbrugeren.

3. Når forbrugeren har udfyldt onlinefortrydelseserklæringen i overensstemmelse med stk. 2, skal den erhvervsdrivende gøre det muligt for forbrugeren at indsende den ved hjælp af en bekræftelsesfunktion.

Denne bekræftelsesfunktion skal være mærket på en letlæselig måde og kun med ordene «Bekræft fortrydelse» eller en tilsvarende utvetydig formulering.

4. Når forbrugeren har aktiveret bekræftelsesfunktionen, sender den erhvervsdrivende uden unødigt forsinkelse på et varigt medium forbrugeren en kvittering for modtagelse af fortrydelsen, herunder med oplysninger om dens indhold samt datoen og tidspunktet for indsendelse.
5. Forbrugeren anses for at have udøvet sin fortrydelsesret inden for den relevante fortrydelsesfrist, hvis vedkommende har indsendt onlinefortrydelseserklæringen som omhandlet i denne artikel, inden den pågældende frist udløb.»

- 4) Følgende kapitel indsættes:

«Kapitel IIIA

Bestemmelser om aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved fjernsalg

Artikel 16a

Oplysningskrav i forbindelse med aftaler om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser til forbrugere

1. I god tid inden forbrugeren er bundet af en aftale om fjernsalg eller et tilsvarende tilbud, skal den erhvervsdrivende på en klar og forståelig måde give forbrugeren følgende oplysninger:

- a) den erhvervsdrivendes navn og erhvervsmæssige hovedaktivitet samt, hvor det er relevant, navnet på og den erhvervsmæssige hovedaktivitet for den erhvervsdrivende, på hvis vegne vedkommende handler
- b) den fysiske adresse, hvor den erhvervsdrivende er etableret, og den erhvervsdrivendes telefonnummer og e-mailadresse eller oplysninger om andre kommunikationsmidler, som den erhvervsdrivende tilbyder, og, hvor det er relevant, tilsvarende oplysninger om den erhvervsdrivende, på hvis vegne vedkommende handler; alle disse kommunikationsmidler, som den erhvervsdrivende stiller til rådighed, skal gøre det muligt for forbrugeren at kontakte den erhvervsdrivende hurtigt og kommunikere effektivt med vedkommende og garanterer, at forbrugeren kan opbevare al skriftlig korrespondance med den erhvervsdrivende på et varigt medium
- c) relevante kontaktoplysninger, som gør det muligt for forbrugeren at indgive eventuelle klager til den erhvervsdrivende og, hvor det er relevant, til den erhvervsdrivende, på hvis vegne vedkommende handler
- d) hvis den erhvervsdrivende er optaget i et handelsregister eller et tilsvarende offentligt register, det register, hvori den erhvervsdrivende er opført, og vedkommendes registreringsnummer eller tilsvarende identifikationsangivelse i dette register
- e) hvis den erhvervsdrivendes aktivitet er omfattet af en godkendelsesordning, navn, adresse, websted og enhver anden kontaktoplysning om den relevante tilsynsmyndighed
- f) en beskrivelse af den finansielle tjenesteydelses vigtigste karakteristika
- g) den samlede pris for den finansielle tjenesteydelse, som forbrugeren skal betale til den erhvervsdrivende, herunder alle gebyrer, omkostninger og udgifter og alle afgifter, som betales via den erhvervsdrivende, eller, hvis en nøj-

- agtig pris ikke kan oplyses, grundlaget for beregning af prisen, således at forbrugeren kan kontrollere denne
- h) hvor det er relevant, konsekvenserne af for sene eller manglende betalinger
 - i) hvor det er relevant, at prisen er blevet personaliseret på grundlag af automatiseret beslutningstagning
 - j) hvor det er relevant, angivelse af, at den finansielle tjenesteydelse vedrører instrumenter, der indebærer særlige risici som følge af deres særlige karakteristika eller de operationer, der skal gennemføres, eller hvis pris afhænger af udsving på de finansielle markeder, som den erhvervsdrivende ikke har nogen indflydelse på, samt angivelse af, at historiske afkast ikke er en indikation af fremtidige afkast
 - k) angivelse af, at der kan være andre afgifter eller omkostninger, der ikke betales via den erhvervsdrivende eller pålægges af denne
 - l) eventuelle grænser for, hvor længe de oplysninger, der gives i overensstemmelse med dette stykke, er gyldige
 - m) betalings- og leveringsbetingelser
 - n) eventuelle specifikke ekstraomkostninger for forbrugeren ved anvendelse af fjernkommunikationsteknik, hvis sådanne ekstraomkostninger pålægges
 - o) hvis miljømæssige eller sociale faktorer er integreret i investeringsstrategien for den finansielle tjenesteydelse, oplysninger om eventuelle miljømæssige eller sociale mål, som den finansielle tjenesteydelse tager sigte på
 - p) angivelse af, hvorvidt der er fortrydelsesret, og, hvis dette er tilfældet, oplysninger om fortrydelsesfristen og betingelserne for at udøve den ret, herunder oplysninger om det beløb, som forbrugeren kan afkræves, samt konsekvenserne af ikke at udøve denne ret
 - q) minimumsgyldighedsperioden for aftalen om fjernsalg, hvis der er tale om finansielle tjenesteydelser, der leveres permanent eller tilbagevendende
 - r) enhver ret, parterne måtte have til at opsigte aftalen før tid eller ensidigt i henhold til betingelserne i aftalen om fjernsalg, herunder enhver bod, der i henhold til aftalen pålægges i sådanne tilfælde
 - s) praktiske anvisninger om og procedurer for udøvelse af fortrydelsesretten i overensstemmelse med artikel 16b, stk. 1, med angivelse af bl.a. den erhvervsdrivendes telefonnummer og e-mailadresse eller oplysninger om andre kommunikationsmidler, der er relevante for indsendelsen af fortrydelseserklæringen, og for aftaler om finansielle tjenesteydelser indgået ved hjælp af en onlinegrænseflade, oplysninger om eksistensen og placeringen af fortrydelsesfunktionen som omhandlet i artikel 11a
 - t) en eventuel aftalemæssig bestemmelse om, hvilken lovgivning der finder anvendelse på aftalen om fjernsalg og/eller hvilken domstol der er kompetent
 - u) på hvilket eller hvilke sprog aftalevilkårene og -betingelserne samt de forhåndsoplysninger, der er omhandlet i denne artikel, gøres tilgængelige, samt på hvilket eller hvilke sprog den erhvervsdrivende med forbrugersens samtykke påtager sig at kommunikere i gyldighedsperioden for aftalen om fjernsalg
 - v) hvor det er relevant, muligheden for adgang til en udenretslig procedure for klageadgang og bilæggelse af tvister, som den erhvervsdrivende er underkastet, og forudsætningerne for denne adgang, og
 - w) hvorvidt der findes en garantifond eller andre garantiordninger, der ikke er omfattet af Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/49/EU * og 97/9/EF **.
2. Medlemsstaterne kan opretholde eller indføre sprogkrav vedrørende de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, i deres nationale ret for at sikre, at sådanne oplysninger let kan forstås af forbrugeren.
 3. I tilfælde af taletelefoni skal den erhvervsdrivendes navn og det kommercielle formål med den henvendelse, den erhvervsdrivende har foretaget, gives udtrykkeligt ved begyndelsen af enhver telefonisk henvendelse til forbrugeren. Når en opkald bliver optaget eller kan blive optaget, orienterer den erhvervsdrivende også forbrugeren herom.
 4. Uanset stk. 1 kan den erhvervsdrivende, hvis der anvendes taletelefoni som omhandlet i stk. 3, såfremt forbrugeren giver sit udtrykkelige samtykke, nøjes med

