

IV

*(Upplysningar)*UPPLYSNINGAR FRÅN EUROPEISKA UNIONENS INSTITUTIONER, BYRÅER
OCH ORGAN

EUROPEISKA KOMMISSIONEN

KOMMISSIONENS TILLKÄNNAGIVANDE

Vägledning om tolkningen och tillämpningen av Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU
om konsumenträttigheter*(Text av betydelse för EES)*

(2021/C 525/01)

INNEHÅLL

	<i>Sida</i>
INLEDNING	5
1. Tillämpningsområde	6
1.1. Begreppen "näringsidkare" och "konsument"	6
1.2. Begreppet "avtal"	7
1.3. Avtal som omfattas	8
1.4. Blandade avtal	9
1.5. Åtskillnad mellan digitala tjänster och digitalt innehåll på internet	10
1.6. Avtal mot betalning och avtal där konsumenten tillhandahåller personuppgifter	12
1.6.1. Avtal mot betalning	12
1.6.2. Avtal där konsumenten tillhandahåller personuppgifter	13
1.7. Avtal som inte omfattas av direktivet	14
1.7.1. Hyresavtal och byggavtal	14
1.7.2. Paketresor	15
1.7.3. Avtal som upprättas under medverkan av en offentlig tjänsteman	16
1.7.4. Avtal om dagligvaror	16
1.7.5. Passagerartransporter	16
1.7.6. Automatiserad försäljning	17
1.7.7. Vissa avtal som rör elektronisk kommunikation	17
1.8. Möjligt undantag för avtal med låga värden utanför fasta affärslokaler	18
1.9. Regler för offentliga auktioner	19

2.	Avtal utanför fasta affärslokaler	19
2.1.	Avtal som ingås utanför näringsidkarens fasta affärslokaler	19
2.2.	Avtal som ingåtts efter det att konsumenten tilltalats utanför de fasta affärslokalerna	20
2.3.	Avtal som ingås under en utflykt organiserad av näringsidkaren	21
3.	Konsumentinformation	22
3.1.	Allmänna krav	22
3.1.1.	Inledning	22
3.1.2.	Tydlighet i informationen och koppling till direktivet om otillbörliga affärsmetoder	22
3.1.3.	Information som "redan framgår av sammanhanget"	23
3.1.4.	Informationskrav i annan EU-lagstiftning	23
3.1.5.	Åläggande av ytterligare informationskrav	24
3.1.6.	Undantag för vardagliga transaktioner	25
3.1.7.	Den bindande karaktären hos den förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås	25
3.1.8.	Ytterligare språkrav	25
3.1.9.	Bevisbörla	26
3.2.	Gemensamma krav för avtal i fasta affärslokaler och distansavtal/avtal utanför fasta affärslokaler	26
3.2.1.	Huvudsakliga egenskaper	26
3.2.2.	Näringsidkarens identitet och kontaktuppgifter	27
3.2.3.	Pris	30
3.2.4.	Leverans och fullgörande av avtalet	31
3.2.5.	Betalningssätt	32
3.2.6.	Garantier och service efter försäljningen	32
3.2.7.	Avtalets löptid och hävning av avtalet	34
3.2.8.	Funktion, kompatibilitet och driftskompatibilitet	34
3.3.	Ytterligare krav för distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler	36
3.3.1.	Personanpassat pris	36
3.3.2.	Kostnaden för att använda medel för distanskommunikation	36
3.3.3.	Handpenning och ekonomiska garantier	37
3.3.4.	Förfaranden för prövning utanför domstol	37
3.4.	Ytterligare krav för marknadsplatser online	38
3.4.1.	Kriterier för rankning	38
3.4.2.	Den andra avtalspartens status	40
3.4.3.	Information om att EU:s konsumenträtt inte är tillämplig	40
3.4.4.	Fördelning av ansvar för avtalet	41
3.4.5.	Möjlighet att ålägga ytterligare informationskrav	41

