

Lektion 7: Fælleseuropæisk regulering

Jan Trzaskowski

IT University of Copenhagen, October 10th 2002

Kursusmateriale

- Internetjura 280-289
- Direktivet om urimelige kontraktvilkår (Direktiv 93/13/EØF af 5. april 1993)
- Direktivet om vildledende reklame (direktiv 97/55/EF af 6. oktober 1997 og direktiv 84/450/EØF)
- Fjernsalgsdirektivet (Direktiv 97/7/EF af 20. maj 1997)
- Forbrugerkøbsdirektivet (Direktiv 1999/44/EF af 25. maj 1999)
- Forslag til forordning om visse salgsfremmende foranstaltninger

Urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler (1/2)

Formål

- Indbyrdes tilnærmelse af lovgivningen om urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler

Urimelige kontraktvilkår

- Ikke genstand for individuel forhandling
 - Standardkontrakter
 - Hele aftalen eller dele heraf
 - Den erhvervsdrivende har bevisbyrden
- Betydelig skævhed til den erhvervsdrivendes fordel
 - På trods af god tro

Retsvirkninger

- Aftalevilkåret kan ikke gøres gældende
 - Men resten af aftalen består
- Ikke fraviges ved lovvalgsaftaler

Tvivel om fortolkningen

- Fortolkes til fordel for forbrugeren

Krav om offentligretlig midler til begrænsning af urimelige vilkår

Vedrører ikke spørgsmål om pris/kvalitet eller lignende

Implementering

- Aftaleloven kapitel IV

www.legalriskmanagement.com

Urimelige kontraktvilkår i forbrugeraftaler (2/2)

Eksempler på urimelige vilkår

- Ulighed i kravet til opfyldelse af aftalen (option/forpligtelse)
- Pålægge forbrugeren en urimelig bod for manglende opfyldelse af aftale
- Give den erhvervsdrivende fri ret til at opsige en løbende aftale uden at forbrugeren får tilsvarende mulighed
- Urimelig Kort opsigelsesfrist for den erhvervsdrivende i en tidsbestemt aftale
- Ændre vilkår i aftalen uden gyldig grund og uden at det er anført i aftalen
 - Muligheder for at ændre ved rimeligt varsel og med mulighed for opsigelse
- Give den erhvervsdrivende ret til bindende fortolkning af bestemmelser i aftalen
- Indskrænkninger i adgang til søgsmål

Undtagelser for den finansielle sektor

www.legalriskmanagement.com

Fjernsalgsdirektivet (1/3)

Formål: Tilnærmelse af lovgivning vedr. fjernsalgsaftaler

Fjernsalgsaftaler

- Forbruger aftale, system for fjernsalg (aftaleindgåelse), uden fysiske møde
- Generelle undtagelser
 - Finansielle tjenesteydelser
 - Vareautomater og automatiserede forretningslokaler
 - Auktioner
- Undtagelser fra fjernsalgsreglerne (oplysning og fortrydelse)
 - Udbringning til bopæl eller arbejde af fødevarer, drikkevarer mv.
 - Logi, transport, forplejning og fritidstilbud, hvis dato eller tidsrum er fastlagt

Forudgående oplysninger (klar og forståelig måde)

- Leverandørens navn (+ adresse ved forudbetaling)
- Ydelsens vigtigste egenskaber
- Ydelsens pris inklusive alle afgifter
- Eventuelle leveringsomkostninger
- Betalings- og leveringsbetingelser
- Eventuel fortrydelsesret
- Eventuel overtagelse
- Tilbudets eller prisens gyldighedsperiode

www.legalriskmanagement.com

Fjernsalgsdirektivet (2/3)

Skriftlig bekræftelse af oplysningerne

- Eller andet varigt medium, der er til rådighed og tilgængelig
- Yderligere oplysninger
 - Betingelser for udøvelse af fortrydelsesret
 - Fysiske adresse til brug for reklamation
 - Foreliggende eftersalgsservice og garantibestemmelser

Fortrydelsesret

- Mindst 7 hverdage (både varer og tjenesteydelser)
 - Løber fra
 - Varens modtagelse
 - Underretning om aftalens indgåelse
 - Op til 3 måneder, hvis de forudgående oplysninger ikke er givet
- Ikke gøre gældende, hvis
 - Tidligere udførelse af tjenesteydelse, hvis samtykke
 - Ydelser, afhængig af kapitalmarkeder
 - Specialfremstillede varer
 - Digitale ydelser med brudt plombering
 - Aftale om levering af aviser, tidsskrifter og magasiner
 - Aftale om tips og lotteri
- Kun direkte omkostninger til tilbagesendelse

www.legalriskmanagement.com

Fjernsalgsdirektivet (3/3)

Opfyldelse

- Inden 30 dage, medmindre andet er aftalt

Visse fjernkommunikationsteknikker

- Opkaldsautomater og fax: Opt in
- Ellers opt out (minimum)

Implementering: Lov om visse forbrugeraftaler og markedsføringslovens § 6a

www.legalriskmanagement.com

Forbrugerkøbsdirektivet (1/3)

Formål

- Tilnærmelse af regler vedrørende visse aspekter af køb og garantier

Forbrugerkøb af løsøregenstande

Overensstemmelse med aftalen

- Overensstemmelse med sælgers beskrivelse, herunder vareprøver og modeller
- Egnede til forbrugerens særlige formål, som accepteret af den erhvervsdrivende
- Egnede til sædvanlige formål for varen
- Overensstemmelse med sædvanlig beskaffenhed og tidligere oplysninger (e.g. reklame)

www.legalriskmanagement.com

Forbrugerkøbsdirektivet (2/3)