kun at give de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, litra a), f), g), k) og p), inden forbrugeren er bundet af aftalen om fjernsalg. I så fald oplyser den erhvervsdrivende forbrugeren om arten og tilgængeligheden af de andre oplysninger, der er omhandlet i stk. 1. Den erhvervsdrivende giver disse andre oplysninger, der kræves i henhold til stk. 1, på et varigt medium umiddelbart efter indgåelsen af aftalen om fjernsalg.

5. Såfremt de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, gives mindre end én dag, inden forbrugeren er bundet af aftalen om fjernsalg, kræver medlemsstaterne, at den erhvervsdrivende sender forbrugeren en påmindelse om muligheden for at fortryde aftalen om fjernsalg og om den procedure, der skal følges for at fortryde, i overensstemmelse med artikel 16b. Denne påmindelse gives til forbrugeren på et varigt medium mellem én og syv dage efter indgåelsen af aftalen om fjernsalg.

6. De oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, stilles til rådighed for forbrugeren på et varigt medium og skal være letlæselige.

De oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, gives efter anmodning til forbrugere med handicap, herunder synshandicap, i et passende og tilgængeligt format.

7. Med undtagelse af de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, litra a), f), g), k) og p), har den erhvervsdrivende lov til at lagdele oplysningerne, når disse gives elektronisk.

Hvis oplysningerne er lagdelte, skal det være muligt at se, gemme og udskrive de i stk. 1 omhandlede oplysninger som ét enkelt dokument.

I sådanne tilfælde sikrer den erhvervsdrivende, at forbrugeren får forelagt alle de oplysninger forud for aftaleindgåelsen, der er omhandlet i stk. 1, inden indgåelsen af aftalen om fjernsalg.

8. Bevisbyrden for opfyldelse af de i denne artikel fastsatte oplysningskrav påhviler den erhvervsdrivende.
9. Medlemsstaterne kan vedtage eller opretholde strengere bestemmelser vedrørende oplysningskrav forud for aftaleindgåelsen end dem, der er omhandlet i denne artikel, forudsat at disse bestemmelser er forenelige med EU-retten.
10. Hvis en anden EU-retsakt, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, indeholder bestemmelser om de oplysninger, der skal gives til forbrugeren forud for afta-

lens indgåelse, er det kun bestemmelserne i den pågældende EU-retsakt, der finder anvendelse på de pågældende specifikke finansielle tjenesteydelser, uanset hvor detaljerede de pågældende bestemmelser er, medmindre andet er fastsat i nævnte EU-retsakt.

Hvis den anden EU-retsakt ikke indeholder bestemmelser om oplysning om fortrydelsesret, underretter den erhvervsdrivende forbrugeren om, hvorvidt der foreligger en sådan ret i overensstemmelse med stk. 1, litra p).

Artikel 16b

Fortrydelsesret i forbindelse med aftaler om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser

1. Medlemsstater påser, at forbrugeren har en frist på 14 kalenderdage til at fortryde en aftale uden bod og uden at skulle give en begrundelse. Denne frist forlænges til 30 kalenderdage i aftaler om fjernsalg vedrørende individuelle pensionsordninger.

Den fortrydelsesfrist, der er omhandlet i første afsnit, løber enten:

- a) fra dagen for indgåelse af aftalen om fjernsalg, eller
- b) fra den dag, hvor forbrugeren modtager aftalevilkårene og -betingelserne samt oplysningerne i henhold til artikel 16a, hvis dette tidspunkt er senere end det, der er nævnt i dette afsnits litra a).

Hvis forbrugeren ikke har modtaget aftalevilkårene og -betingelserne samt oplysningerne i overensstemmelse med artikel 16a, udløber fortrydelsesfristen under alle omstændigheder 12 måneder og 14 dage efter indgåelse af aftalen om fjernsalg. Dette gælder ikke, hvis forbrugeren ikke er blevet informeret om sin fortrydelsesret i overensstemmelse med artikel 16a, stk. 1, litra p).