4.	Särskilda krav för distansavtal	42
4.1.	Definition av ett distansavtal	42
4.2.	Förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås	43
4.2.1.	Information som ska presenteras direkt innan beställningen görs	43
4.2.2.	Knapp för att bekräfta beställning	44
4.2.3.	Information om begränsningar av leveransen och betalningssätt	44
4.2.4.	Avtal som ingås med hjälp av medel för distanskommunikation med begränsat utrymme eller begränsad tid	45
4.3.	Avtal som ingås per telefon	46
4.4.	Bekräftelse av avtalet	47
5.	Ångerrätten	49
5.1.	Beräkning av ångerfristen	49
5.1.1.	Inledning	49
5.1.2.	Ångerfristens början	50
5.2.	Information om ångerrätten	51
5.3.	Utövande av ångerrätten	52
5.4.	Konsekvenserna för personuppgifter vid utövande av ångerrätten	53
5.5.	Ångerrätt för varor	54
5.5.1.	Flera eller defekta varor	54
5.5.2.	Återsändande av varor	54
5.5.3.	Återbetalning av de belopp som konsumenten har betalat	55
5.5.4.	Konsumentens ansvar för felaktig hantering av varorna	56
5.5.5.	Risk vid återsändande av varor till näringsidkaren	58
5.6.	Ångerrätt vid avtal om allmännyttiga och andra tjänster	58
5.6.1.	Konsumentens samtycke till omedelbart utförande	58
5.6.2.	Konsumentens ersättningsskyldighet	60
5.7.	Ångerrätt vid avtal om digitalt innehåll på internet	61
5.8.	Konsekvenser om kraven på information om ångerrätten inte uppfylls	62
5.8.1.	Konsekvenser vid avtal om varor	63
5.8.2.	Konsekvenser vid avtal om allmännyttiga och andra tjänster	63
5.8.3.	Konsekvenser vid avtal om digitalt innehåll på internet	64
5.9.	Hävning av avtal till följd av utövande av ångerrätten	64
5.10.	Biavtal	65

5.11. Undantag från ångerrätten	65
5.11.1. Varor och tjänster vars pris beror på svängningar på finansmarknaden	65
5.11.2. Varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel	66
5.11.3. Varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla	67
5.11.4. Varor som är förslutna av hälsoskydds- och hygienskäl	67
5.11.5. Varor som blandas med andra föremål på så sätt att de inte kan skiljas från varandra	68
5.11.6. Tjänster som ska tillhandahållas en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod	68
5.11.7. Reparationer som begärs av konsumenten	69
5.12. Lagstiftningsval för icke begärda besök eller utflykter	69
5.12.1. Inledning	69
5.12.2. Förlängning av ångerfristen	70
5.12.3. Avvikelser från undantagen från ångerrätten	71
6. Leverans	71
7. Riskens övergång	72
8. Avgifter för olika betalningssätt	73
8.1. Inledning	73
8.2. Definitionen av avgifter	73
8.3. Definitionen av den kostnad som "näringsidkarna själva fått vidkännas"	74
8.3.1. Handlarens serviceavgift och andra direkta kostnader	74
8.3.2. Allmänna kostnader för att driva företag	74
8.3.3. Kostnader som motiverar en avgift för användning av ett betalningssätt	74
8.4. Kontantbetalningar i utländsk valuta	75
9. Telefonkommunikation	76
10. Tilläggsbetalningar	77
11. Efterlevnad av bestämmelserna	77
11.1. Offentliga respektive privata organisationers rätt att väcka talan	77
11.2. Tillämpning på näringsidkare i tredjeländer	78
11.3. Sanktioner	79
11.3.1. Kriterier för föreläggande av sanktioner	79
11.3.2. Sanktioner i samband med samordnade tillsynsinsatser enligt förordningen om konsumentskyddssamarbete	80
BILAGA	82

INLEDNING

Syftet med Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU ⁽¹⁾ om konsumenträttigheter (nedan kallat *konsumenträttighetsdirektivet* eller bara *direktivet*) är att åstadkomma ett konsumentskydd på hög nivå i hela EU och därigenom bidra till att den inre marknaden fungerar korrekt genom att tillnärma vissa aspekter av medlemsstaternas lagar och andra författningar avseende avtal som ingåtts mellan konsumenter och näringsidkare ⁽²⁾.

