



NORGES
BILBRANSJEFORBUND

Middelthuns gate 27, NO-0368 Oslo
Postboks 5486 Majorstuen
NO-0305 Oslo
Tel +47 22 54 21 00
E-mail firmapost@nbf.no

Justisdepartementet
Lovavdelingen
Sendes per e-post: lovavdelingen@jd.dep.no

Vår dato 20.06.2016
Deres dato
Vår referanse A-888-6207
Deres referanse 16/1557EP HEA/KKK/bj

Høringsuttalelse – forslag til nye EU-direktiver om forbrukerkontrakter

Norges Bilbransjeforbund (NBF) takker for invitasjonen til å fremføre sitt syn på forslag til nye EU-direktiver om forbrukerkontrakter. Generelt vil NBF fremheve at det er meget positivt at forbrukervernreglene fullharmoniseres, da det sikrer like konkurransevilkår. NBF vil nedenfor gi nærmere kommentarer til direktivforslaget om visse aspekter av avtaler om onlinesalg og andre former for fjernsalg av varer. Salg av biler online er et voksende område for bilbransjen, og forslaget vil berøre bransjen i stor grad. NBF vil også knytte noen kommentarer til forslaget om levering av digitalt innhold. Biler blir stadig mer digitalisert og det tilbys flere og flere digitale produkter som tilleggssytelser til biler. Denne utviklingen vil fortsette. Noen av disse digitale ytelsene vil være omfattet av direktivforslaget.

NBF er en landsdekkende interesseorganisasjon for nybilforhandlere og verksteder, og er tilsluttet NHO som bransje- og arbeidsgiverorganisasjon. NBF organiserer merkeforhandlere, mekaniske verksteder, skade- og lakkverksteder, bilglassverksteder, dekkverksteder og bilbergere. NBF har rundt 1 250 medlemmer, som utgjør omkring 22 000 årsverk. Samlet står medlemsbedriftene for over 70% av omsetningen i norsk bilbransje.

1. Forslag til direktiv om onlinesalg av fysiske varer

Innledende bemerkninger

Dersom dette direktivet blir vedtatt i sin nåværende form, vil det skape stor usikkerhet. Blant annet vil en dramatisk utvidelse av perioden for omvendt bevisbyrde og det forhold at det ikke skal være noe krav til reklamasjon innen rimelig tid skape stor usikkerhet og dermed være konfliktskapende.

Direktivet passer for øvrig dårlig for salg av dyre og teknisk komplekse kapitalvarer som biler, i likhet med forbrukerkjøpslovgivningen for øvrig. Særlig vil forslaget om ikke å stille krav til vesentlighet for heving passe svært dårlig for bilsalg og skape stor ubalanse i avtaleforholdet.

Om direktivets virkeområde

Direktivforslaget regulerer kun onlinesalg. Det betyr at partene i forbrukerkjøpskontrakter vil få ulike rettigheter og plikter avhengig av om man handler on- eller offline. Dette er uheldig.

Regelverket bør være nøytralt i forhold til salgskanaler. Den løsningen direktivforslaget legger opp til inviterer til uheldige og formodentlig utilsiktede tilpasninger i markedet. Formålet med reguleringsforslaget er å fremme onlinesalg og forbrukernes tillit til å handle gjennom denne kanalen. Det kan neppe være meningen at forbrukeren skal måtte foreta en grundig vurdering av sine rettigheter og plikter ved henholdsvis on- og offlinesalg før han/hun velger hvilken salgskanal det skal handles gjennom.

Bevisbyrde

Direktivforslaget legger opp til omvendt bevisbyrde de første to årene etter levering (artikkel 8 nr 3). Dette er en betydelig endring av dagens minimumsregulering om seks måneders omvendt bevisbyrde, som forbrukerkjøpsloven følger. Så vidt NBF er kjent med, er det kun tre EU-medlemstater som har valgt en lenger periode enn seks måneder. Dette viser at det ikke er behov for en lengre periode med omvendt bevisbyrde.

NBF vil tilføye at en lang periode med omvendt bevisbyrde er særlig problematisk ved salg av brukte varer. Subsidiært er det derfor NBFs oppfatning at regelverket må skille mellom salg av nye og brukte varer, slik at bevisbyrden i alle fall ikke påhviler selger i mer enn seks måneder ved salg av brukte varer.

Reklamasjonsfrist, selgers ansvarsperiode

Direktivforslaget bruker ikke begrepet reklamasjonsfrist, men snakker om ansvarsperiode. NBF registrerer dessuten at de ulike språkversjonene av direktivforslaget ikke bruker sammenfallende terminologi når det gjelder ansvarsperiodens lengde (artikkel 14). Det er derfor noe usikkert hva som foreslås på dette punkt, og det bør følgelig klargjøres. Uklarheten gjelder siste setning. Mens den danske versjonen her viser til nasjonale reklamasjonsfrister, viser både engelsk og tysk versjon til nasjonale foreldelsesfrister.

Det fremgår av artikkel 14 at forbrukeren kan gjøre gjeldende mangler som viser seg ("becomes apparent") innen to år etter levering eller fullført installering. Dette er ikke en reklamasjonsfrist slik vi kjenner fra norsk forbrukervernlovgivning. Det legges opp til at det ikke skal gjelde noen relativ reklamasjonsfrist, for eksempel at det må reklameres innen rimelig tid, slik regelen er etter forbrukerkjøpsloven. Det kan derfor i prinsippet komme reklamasjoner lang tid etter at mangelen viser seg/becomes apparent. Har dette vært meningen? Kan nasjonal lovgivning regulere når det må reklameres, selv om direktivforslaget skal gi fullharmonisering (artikkel 3)? Siste setning i artikkel 14 kan synes å regulere noe om spørsmålet, men dette er uklart, se foregående avsnitt.