2. Fortrydelsesretten finder ikke anvendelse på:
 - a) finansielle tjenesteydelser til forbrugere, hvis pris afhænger af udsving på kapitalmarkedet, som den erhvervsdrivende ikke har nogen indflydelse på, og som kan forekomme i fortrydelsesperioden, f.eks. tjenesteydelser i forbindelse med:

Endringer i markedsføringsloven mv. (gennemføring af direktivet om styrket forbrugervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltagelse i en beslutning i EØS-komiteen om indlemmelse i EØS-avtalen af direktiv (EU) 2024/825

- fremmed valuta
 - pengemarkedsinstrumenter
 - værdipapirer
 - andele i kollektive investeringsforetagender
 - finansielle futures, herunder tilsvarende instrumenter, der afregnes kontant
 - fremtidige renteaftaler (FRA-kontrakt)
 - rente- og valutaswaps samt swaps på aktier og aktieindeks
 - optioner på køb eller salg af de instrumenter, der er nævnt i dette litra, herunder tilsvarende instrumenter, der afregnes kontant. Denne kategori omfatter navnlig valuta- og renteoptioner
- b) rejse- og bagageforsikringspolicer eller tilsvarende forsikringspolicer med begrænset løbetid, der gælder i under én måned, og
- c) aftaler, som efter forbrugerens udtrykkelige ønske er blevet helt opfyldt af begge parter, inden forbrugerens udøver sin fortrydelsesret.
3. Forbrugerens anses for at have udøvet sin fortrydelsesret inden for den fortrydelsesfrist, der er omhandlet i stk. 1, hvis vedkommende har sendt meddelelsen om udøvelse af fortrydelsesretten, inden fristen er udløbet.
4. Hvis en accessorisk tjenesteydelse i forbindelse med aftalen om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser leveres af den erhvervsdrivende eller af en tredjepart på grundlag af en aftale mellem denne tredjepart og den erhvervsdrivende, er forbrugerens ikke bundet af den accessoriske aftale, hvis forbrugerens udøver sin fortrydelsesret i henhold til denne artikel. Hvis forbrugerens vælger at opsiges den accessoriske aftale, skal det være omkostningsfrit for forbrugerens.
5. Denne artikel berører ikke national ret, hvorefter udførelsen af aftalen først kan påbegyndes efter et nærmere angivet tidsrum.
6. Hvis en anden EU-retsakt, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, indeholder bestemmelser om fortrydelsesret, er det kun bestemmelserne om fortrydelsesret i den pågældende EU-retsakt, der finder anvendelse på de pågældende specifikke finansielle tjenesteydelser, medmindre andet er fastsat i denne anden EU-retsakt.
7. Uanset denne artikel kan medlemsstaterne vælge i stedet at anvende følgende bestemmelser på følgende finansielle tjenesteydelser for så vidt angår fortrydelsesret eller betænkningstid:
- a) artikel 14, stk. 6, i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/17/EU *** på kreditaftaler, der er undtaget fra nævnte direktivs anvendelsesområde ved artikel 3, stk. 2, og
- b) artikel 26 og 27 i Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2023/2225 **** på kreditaftaler, der er undtaget fra nævnte direktivs anvendelsesområde ved artikel 2, stk. 2.
- Artikel 16c*
- Betaling af tjenesteydelser leveret inden udøvelsen af fortrydelsesretten**
1. Hvis en forbruger udøver sin fortrydelsesret i henhold til artikel 16b, kan forbrugerens kun blive pålagt at betale for den tjenesteydelse, som den erhvervsdrivende reelt har leveret i henhold til aftalen om fjernsalg. Forbrugerens skal betale for denne tjenesteydelse uden unødigt forsinkelse. Beløbet som skal betales:
- a) må ikke overstige et beløb, som står i forhold til omfanget af den tjenesteydelse, der allerede er leveret, sammenlignet med den fulde opfyldelse af aftalen om fjernsalg
- b) må under ingen omstændigheder være af en sådan karakter, at det kan opfattes som en bod.
2. Medlemsstaterne kan fastsætte, at forbrugerens ikke kan afkræves nogen form for betaling, hvis vedkommende fortryder en forsikringsaftale.
3. Den erhvervsdrivende kan ikke kræve, at forbrugerens betaler et beløb i henhold til denne artikels stk. 1, medmin-

dre den erhvervsdrivende kan godtgøre, at forbrugeren i overensstemmelse med artikel 16a, stk. 1, litra p), på behørig vis er blevet oplyst om det beløb, som skal betales. Den erhvervsdrivende må dog ikke afkræve denne betaling, hvis den erhvervsdrivende begyndte at opfylde aftalen inden fortrydelsesfristens udløb i henhold til artikel 16b, stk. 1, uden at forbrugeren har anmodet herom.

4. Den erhvervsdrivende refunderer uden unødigt forsinkelse og senest inden for 30 kalenderdage fra den dag, hvor den erhvervsdrivende modtager meddelelsen om fortrydelse, forbrugeren ethvert beløb, som den erhvervsdrivende måtte have modtaget af vedkommende i forbindelse med indgåelsen af aftalen om fjernsalg, med undtagelse af det i stk. 1 omhandlede beløb.
5. Forbrugeren refunderer uden unødigt forsinkelse og senest inden for 30 kalenderdage fra den dag, hvor forbrugeren fortryder aftalen, den erhvervsdrivende ethvert beløb, som vedkommende måtte have modtaget af den erhvervsdrivende.

Artikel 16d

Fyldestgørende redegørelser

1. Medlemsstaterne sikrer, at de erhvervsdrivende forpligtes til at give forbrugeren fyldestgørende redegørelser vedrørende de foreslåede aftaler om finansielle tjenesteydelser, der gør det muligt for forbrugeren at vurdere, om den foreslåede aftale og de accessoriske tjenesteydelser er tilpasset vedkommendes behov og finansielle situation. Sådanne redegørelser gives gratis til forbrugeren forud for aftalens indgåelse. Rede-gørelserne skal omfatte følgende elementer:
 - a) de krævede oplysninger forud for aftaleindgåelsen
 - b) de væsentlige karakteristika ved den foreslåede aftale, herunder eventuelle accessoriske tjenesteydelser
 - c) de specifikke konsekvenser, som den foreslåede aftale kan have for forbrugeren, herunder, hvor det er relevant, konsekvenserne af forbrugers manglende eller forsinkede betaling.