Syftet med detta vägledande tillkännagivande (nedan kallat *tillkännagivande*) är att göra det lättare att tillämpa direktivet ändamålsenligt. Tillkännagivandet har också som syfte att göra alla berörda parter, till exempel konsumenter, företag, medlemsstaternas myndigheter inklusive nationella domstolar samt jurister runtom i EU, mer medvetna om direktivet. Tillkännagivandet omfattar även de ändringar vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler som infördes genom Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 ⁽³⁾ och som träder i kraft den 28 maj 2022. I vissa delar av dokumentet återges och diskuteras därför de bestämmelser som ännu inte har trätt i kraft på datumet för utfärdandet av detta tillkännagivande. De aktuella avsnitten och punkterna anges tydligt.

I tillkännagivandet återges den rättspraxis Europeiska unionens domstol (nedan kallad *domstolen*) har använt om direktivet sedan det trädde i kraft den 13 juni 2014. Från och med den dag då direktivet började tillämpas ersatte det rådets direktiv 85/577/EEG för att skydda konsumenten i de fall då avtal ingås utanför fasta affärslokaler ⁽⁴⁾ och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG om konsumentskydd vid distansavtal ⁽⁵⁾. Konsumenträttighetsdirektivet behöll vissa bestämmelser i de tidigare direktiven 85/577/EEG och 97/7/EG. Därför hänvisas det här i dokumentet även till domstolens relevanta rättspraxis om tolkningen av dessa direktiv, när så är tillämpligt.

I tillkännagivandet analyseras inte hur direktivet tillämpas i de enskilda medlemsstaterna; inte heller besluten i nationella domstolar och andra behöriga organ. Utöver olika informationskällor som finns i medlemsstaterna finns uppgifter om nationella bestämmelser som införlivar direktivet samt rättspraxis och doktrin i den databas över konsumentlagstiftningen som är tillgänglig via e-juridikportalen ⁽⁶⁾.

Detta tillkännagivande riktar sig till EU:s medlemsstater och till Island, Liechtenstein och Norge i egenskap av undertecknare av avtalet om Europeiska ekonomiska samarbetsområdet ⁽⁷⁾ (EES). Hänvisningar till EU, unionen eller den inre marknaden bör därför tolkas som hänvisningar till EES eller till EES-marknaden.

Detta tillkännagivande är uteslutande avsett som vägledande dokument – det är endast texten i EU-lagstiftningen som har rättslig verkan. En auktoritativ tolkning av lagen måste härledas från direktivtexten och direkt från domstolens beslut. I detta tillkännagivande tas hänsyn till de avgöranden i domstolen som offentliggjorts senast i oktober 2021, och det föregriper inte vidare utveckling av domstolens rättspraxis.

De uppfattningar som uttrycks i detta tillkännagivande föregriper inte den ståndpunkt som kommissionen kan komma att inta i domstolen. Informationen i detta tillkännagivande är av allmän karaktär och riktar sig inte till någon särskild individ eller enhet. Varken Europeiska kommissionen eller personer som agerar på kommissionens vägnar är ansvariga för hur denna information eventuellt används.

Eftersom detta tillkännagivande återspeglar de senaste metoderna vid tidpunkten för utkastet, kan den vägledning som ges komma att ändras vid senare tillfällen.

⁽¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU av den 25 oktober 2011 om konsumenträttigheter och om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG och om upphävande av rådets direktiv 85/577/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG (EUT L 304, 22.11.2011, s. 64).

⁽²⁾ Se artikel 1 i direktivet.