Forbrugerens rettigheder

- Kan altid vælge afhjælpning eller omlevering
 - Medmindre urimelig under hensyn til
 - Varens værdi eller betydningen af manglen
 - Rimelig tid og uden væsentlig ulempe
 - Gratis, herunder nødvendige forsendelsesomkostninger
- Passende afslag eller ophævelse, hvis
 - Ikke berettiget til afhjælpning eller omlevering
 - Ikke afhjulpet inden rimelig tid eller uden væsentlig ulempe
 - Dog ikke hvis manglende overensstemmelse er uvæsentlig

Frister

- Reklamationsret må ikke udløbe før to år efter levering
 - Kan sætte frist om at reklame senest to måneder efter konstateringen

www.legalriskmanagement.com

Forbrugerkøbsdirektivet (3/3)

Garantier

- Er bindende for afgiver på de fastsatte vilkår
- Krav til garantien
 - Garantens indhold
 - Eksisterende rettigheder berøres ikke
 - Oplysninger, der er nødvendig for udnyttelse
 - Adresse
- Skriftlig eller andet varigt medium efter anmodning
- Kan stille sproglige krav
- Gyldig selvom ikke overholdes af formkrav

Implementering: Købeloven og markedsføringsloven

www.legalriskmanagement.com

Direktivet om vildledende og sammenlignende reklame (1/2)

Formål

- Beskytte "alle" mod vildledende reklame og urimelige følger heraf
- Fastsætte betingelser for lovlig sammenlignende reklame

Definition af reklame

- Enhver form for tilkendegivelse til fremme afsætning af varer og tjenesteydelser

Vildledende reklame

- Reklame, som er egnet til at skabe et urigtigt indtryk hos modtageren
- Skal påvirke økonomisk adfærd eller skade konkurrenter

Vurdering af vildledende reklame

- Egenskaberne ved varerne eller tjenesteydelserne
- Priser og betalingsbetingelser
- Annoncørens status, egenskaber og rettigheder

"Implementering": Markedsføringslovens § 2

www.legalriskmanagement.com

Direktivet om vildledende og sammenlignende reklame (2/2)

Sammenlignende reklame

- Reklame, som henviser til en konkurrent eller dennes ydelser

Tilladt for så vidt angår sammenligningen, hvis:

- Ikke vildledende
- Samme behov eller formål
- Objektiv og repræsentativ sammenligning
- Ikke forvekslelighed, navnlig vedr. varemærker
- Ikke miskrediterer varemærker
- Ikke utilbørlig fordel ved konkurrents varemærke, navn etc.
- Ikke fremstiller ydelsens som en imitation eller kopi

Ved særtilbud oplyses klart om perioden og andre indskrænkninger i tilbuddet

Implementering: Markedsføringslovens § 2a

www.legalriskmanagement.com

Forslag til forordning om kommerciel kommunikation (1/2)

Formål

- Fastsætte regler for brug og "markedsføring" af (visse) salgsfremmende foranstaltninger
- Sikre fri udveksling

Kommerciel kommunikation

- Enhver form for kommunikation med henblik på at fremme (direkte eller indirekte)
 - Varer, tjenesteydelser
 - Erhvervsmæssig firmas, persons eller organisations image
- Dog ikke domænenavne, e-mailadresser eller uafhængig kommunikation

Salgsfremmende foranstaltning

- Rabat, gratis gave, tilgift, salgsfremmende spil

Typer af salgsfremmende foranstaltninger

- Rabat: Prisreduktion, kvantitetsforøgelse eller kupon
- Gratis gave: Vare eller tjeneste, der tilbydes uden omkostninger
- Tilgift: Ydelse, der leveres sammen med anden købt ydelse
- Præstationskonkurrence
- Tilfældighedskonkurrence – ikke pengespil (hasard)

www.legalriskmanagement.com

Forslag til forordning om kommerciel kommunikation (2/2)

Forbud mod

- Generelt forbud mod brug af kommerciel kommunikation eller salgsfremmende foranstaltninger
- Begrænsninger i værdien af en salgsfremmende foranstaltning (ikke bøger)
- Forbud mod rabatter forud for sæsonalg
- Krav om forudgående autorisation for brug af kommerciel kommunikation eller salgsfremmende foranstaltninger
- Ikke hindre fri udveksling af varer og tjenesteydelser på grund af anvendelse af kommerciel kommunikation eller salgsfremmende foranstaltninger

Krav om klar og utvetydig oplysninger i forbindelse med kommerciel kommunikation eller salgsfremmende foranstaltninger

- Skal kunne dokumenteres (bevisbyrde)

Beskyttelse af børn (under 14)

- Ikke indhente personoplysninger uden samtykke fra værger
- Ikke gratis gaver eller tilgift, der kan skade barnets fysiske helbred
- Ikke gratis gaver i form af alkoholholdige drikkevarer til personer under 18 år

Klager til den erhvervsdrivende

- Gratis kommunikation til den erhvervsdrivende
- Besvare klager skriftligt (herunder elektronisk) inden 6 uger

www.legalriskmanagement.com

Spørgsmål og bemærkninger

www.legalriskmanagement.com

Emner til international handel og markedsføring

Retningslinier

- OECD, ICC, BBB og den fælles holdning

Emner - gruppe 1

- Generelle principper for markedsføring
 - Herunder børn, under og andre grupper
- Generel informationspligt

Emner - gruppe 2

- Oplysninger forud for køb
- Aftaleindgåelse mv.
- Betaling

www.legalriskmanagement.com