2. Medlemsstaterne kan præcisere, hvilken form samt hvilket omfang de i stk. 1 omhandlede redegørelser skal have. Medlemsstaterne kan tilpasse formen og omfanget til de omstændigheder, hvorunder den finansielle tjenesteydelse tilbydes, den person, til hvem den tilbydes, og arten af den finansielle tjenesteydelse, der tilbydes.
3. Medlemsstaterne sikrer, at forbrugeren, i tilfælde af at den erhvervsdrivende anvender onlineværktøjer, har ret til at anmode om og til at få personlig betjening forud for aftalens indgåelse og, i begrundede tilfælde efter at aftalen om fjernsalg er indgået, på samme sprog som det, der er brugt til de oplysninger forud for aftalens indgåelse, der gives i overensstemmelse med artikel 16a, stk. 1.
4. Med hensyn til opfyldelse af de i denne artikel fastsatte oplysningskrav, påhviler bevisbyrden den erhvervsdrivende.
5. Hvis en anden EU-retsakt, der regulerer specifikke finansielle tjenesteydelser, indeholder bestemmelser om de fyldestgørende redegørelser, der skal gives til forbrugeren, er det kun bestemmelserne om fyldestgørende redegørelser i den pågældende EU-retsakt, der finder anvendelse på disse specifikke finansielle tjenesteydelser, medmindre andet er fastsat i nævnte EU-retsakt.

Artikel 16e

Yderligere beskyttelse vedrørende onlinegrænseflader

1. Med forbehold af direktiv 2005/29/EF og forordning (EU) 2016/679 sikrer medlemsstaterne, at erhvervsdrivende ved indgåelse af aftaler om finansielle tjenesteydelser ved fjernsalg ikke udformer, organiserer eller driver deres onlinegrænseflader som defineret i artikel 3, litra m), i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/2065**** på en måde, der vildleder eller manipulerer forbrugere, der er tjenestemodtagere, eller på anden vis væsentligt fordrejer eller forringer deres evne til at træffe frie og informerede beslutninger. Medlemsstaterne vedtager navnlig foranstaltninger, der i overensstemmelse med EU-retten imø-

degår mindst én af følgende former for praksis blandt erhvervsdrivende:

- a) at lade bestemte valg fremgå tydeligere, når forbrugere, der er tjenestemodtagere, anmodes om en beslutning
- b) gentagne gange at anmode forbrugere, der er tjenestemodtagere, om at træffe et valg, når der allerede er truffet et sådant valg, navnlig i form af pop-op-meddelelser, der påvirker brugeroplevelsen, eller
- c) at gøre proceduren for at opsiges en tjeneste vanskeligere end at abonnere på den.

2. Medlemsstaterne kan vedtage eller opretholde strengere bestemmelser vedrørende kravene til erhvervsdrivende som fastsat i stk. 1, forudsat at de pågældende bestemmelser er forenelige med EU-retten.

* Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/49/EU af 16. april 2014 om indskudsgarantiordninger (EUT L 173 af 12.6.2014, s. 149).

** Europa-Parlamentets og Rådets Direktiv 97/9/EF af 3. marts 1997 om investorgarantiordninger (EFT L 84 af 26.3.1997, s. 22).

*** Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2014/17/EU af 4. februar 2014 om forbrugerkreditaftaler i forbindelse med fast ejendom til beboelse og om ændring af direktiv 2008/48/EF og 2013/36/EU og forordning (EU) nr. 1093/2010 (EUT L 60 af 28.2.2014, s. 34).

**** Europa-Parlamentets og Rådets direktiv (EU) 2023/2225 af 18. oktober 2023 om forbrugerkreditaftaler og om ophævelse af Rådets direktiv 2008/48/EF (EUT L, 2023/2225 af 30.10.2023, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2023/2225/oj>).

***** Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2022/2065 af 19. oktober 2022 om et indre marked for digitale tjenester og om ændring af direktiv 2000/31/EF (forordning om digitale tjenester) (EUT L 277 af 27.10.2022, s. 1).»

- 5) I artikel 24 tilføjes følgende stykke:

«6. For så vidt angår overtrædelser af de foranstaltninger, der er vedtaget i henhold til bestemmelserne i artikel 3, stk. 1b, som finder anvendelse på aftaler om fjernsalg af finansielle tjenesteydelser til forbrugere, sikrer medlemsstaterne, at sanktioner, når sådanne skal pålægges i overensstemmelse med artikel 21 i Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/2394, omfatter muligheden for

enten at pålægge bøder gennem administrative procedurer eller at indlede retsforfølgning med henblik på pålæggelse af bøder eller begge dele.»

- 6) Artikel 29, stk. 1, affattes således:

«1. Når en medlemsstat gør brug af de lovgivningsmæssige valg, der er omhandlet i artikel 3, stk. 4, artikel 6, stk. 7 og 8, artikel 7, stk. 4, artikel 8, stk. 6, artikel 9, stk. 1a og 3, artikel 16, stk. 2 og 3, artikel 16a, stk. 2 og 9, artikel 16b, stk. 7, og artikel 16e, underretter den Kommissionen herom senest den 19. december 2025 samt om alle senere ændringer.»

- 7) Bilag I ændres som angivet i bilag I til nærværende direktiv.

Artikel 2

Gennemførelse og revision

1. Medlemsstaterne vedtager og offentliggør senest den 19. december 2025 de love og administrative bestemmelser, der er nødvendige for at efterkomme dette direktiv. De meddeler straks Kommissionen teksten til disse love og bestemmelser.

De anvender disse love og bestemmelser fra den 19. juni 2026.

Disse love og bestemmelser skal ved vedtagelsen indeholde en henvisning til dette direktiv eller skal ved offentliggørelsen ledsages af en sådan henvisning. De skal ligeledes indeholde oplysning om, at henvisninger i gældende love og administrative bestemmelser til det direktiv (de direktiver), der ophæves ved nærværende direktiv, gælder som henvisninger til nærværende direktiv. Medlemsstaterne fastsætter de nærmere regler for henvisningen og træffer bestemmelse om affattelsen af den nævnte oplysning.

2. Medlemsstaterne meddeler Kommissionen teksten til de vigtigste nationale love og bestemmelser, som de udsteder på det område, der er omfattet af dette direktiv.
3. Senest den 31. juli 2030 forelægger Kommissionen en rapport om anvendelsen af dette direktiv, herunder fortrydel-sesfunktionen, for Europa-Parlamentet og Rådet. Rapporten skal omfatte en evaluering af, hvordan det indre marked for finansielle tjenesteydelser, der indgås ved fjernsalg, fungerer i Unionen, og nærværende direktivs indvirkning på anden relevant EU-ret.

Artikel 3

Ophævelse

Direktiv 2002/65/EF ophæves med virkning fra den 19. juni 2026.