⁽³⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/2161 av den 27 november 2019 om ändring av rådets direktiv 93/13/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG, 2005/29/EG och 2011/83/EU vad gäller bättre upprätthållande och modernisering av unionens konsumentskyddsregler (EUT L 328, 18.12.2019, s. 7).

⁽⁴⁾ Rådets direktiv 85/577/EEG av den 20 december 1985 för att skydda konsumenten i de fall då avtal ingås utanför fasta affärslokaler (EGT L 372, 31.12.1985, s. 31).

⁽⁵⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG av den 20 maj 1997 om konsumentskydd vid distansavtal – Rådets och parlamentets uttalande artikel 6.1 – Kommissionens uttalande artikel 3.1 första strecksatsen (EGT L 144, 4.6.1997, s. 19).

⁽⁶⁾ https://e-justice.europa.eu/591/SV/consumer_law_database.

⁽⁷⁾ EGT L 1, 3.1.1994, s. 3.

1. Tillämpningsområde

1.1. Begreppen "näringsidkare" och "konsument"

Konsumenträttighetsdirektivet gäller, vilket fastställs i dess artikel 1, för "avtal som ingåtts mellan konsumenter och näringsidkare". För att ett avtal ska omfattas av direktivet är det därför nödvändigt att fastställa ett en av parterna i det är en näringsidkare, enligt definitionen i artikel 2.2, och den andra parten en konsument, enligt definitionen i artikel 2.1.

Enligt artikel 2.1 är en "**konsument**" varje fysisk person som i samband med avtal som omfattas av detta direktiv agerar för ändamål som faller utanför den egna närings- eller yrkesverksamheten. Av den bestämmelsen följer att **två sammanlagda villkor** måste vara uppfyllda för att en person ska omfattas av det begreppet, nämligen i) att personen är en fysisk person och ii) att personen agerar i icke-yrkesrelaterade syften.

Som förklaras i skäl 13 får medlemsstaterna behålla eller införa bestämmelser i sin nationella rätt som motsvarar dem i direktivet när det gäller avtal som inte innefattas av direktivet, till exempel genom att låta de nationella bestämmelserna tillämpas även på fysiska personer som inte är konsumenter i den mening som avses i artikel 2.1 eller på juridiska personer, såsom icke-statliga organisationer, nystartade företag eller små och medelstora företag.

Här har domstolen bekräftat, i mål C-329/19, *Condominio di Milano* ⁽⁸⁾, att begreppet "konsument" kan utvidgas genom nationell rättspraxis på så vis att reglerna för skydd av konsumenter även gäller ett avtal mellan en näringsidkare och ett rättssubjekt som inte är en fysisk person, till exempel en *condominio* (en sammanslutning för samägare av en fastighet) i italiensk rätt.

Dessutom slog domstolen fast att begreppet "konsument" avser en fysisk person som handlar för ändamål som ligger utanför dennes närings- eller yrkesverksamhet ⁽⁹⁾. Det andra kriteriet bör tolkas mot bakgrund av skäl 17, där "dominerande användning" införs som kvalificerande faktor: "Om, beträffande avtal med dubbla syften, ett avtal ingås för ändamål som dels faller inom, dels faller utanför personens egna närings- eller yrkesverksamhet och **näringssyftet är så begränsat att det inte dominerar avtalets övergripande sammanhang** bör den personen även anses såsom konsument."

En fysisk person som, i avtal som omfattas av detta direktiv, handlar för ändamål som *huvudsakligen* ligger utanför personens egen närings- eller yrkesverksamhet, skulle också kunna falla inom definitionen av "konsument". En sådan klassificering bör ske på grundval av en bedömning från fall till fall ⁽¹⁰⁾.

"**Näringsidkare**" definieras i artikel 2.2 som en fysisk eller juridisk person som agerar "för ändamål som faller inom ramen för den egna närings- eller yrkesverksamheten samt varje person som agerar i dennes namn eller för dennes räkning". Inte bara privatägda utan även offentligt ägda personer kan vara kvalificerade som näringsidkare.