NBF er kjent med at regjeringen ønsker å kunne beholde fem års absolutt reklamasjonsfrist. På samme måte som for bevisbyrde-reglene taler gode grunner for ulik absolutt reklamasjonsfrist ved salg av nye og brukte varer. Selv om reklamasjon innen den absolutte fristen ikke nødvendigvis betyr at det foreligger en mangel – dette må vurderes særskilt – er det en utbredt oppfatning blant forbrukere at selger må ta ansvar for alle feil og problemer med varen som reklameres over innen fem år. Dette gjelder særlig ved biler, der det er svært mange ulike typer feil som kan oppstå og der kostnadene for å utbedre feilene kan bli til dels store. Det er NBFs klare oppfatning, basert på erfaringer i bransjen, at reklamasjonsfristens lengde gir forbrukerne urealistiske forventninger til bruktbiler. Dette er konfliktskapende.

Heving

Forslaget til artikkel 13 inneholder regler om heving. Det inngår ingen vesentlighetskvalifikasjon for hevingsadgangen. Det er spesifikt sagt i den innledende begrunnelsen for forslaget at det skal være adgang til å heve selv om ikke mangelen er vesentlig. Dersom dette blir regelen, innebærer det en betydelig utvidelse av forbrukerens interesser og tilsvarende økt byrde for selger.

Særlig for forhandlere av dyre kapitalvarer, som biler, vil det være meget dramatisk med en slik utvidelse av hevingsadgangen. NBF fraråder slik regulering, og mener kravet om ikke-uvesentlighet må opprettholdes. Den endringen forslaget legger opp til vil være prisdrivende, ettersom forhandlerne vil måtte legge inn i priskalkylen en økt risiko for å måtte ta tilbake bilen i et hevingsoppgjør.

Det forhold at kjøpet kan heves selv om mangelen er uvesentlig sett i sammenheng med at det ikke stilles krav til at forbrukeren skal reklamere innen rimelig tid, gjør at risikoen for urimelige situasjoner blir særlig stor. Man kan tenke seg at forbrukeren etter kort tid oppdager en mindre mangel ved varen, men velger å bruke varen frem til tett oppunder utløp av ansvarsperioden. Først da kreves heving, noe selger må akseptere med mindre selger kan bevise at feilen ikke er en mangel.

2. Forslag til direktiv om levering av digitalt innhold

Levering av digitalt innhold i bilbransjen

I stadig økende grad tilbys nye digitale tjenester i form av nytt digitalt utstyr i bilene, som igjen gir en tilknytnings- og kommunikasjonsmulighet mellom kunde, forhandler og produsent/importør. Hos flere bilmerker er det allerede i dag mulighet for å oppgradere kartverk til navigasjonssystemer via internett, og mange produsenter jobber med både tilknytning av app'er og andre produkter som kan kjøpes og lastes ned til bilene digitalt. Innføringen av E-call og videreutviklingen av såkalt "connected cars" vil på sikt antagelig også gi andre tjenesteleverandører tilgang til å koble seg opp mot bilene for å selge sine tjenester, som for eksempel forsikringsselskaper, bensinstasjoner, veihjelpstjenester, verkstedkjeder og så videre.

Om direktivets virkeområde

Definisjonen av "digitalt innhold" er svært omfattende. Den omfatter mer enn hva som legges i begrepet rent språklig. Herunder omfattes ulike tjenester relatert til digitalisering. Grensene for hva som omfattes fremstår ikke som klare, og NBF vil anbefale at det skjer en tydeligere avgrensning – og da i retning av den språklige forståelsen av begrepet. Tjenester bør unntas.

Direktivet foreslås å omfatte både salg av digitalt innhold og vederlagsfri levering av digitalt innhold. NBF ser behovet for regulering av salg av digitalt innhold, som i stor grad står uregulert i dag, men mener det er uheldig å la samme regler som gjelder for salg av digitalt innhold gjelde levering av digitalt innhold der motytelsen er data. Konsekvensene av forslaget usikre og NBF mener det er stor fare for at dette vil hemme utviklingen av det digitale markedet. Slik NBF ser det, vil det være mer relevant å beskytte forbruker i slike tilfeller ved et godt utbygd personvernregelverk. Direktivforslaget bør derfor begrenses til *salg* av digitalt innhold.

NBF mener det er positivt at dette direktivet foreslås å gjelde så vel online- som offlinesalg. I motsetning til hva som gjelder det andre direktivforslaget som er omfattet av denne høringen, hindrer dette ulike løsninger avhengig av hvilken salgskanal som brukes.

Reklamasjonsfrist og bevisbyrde

Det er ikke foreslått noen reklamasjonsfrist ved levering av digitalt innhold. På samme måte som ved levering av fysiske varer bør det være reklamasjonsfrist ved levering av digitalt innhold, ettersom leverandøren har behov for rettslig avklaring og forutberegnelighet når det gjelder ansvaret for leveransen. Dette blir særlig tydelig ettersom det samtidig foreslås at bevisbyrden skal ligge på leverandøren i ubegrenset tid. Dersom det ikke fastsettes en absolutt reklamasjonsfrist bør i det minste den omvendte bevisbyrden begrenses i tid.

Vennlig hilsen
NORGES BILBRANSJEFORBUND



Stig Morten Nilsen
Administrerende direktør



Anna E. Nordbø
Advokat