Henvisninger til det ophævede direktiv gælder som henvisninger til direktiv 2011/83/EU som ændret ved nærværende direktiv og læses efter sammenligningstabellen i bilaget til nærværende direktiv.

Artikel 4

Ikrafttrædelse

Dette direktiv træder i kraft på tyvendedagen efter offentliggørelsen i *Den Europæiske Unions Tidende*.

Artikel 5

Adressater

Dette direktiv er rettet til medlemsstaterne.

Udfærdiget i Strasbourg, den 22. november 2023.

<i>På Europa-Parlamentets vegne</i>	<i>På Rådets vegne</i>
R. METSOLA	P. NAVARRO RÍOS
<i>Formand</i>	<i>Formand</i>

BILAG I

I bilag I til Direktiv 2011/83/EU foretages følgende ændringer:

I «A. Standardvejledning om fortrydelsesret» under overskriften «Instrukser med henblik [på udfyldelse]» affattes instruks 3 således:

«[3.] Indføj følgende, hvis De er forpligtet til at stille en funktion til rådighed, der gør det muligt for forbrugeren at fortryde aftalen, der er indgået online: «De kan også udøve Deres fortrydelsesret online på [indsæt internetadresse eller en anden passende forklaring af, hvor fortrydelsesfunktionen er tilgængelig]. Hvis De anvender denne online-funktion, sender vi Dem uden unødigt forsinkelse en kvittering for modtagelse af fortrydelsen på et varigt medium (f.eks. pr. e-mail), herunder dens indhold samt datoen og tidspunktet for indsendelse.» Indføj følgende, hvis De giver forbrugeren mulighed for at udfylde og indsende oplysningerne om udøvelsen af fortrydelsesretten elektronisk på Deres websted: «De har også mulighed for at udfylde og indsende fortrydelsesformularen eller en hvilken som helst anden utvetydig meddelelse på vores websted [indføj internetadresse]. Hvis De anvender denne mulighed, kvitterer vi omgående på et varigt medium (f.eks. pr. e-mail) for modtagelse af en sådan meddelelse om udøvelse af fortrydelsesretten».»

BILAG II

Sammenligningstabel

Direktiv 2002/65/EF	Direktiv 2011/83/EU, som ændret ved nærværende direktiv
Artikel 1, stk. 1	—
Artikel 1, stk. 2, første afsnit	Artikel 3, stk. 1b, andet afsnit
Artikel 1, stk. 2, andet afsnit	Artikel 3, stk. 1b, tredje og fjerde afsnit
Artikel 2, litra a)	Artikel 2, nr. 7)
Artikel 2, litra b)	Artikel 2, nr. 12)
Artikel 2, litra c)	Artikel 2, nr. 2)
Artikel 2, litra d)	Artikel 2, nr. 1)
Artikel 2, litra e)	Artikel 2, nr. 7)
Artikel 2, litra f)	Artikel 2, nr. 10)

Direktiv 2002/65/EF	Direktiv 2011/83/EU, som ændret ved nærværende direktiv
Artikel 2, litra g)	—
Artikel 3, stk. 1	Artikel 16a, stk. 1
Artikel 3, stk. 1, nr. 1), litra a), b) og c)	Artikel 16a, stk. 1, litra a) og b)
Artikel 3, stk. 1, nr. 1), litra d)	Artikel 16a, stk. 1, litra d)
Artikel 3, stk. 1, nr. 1), litra e)	Artikel 16a, stk. 1, litra e)
Artikel 3, stk. 1, nr. 2), litra a)	Artikel 16a, stk. 1, litra f)
Artikel 3, stk. 1, nr. 2), litra b)	Artikel 16a, stk. 1, litra g)
Artikel 3, stk. 1, nr. 2), litra c)	Artikel 16a, stk. 1, litra j)
Artikel 3, stk. 1, nr. 2), litra d)	Artikel 16a, stk. 1, litra k)
Artikel 3, stk. 1, nr. 2), litra e)	Artikel 16a, stk. 1, litra l)
Artikel 3, stk. 1, nr. 2), litra f)	Artikel 16a, stk. 1, litra m)
Artikel 3, stk. 1, nr. 2), litra g)	Artikel 16a, stk. 1, litra n)
Artikel 3, stk. 1, nr. 3), litra a)	Artikel 16a, stk. 1, litra p)
Artikel 3, stk. 1, nr. 3), litra b)	Artikel 16a, stk. 1, litra q)
Artikel 3, stk. 1, nr. 3), litra c)	Artikel 16a, stk. 1, litra r)
Artikel 3, stk. 1, nr. 3), litra d)	Artikel 16a, stk. 1, litra s)
Artikel 3, stk. 1, nr. 3), litra e)	—
Artikel 3, stk. 1, nr. 3), litra f)	Artikel 16a, stk. 1, litra t)
Artikel 3, stk. 1, nr. 3), litra g)	Artikel 16a, stk. 1, litra u)
Artikel 3, stk. 1, nr. 4), litra a)	Artikel 16a, stk. 1, litra v)
Artikel 3, stk. 1, nr. 4), litra b)	Artikel 16a, stk. 1, litra w)
Artikel 3, stk. 2	—
Artikel 3, stk. 3, første afsnit, litra a)	Artikel 16a, stk. 3
Artikel 3, stk. 3, første afsnit, litra b), og andet afsnit	Artikel 16a, stk. 4
Artikel 3, stk. 4	—
Artikel 4, stk. 1 og 5	Artikel 16a, stk. 10
Artikel 4, stk. 2	Artikel 16a, stk. 9
Artikel 4, stk. 3 og 4	—
Artikel 5, stk. 1	Artikel 16a, stk. 1, første afsnit, og artikel 16a, stk. 5 og stk. 6, første afsnit
Artikel 5, stk. 2	—