I mål C-105/17, *Kamenova* ⁽¹¹⁾, noterade domstolen att begreppet näringsidkare definieras på ett nästan identiskt sätt i både konsumenträttighetsdirektivet och Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder ⁽¹²⁾ och därför måste tolkas enhetligt. Grundat på den rättspraxis som tagits fram enligt direktivet om otillbörliga affärsmetoder gjorde domstolen en bred tolkning av begreppet näringsidkare och ansåg att det måste fastställas med beaktande av det härmed förbundna men motstående begreppet konsument. I förhållande till en näringsidkare har konsumenten en svagare ställning och måste anses vara mindre informerad, ekonomiskt svagare och juridiskt mindre erfaren än sin avtalspart. Att klassificeras som en "näringsidkare" kräver en bedömning från fall till fall, med beaktande av följande indikativa kriterier:

- i) Om försäljningen genomfördes på ett organiserat sätt.
- ii) Om försäljningen har ett vinstsyfte.
- iii) Om säljaren har sådan information och sakkunskap rörande de produkter som vederbörande bjuder ut till försäljning som konsumenten inte nödvändigtvis har själv, så att säljaren befinner sig i en förmånligare ställning än konsumenten.
- iv) Om säljaren har en rättslig ställning som gör det möjligt för den att utföra handelstransaktioner.

⁽⁸⁾ Se C-329/19, *Condominio di Milano*, ECLI:EU:C:2020:263, punkt 34.

⁽⁹⁾ C-105/17, *Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:808, punkt 33.

⁽¹⁰⁾ Se analogt C-105/17, *Kamenova*, punkterna 36–37.

⁽¹¹⁾ C-105/17, *Kamenova*, ECLI:EU:C:2018:808, punkterna 27–29 samt punkt 34.

⁽¹²⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenter på den inre marknaden och om ändring av rådets direktiv 84/450/EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG, 98/27/EG och 2002/65/EG samt Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 2006/2004 (direktiv om otillbörliga affärsmetoder) (EUT L 149, 11.6.2005, s. 22).

- v) I vilken utsträckning internetförsäljningen är kopplad till säljarens närings- eller yrkesverksamhet.
- vi) Om säljaren är mervärdesskattepliktig.
- vii) Om säljaren som handlar i en bestämd näringsidkares namn eller för dennes räkning eller genom en annan person som handlar i dennes namn eller för dennes räkning, erhöll ersättning eller vinstdelningsersättning.
- viii) Om säljaren köper nya eller begagnade varor för återförsäljning, och denna verksamhet därmed är regelbunden till sin natur, har en frekvens och/eller utförs i samband med vederbörandes närings- eller yrkesverksamhet.
- ix) Om samtliga varor som säljs är av samma typ eller av samma värde.
- x) Om utbudet är koncentrerat till ett begränsat antal produkter.

Domstolen betonade att dessa kriterier varken är uttömmande eller uteslutande, och att den omständigheten att ett eller flera kriterier är uppfyllda inte i sig är avgörande för att klassificera en person som en "näringsidkare". Att försäljningen har ett vinstsyfte eller att någon publicerar flera annonser samtidigt på en plattform på nätet avseende försäljning av nya och begagnade varor är inte i sig tillräckligt för att klassificera denna person som "näringsidkare" ⁽¹³⁾.

I situationer där en förmedlare (såsom en marknadsplats online) eller en näringsidkare som företräder en annan näringsidkare är involverad, bör dessa olika näringsidkare göra det tydligt för konsumenten **vilken näringsidkare som är konsumentens avtalspart** och vad de olika näringsidkarna har för respektive roller och ansvarsområden. Denna fråga behandlas vidare i avsnitt 3.2.2.1.