Direktiv 2002/65/EF	Direktiv 2011/83/EU, som ændret ved nærværende direktiv
Artikel 5, stk. 3	—
Artikel 6, stk. 1, første afsnit, første punktum	Artikel 16b, stk. 1, første afsnit
Artikel 6, stk. 1, første afsnit, andet punktum	—
Artikel 6, stk. 1, andet afsnit, første led	Artikel 16b, stk. 1, andet afsnit, litra a)
Artikel 6, stk. 1, andet afsnit, andet led	Artikel 16b, stk. 1, andet afsnit, litra b)
Artikel 6, stk. 1, tredje afsnit	—
Artikel 6, stk. 2, litra a)	Artikel 16b, stk. 2, litra a)
Artikel 6, stk. 2, litra b)	Artikel 16b, stk. 2, litra b)
Artikel 6, stk. 2, litra c)	Artikel 16b, stk. 2, litra c)
Artikel 6, stk. 3, 4, 5, 6, 7 og 8	—
Artikel 7, stk. 1, indledning	Artikel 16c, stk. 1, indledning
Artikel 7, stk. 1, første led	Artikel 16c, stk. 1, litra a)
Artikel 7, stk. 1, andet led	Artikel 16c, stk. 1, litra b)
Artikel 7, stk. 2	Artikel 16c, stk. 2
Artikel 7, stk. 3	Artikel 16c, stk. 3
Artikel 7, stk. 4	Artikel 16c, stk. 4
Artikel 7, stk. 5	Artikel 16c, stk. 5
Artikel 9	—
Artikel 10	—
Artikel 11, stk. 1 og 3	Artikel 24, stk. 1
Artikel 3, stk. 2	—
Artikel 3, stk. 3, første afsnit, litra a)	Artikel 16a, stk. 3
Artikel 3, stk. 3, første afsnit, litra b), og andet afsnit	Artikel 16a, stk. 4
Artikel 3, stk. 4	—
Artikel 4, stk. 1 og 5	Artikel 16a, stk. 10
Artikel 4, stk. 2	Artikel 16a, stk. 9
Artikel 4, stk. 3 og 4	—
Artikel 5, stk. 1	Artikel 16a, stk. 1, første afsnit, og artikel 16a, stk. 5 og stk. 6, første afsnit

Direktiv 2002/65/EF	Direktiv 2011/83/EU, som ændret ved nærværende direktiv
Artikel 5, stk. 2	—
Artikel 5, stk. 3	—
Artikel 6, stk. 1, første afsnit, første punktum	Artikel 16b, stk. 1, første afsnit
Artikel 6, stk. 1, første afsnit, andet punktum	—
Artikel 6, stk. 1, andet afsnit, første led	Artikel 16b, stk. 1, andet afsnit, litra a)
Artikel 6, stk. 1, andet afsnit, andet led	Artikel 16b, stk. 1, andet afsnit, litra b)
Artikel 6, stk. 1, tredje afsnit	—
Artikel 6, stk. 2, litra a)	Artikel 16b, stk. 2, litra a)
Artikel 6, stk. 2, litra b)	Artikel 16b, stk. 2, litra b)
Artikel 6, stk. 2, litra c)	Artikel 16b, stk. 2, litra c)
Artikel 6, stk. 3, 4, 5, 6, 7 og 8	—
Artikel 7, stk. 1, indledning	Artikel 16c, stk. 1, indledning
Artikel 7, stk. 1, første led	Artikel 16c, stk. 1, litra a)
Artikel 7, stk. 1, andet led	Artikel 16c, stk. 1, litra b)
Artikel 7, stk. 2	Artikel 16c, stk. 2
Artikel 7, stk. 3	Artikel 16c, stk. 3
Artikel 7, stk. 4	Artikel 16c, stk. 4
Artikel 7, stk. 5	Artikel 16c, stk. 5
Artikel 9	—
Artikel 10	—
Artikel 11, stk. 1 og 3	Artikel 24, stk. 1

Gjennomføringstabell
– direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825)

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (EU) 2024/825)	Endring i direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF)	Innhold	Gjeldende rett	Gjennomføringsbestemmelse
Art. 1 nr. 1 a)	Art. 2 ca)	Definisjon av varer	Forbrukerkjøpsloven § 2	- (Forbrukerkjøpsloven § 2)
Art. 1 nr.1 b)	Art. 2 o)	Definisjon av miljøpåstand	-	Mfl. § 5 bokstav f
	Art. 2 p)	Definisjon av generell miljøpåstand	-	Mfl. § 5 bokstav g
	Art. 2 q)	Definisjon av bærekraftsmerke	-	Mfl. § 5 bokstav h
	Art. 2 r)	Definisjon av sertifiseringsordning	-	Mfl. § 5 bokstav i
	Art. 2 s)	Definisjon av anerkjente fremragende miljøprestasjoner	-	Mfl. § 5 bokstav j
	Art. 2 t)	Definisjon av holdbarhet	-	Mfl. § 5 bokstav k
	Art. 2 u)	Definisjon av programvareoppdatering	-	Mfl. § 5 bokstav l
Art. 1 nr. 2 a)	Art. 2 v)	Definisjon av forbruksvare	-	Mfl. § 5 bokstav m
	Art. 2 w)	Definisjon av funksjonalitet	-	Mfl. § 5 bokstav n
	Art. 6 nr. 1 b)	Villedende handelspraksis – produktets hovedegenskaper	-	Mfl. § 7 første ledd bokstav b

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (EU) 2024/825)	Endring i direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF)	Innhold	Gjeldende rett	Gjennomføringsbestemmelse
Art. 1 nr. 2 b)	Art. 6 nr. 2 d) og d)	Villedende handelspraksis – miljøpåstander og irrelevante fordeler	-	Mfl. § 7 andre ledd bokstav c og d
Art. 1 nr. 3	Art. 7 nr. 7	Villedende handelspraksis – vesentlige opplysninger	-	Mfl. § 8 syvende ledd
Art. 1 nr. 4	Vedlegg I til handelspraksisdirektivet (svartelisten)		-	Forskrift om urimelig handelspraksis § 1 – vil bli fastsatt etter Stortingsbehandlingen:
	2a.	Å framvise et bærekraftsmerke som ikke er basert på en sertifiseringsordning eller ikke er etablert av offentlige myndigheter.		2a.
	4a.	Å framsette en generell miljøpåstand uten at den næringsdrivende kan vise til anerkjente fremragende miljø-prestasjoner som er relevante for påstanden.		4a.
	4b.	Å framsette en miljøpåstand om hele produktet eller hele den næringsdrivendes virksomhet når den bare gjelder et bestemt aspekt ved produktet eller en bestemt aktivitet i den næringsdrivendes virksomhet.		4b.
	4c.	Å påstå, basert på kompensasjon for klimagassutslipp, at et produkt har en nøytral, redusert eller positiv innvirkning på miljøet med tanke på utslipp av klimagasser.		4c.

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (EU) 2024/825	Endring i direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF)	Innhold	Gjeldende rett	Gjennomføringsbestemmelse
	10a.	Å framstille krav som er lovpålagt for alle produkter i den aktuelle produktkategorien på unionsmarkedet, som en særlig egenskap ved det den næringsdrivende tilbyr.		10a.
	23d.	Å holde tilbake opplysninger fra forbrukeren om at en programvareoppdatering vil ha en negativ innvirkning på funksjonen til varer med digitale elementer eller på bruken av digitalt innhold eller digitale tjenester.		23d.
	23e.	Å framstille en programvareoppdatering som nødvendig når den kun forbedrer funksjonaliteten.		23e.
	23f.	Enhver kommersiell kommunikasjon om en vare som har en egenskap som er innført for å begrense holdbarheten, til tross for at den næringsdrivende har tilgang til opplysninger om egenskapen og dens konsekvenser for varens holdbarhet.		23f.
	23g.	Feilaktig å hevde at en vare under normale bruksforhold har en viss holdbarhet når det gjelder brukstid eller bruksintensitet.		23g.
	23h.	Å framstille det som om en vare kan repareres, når det ikke er tilfelle.		23h.
	23i.	Å få forbrukeren til å bytte ut eller etterfylle forbruksvarer i en vare tidligere enn det som er nødvendig av tekniske årsaker.		23i.

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (EU) 2024/825)	Endring i direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF)	Innhold	Gjeldende rett	Gjennomføringsbestemmelse
	23j.	Å holde tilbake opplysninger om hvordan en vares funksjonalitet svekkes dersom det brukes forbruksvarer, reservedeler eller tilbehør som ikke er levert av originalprodusenten, eller feilaktig å hevde at slik svekkelse vil skje.		23j.
Art. 2 nr. 1	Art. 2 14a)	Definisjon av kommersiell holdbarhetsgaranti	Forbrukerkjøpslov § 18 a, mfl. § 5 bokstav e)	Angrerettloven § 5 bokstav p Avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 3
	Art. 2 14b)	Definisjon av holdbarhet	Forbrukerkjøpsloven § 15 tredje ledd bokstav b	Angrerettloven § 5 bokstav q Avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 4
	Art. 2 14c)	Definisjon av produsent	Forbrukerkjøpsloven § 34 tredje ledd, produktansvarsloven § 1-3	Angrerettloven § 5 bokstav r Avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 5
	Art. 2 14d)	Definisjon av reparasjonsscore		Angrerettloven § 5 bokstav s Avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 6
	Art. 2 14e)	Definisjon av programvareoppdatering	Forbrukerkjøpsloven § 2 første ledd bokstav e og § 15 fjerde ledd	Angrerettloven § 5 bokstav t Avtaleloven § 38 a andre ledd nr. 7
Art 2 nr. 2 a)	Art 5 nr. 1 bokstav e)	Opplysninger om rettslig garanti for at varer er kontraktsmessige	Avtl. § 38 b første ledd nr. 5	Endringer i avtl. § 38 b første ledd nr. 5
Art 2 nr. 2 b)	Art 5 nr. 1 bokstav ea)	Opplysning om ev. kommersiell holdbarhetsgaranti ved hjelp av harmonisert etikett omhandlet i art. 22a		Endringer i avtl. § 38 b tredje ledd
	Art 5 nr. 1 eb)	Opplysninger om rettslig garanti for at digitalt innhold og digitale tjenester er kontraktsmessige	Avtl. § 38 b første ledd nr. 5	Avtl. § 38 b første ledd nr. 7

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (EU) 2024/825)	Endring i direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF)	Innhold	Gjeldende rett	Gjennomføringsbestemmelse
Art 2 nr. 2 c)	Art 5 nr. 1 ec)	Opplysninger om ev. ettersalgsservice og kommersielle garantier	Avtl. § 38 b første ledd nr. 5	Avtl. § 38 b første ledd nr. 8
	Art 5 nr. 1 ed)	Opplysninger om programvareoppdateringer uttrykt som tidsperiode eller henvisning til en dato		Avtl. § 38 b første ledd nr. 9
	Art 5 nr. 1 bokstav i)	Opplysninger om varenes reparasjonsscore		Avtl. § 38 b første ledd nr. 10
	Art 5 nr. 1 bokstav j)	Hvis ikke i) er relevant, opplysninger om kostnader og fremgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige, tilgjengelighet av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og om begrensninger for reparasjon. (ikke ordrett)		Avtl. § 38 b første ledd nr. 11
Art 2 nr. 3 a)	Art. 6 nr. 1 bokstav a)	Opplysninger om betaling og levering mv., herunder miljøvennlige leveringsalternativer, der dette er tilgjengelig	-	Angrerettloven § 8 første ledd bokstav g)
Art 2 nr. 3 b)	Art 6 nr. 1 bokstav l)	Påminnelse om rettslig garanti, hovedelementene, ved bruk av den harmoniserte meldingen omhandlet i art. 22a	-	Angrerettloven § 8 første ledd bokstav l)
Art 2 nr. 3 c)	Bokstav la)	Opplysninger om kommersiell holdbarhetsgaranti ved hjelp av den harmoniserte etiketten	-	Endret angrerettlov § 8 første ledd bokstav m) og tredje ledd
	Bokstav lb)	Påminnelse om at det finnes en rettslig garanti for samsvar for digitalt innhold og digitale tjenester	Angrerettloven § 8 første ledd bokstav l	Angrerettloven § 8 første ledd bokstav n
	Bokstav lc)	Opplysninger om programvareoppdateringer uttrykt som en tidsperiode eller ved henvisning til en dato	-	Angrerettloven § 8 første ledd bokstav o.