Här ändrades konsumenträttighetsdirektivet genom direktiv (EU) 2019/2161, genom att det infördes ett krav på leverantörer av marknadsplatser online att informera konsumenten om huruvida tredjepartsleverantören agerar som "näringsidkare" eller "icke-näringsidkare" (medkonsument), på grundval av den tredje partens förklaring till leverantören av marknadsplatsen online. Informationskraven för marknadsplatser online behandlas i avsnitt 3.4.2.

1.2. Begreppet "avtal"

Den utlösande faktorn för att direktivet ska tillämpas är erbjudandet att en näringsidkare och en konsument ska ingå ett avtal. "Avtalet" definieras inte i direktivet, och där fastställs inte under vilka omständigheter det ska bedömas att det har ingåtts ett avtal som direktivet tillämpas på. Det kommer an på de nationella domstolarna och de brottsbekämpande myndigheterna i den berörda medlemsstaten att bedöma om ett rättsförhållande **utgör ett avtal**. Som det står i artikel 3.5 i direktivet:

Artikel 3

5. Detta direktiv ska inte påverka nationell allmän avtalsrätt, till exempel bestämmelser om ett avtals giltighet, ingående eller verkan, om sådana allmänna avtalsrättsliga aspekter inte regleras i detta direktiv.

Direktivet påverkar till exempel inte nationella avtalsrättsliga regler för **överföring av avtalsrättigheter och avtalskyldigheter** från en konsument till en annan.

Det bör noteras att **ett och samma avtal kan omfatta flera artiklar**, både varor och digitalt innehåll. Beroende på dess villkor kan till exempel ett och samma prenumerationsavtal omfatta leverans av många olika typer av digitalt innehåll. Om de omfattas av ett prenumerationsavtal skulle varje leverans av separat digitalt innehåll enligt det avtalet således inte utgöra ett nytt "avtal" i den mening som avses i direktivet.

I mål C-922/19, Stichting Waternet ⁽¹⁴⁾, behandlade domstolen frågan huruvida fortsatt vattenförsörjning till en bostad vid byte av bostadsinnehavare, utan att den nya innehavaren uttryckligen begärt det, utgör "leverans utan föregående beställning" i den mening som avses i punkt 29 i bilaga I till direktivet om otillbörliga affärsmetoder ("svarta listan"), vilket i så fall medför att konsumenten har rätt att inte betala för sådan leverans i enlighet med artikel 27 i konsumenträttighetsdirektivet. I målet krävdes bland annat ett avgörande av om ett avtal kunde anses ha ingåtts mellan ett vattenbolag och en konsument utan konsumentens uttryckliga samtycke.

⁽¹³⁾ C-105/17, Kamenova, ECLI:EU:C:2018:808, punkterna 27–29, 34–40 och 45.

⁽¹⁴⁾ C-922/19, Stichting Waternet, ECLI:EU:C:2021:91.

Domstolen erkände att det för vattenförsörjning **inte alltid krävs att det finns ett avtal**. Det är också möjligt att rättsförhållandet mellan respektive leverantör och konsument **helt regleras i den nationella lagstiftningen avseende såväl näringsidkarens leverans av vatten som de kostnader som leveransen ger upphov till och som åligger konsumenten** ⁽¹⁵⁾.

I sådana fall där det inte finns något avtal skulle inte direktivet tillämpas på förhållandet mellan leverantören och konsumenten. I vilket fall som helst är det fortfarande avgörande om det respektive förhållandet ses som ett avtal enligt gällande nationell rätt.

1.3. *Avtal som omfattas*

Direktivet reglerar vissa aspekter i olika avtal mellan en näringsidkare och en konsument. För det första skiljer det mellan olika avtal beroende under vilka omständigheter de ingås, nämligen

1. avtal som ingås utanför näringsidkarens lokaler (**avtal utanför fasta affärslokaler**),
2. avtal som ingås genom medel för distanskommunikation – över internet, däribland på marknadsplatser online, på telefon osv. (**distansavtal**),
3. andra slags avtal än distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler (vanligen rör det sig om avtal som ingås i fysiska butiker, nedan kallade **avtal i fasta affärslokaler**).