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet (EU) 2024/825)	Endring i direktivet om urimelig handelspraksis (2005/29/EF)	Innhold	Gjeldende rett	Gjennomføringsbestemmelse
Art 2 nr. 3 d)	Bokstav u)	Der det er relevant, varenes reparasjonsscore		Angrerettloven § 8 første ledd bokstav q.
	Bokstav v)	Opplysninger om reservedeler mv.		Angrerettloven § 8 første ledd bokstav r
Art 2. nr. 4	Endring av art. 8 nr. 2 første ledd	Oppregning av hva som skal opplyses	Angrerettloven § 16 første ledd	Angrerettloven § 16 første ledd
Art. 2 nr. 5	Artikkel 22a i kapittel V	Harmonisert melding og harmonisert etikett		Ny forskriftshjemmel i angrerettloven § 8 sjette ledd og avtaleloven § 38 b tredje ledd
Art. 3		Kommisjonens rapportering og revisjon	-	-
Art. 4		Innarbeiding i nasjonal rett	-	Endringer i markedsføringsloven, angrerettloven, avtaleloven og forskrift om urimelig handelspraksis, se ovenfor.
Art. 5		Ikrafttredelse	-	Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer. Kongen kan sette i kraft de enkelte bestemmelsene til forskjellig tid. Se lovforslaget IV.

Endringsdirektiv om fjernsalg av finansielle tjenester (EU) 2023/2673 – artikkel 11a	Endr. i forbrukerrettighetsdirektivet (2011/83/EU)			Angrerettloven § 8 andre ledd tredje punktum.	
	Art. 1 nr. 2	Art. 6 nr. 1 bokstav h	Opplysninger om ev. angrefunksjon	Angrerettloven § 20 a	
	Art. 1 nr. 3	Art. 11a	Om utøvelse av angreretten ved avtaler om fjernsalg som inngås ved nettbasert grensesnitt	Angrerettloven § 20 a første ledd	
		Nr. 1 første ledd	Også angremulighet ved angrefunksjon	Angrerettlov § 20 a tredje ledd	
		Nr. 1 andre ledd	Krav til angrefunksjonen	Angrerettlov § 20 a tredje ledd	
		Nr. 2	Opplysninger i funksjonen	Angrerettloven § 20 a fjerde ledd første punktum	
		Nr. 3 første ledd	Bekreftelsesfunksjon - der forbrukeren bekrefter bruk av angrerett før innsendelse av angremelding	Angrerettloven § 20 a fjerde ledd andre punktum	
		Nr. 3 andre ledd	Krav til bekreftelsesfunksjon	Angrerettloven § 20 a femte ledd	
		Nr. 4	Den næringsdrivendes bekreftelse på mottatt melding om angrerett	Angrerettloven § 20 a sjette ledd	
		Nr. 5	Melding innen angrefristen	Forskrift om opplysningsplikt og angrerett mv. § 2	
Art. 1 nr. 7	Vedlegg 1 A	Opplysninger om elektronisk angrefunksjon		Forskrift om opplysningsplikt og angrerett mv. § 2	

Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet) og samtykke til deltakelse i en beslutning i EØS-komiteen om innlemmelse i EØS-avtalen av direktiv (EU) 2024/825

Kommisjonens gjennomføringsforordning (EU) 2025/1960 om harmonisert melding og etikett	Innhold	Gjeldende rett	Gjennomføringsbestemmelse
Art. 1	Harmonisert melding om rettslig garanti for samsvar	-	Forskrift om harmonisert melding og etikett vil bli fastsatt etter Stortingsbehandlingen
Art. 2	Harmonisert etikett for kommersiell holdbarhetsgaranti	-	Forskrift om harmonisert melding og etikett vil bli fastsatt etter Stortingsbehandlingen
Art. 3	Ikrafttredelse og anvendelse	-	Forskrift om harmonisert melding og etikett vil bli fastsatt etter Stortingsbehandlingen

Vedlegg 4

Utkast til EØS-komiteens beslutning om endring av EØS-avtalens vedlegg XIX (forbrukervern) ved innlemmelse av direktiv (EU) 2024/825 i EØS-avtalen

EØS-KOMITEEN HAR –

under henvisning til avtalen om Det europeiske økonomiske samarbeidsområde, heretter kalt EØS-avtalen, særlig artikkel 98, og ut fra følgende betraktninger:

- 1) Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825 av 28. februar 2024 om endring av direktiv 2005/29/EF og 2011/83/EU med hensyn til styrket forbrukervern i det grønne skiftet gjennom bedre informasjon og bedre beskyttelse mot urimelig praksis¹ skal innlemmes i EØS-avtalen.
- 2) EØS-avtalens vedlegg XIX bør derfor endres –

TRUFFET DENNE BESLUTNING:

Artikkel 1

I EØS-avtalens vedlegg XIX nr. 7g (europaparlaments- og rådsdirektiv 2005/29/EF) og 7i (europaparlaments- og rådsdirektiv 2011/83/EU) skal nytt strekpunkt lyde:

”-**32024 L 0825:** Europaparlaments- og rådsdirektiv (EU) 2024/825 av 28. februar 2024 (EUT L, 2024/825, 6.3.2024).”

¹ EUT L, 2024/825, 6.3.2024, ELI: <http://data.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj>.

Artikkel 2

Teksten til direktiv (EU) 2024/825 på islandsk og norsk, som vil bli kunngjort i EØS-tillegget til *Den europeiske unions tidende*, skal gis gyldighet.

Artikkel 3

Denne beslutning trer i kraft [...], forutsatt at alle meddelelser etter EØS-avtalens artikkel 103 nr. 1 er inngitt*.

* Ingen forfatningsrettslige krav angitt.] [Forfatningsrettslige krav angitt.]

Artikkel 4

Denne beslutning skal kunngjøres i EØS-avdelingen av og EØS-tillegget til *Den europeiske unions tidende*.

Utferdiget i Brussel [...]

For EØS-komiteen	EØS-komiteens
Formann	sekretærer
[...]	[...]

Bestilling av publikasjoner

Departementenes sikkerhets- og serviceorganisasjon

publikasjoner.dep.no

Telefon: 22 24 00 00

Publikasjonene er også tilgjengelige på

www.regjeringen.no

Trykk: Departementenes sikkerhets- og

serviceorganisasjon – 03/2026