Direktivet skiljer vidare mellan olika typer av avtal beroende på syfte, nämligen

1. **köpeavtal**,
2. **tjänsteavtal**, inbegripet **avtal om digitala tjänster**,
3. avtal för leverans av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium (**avtal om digitalt innehåll på internet**),
4. avtal för leverans av vatten, gas eller el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller avtal om leverans av fjärrvärme (**avtal för leverans av allmännyttiga tjänster**).

Köpe- och tjänsteavtalen definieras i artikel 2.5 och 2.6 i direktivet. Avtal om digitalt innehåll på internet och för leverans av allmännyttiga tjänster definieras inte uttryckligen, men i skäl 19 förklaras att de, i den mening som avses i direktivet, **inte klassificeras som köpe- eller tjänsteavtal**.

Även om många av bestämmelserna i direktivet gäller generellt för alla fyra avtalstyper finns det regler som är tillämpliga på endast en viss typ av avtal. I synnerhet har olika avtal (se artikel 9) olika regler för beräkning av den period under vilken ångerrätten kan utövas (se också avsnitt 5 om ångerrätt).

I skäl 19 klargörs också att **digitalt innehåll som levereras på ett fysiskt medium i direktivet anses som en vara**. Digitalt innehåll som levereras på cd eller dvd anges som exempel, men samma synsätt gäller även för digitalt innehåll som levereras på andra bärare eller på en smart enhet, till exempel en spelkonsol med förinstallerade spel. Oavsett typen av fysiskt medium ⁽¹⁶⁾ **faller ett avtal om sådant digitalt innehåll under de bestämmelser om ångerrätt i konsumenträttsdirektivet som är tillämpliga på köpeavtal** ⁽¹⁷⁾.

Eftersom definitionen av köpeavtalet (se nedan) avser överföringen av äganderätten till varor från näringsidkaren till konsumenten (dvs. avtal mellan företag och konsument) gäller inte direktivet för avtal där det är **konsumenten som överför varor till näringsidkaren**, exempelvis en begagnad bil eller begagnade smycken.

⁽¹⁵⁾ Se fotnot 115, punkt 39.

⁽¹⁶⁾ Däremot är typen av medium viktig vid tillämpningen av direktivet om digitalt innehåll (EU) 2019/770 och direktivet om försäljning av varor (EU) 2019/771, eftersom det förstnämnda är tillämpligt på digitalt innehåll som levereras på ett fysiskt medium, såsom dvd-skivor, cd-skivor, USB-minnen och minneskort, och även på det fysiska mediet i sig, förutsatt att *det fysiska mediet uteslutande fungerar som bärare* av digitalt innehåll (se skäl 20 till direktivet om digitalt innehåll).

⁽¹⁷⁾ De relevanta begränsningarna tillämpas också, såsom undantaget från ångerrätt enligt artikel 16 första stycket i med avseende på tillhandahållande av plomberade ljud- eller plomberade bildinspelningar eller datorprogram vars plombering brutits av konsumenten.

1.4. **Blandade avtal**

Artikel 2

5. köpeavtal: varje avtal där näringsidkaren överlåter eller åtar sig att överlåta äganderätten till varan till konsumenten och där konsumenten betalar eller åtar sig att betala priset för denna, inbegripet avtal där avtalsföremålet är både varor och tjänster.

6. tjänsteavtal: varje avtal som inte är ett köpeavtal, där näringsidkaren tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla en tjänst till konsumenten och där konsumenten betalar eller åtar sig att betala priset för denna.

I praktiken har många avtal som ingås mellan näringsidkare och konsumenter, som direktivet är tillämpligt på, inslag av både varor och tjänster. I dessa fall är den sista delen av definitionen i artikel 2.5 relevant, eftersom den definierar ett köpeavtal som "avtal där avtalsföremålet är både varor och tjänster".

Enligt definitionen i artikel 2.5 är kriteriet för att klassificera ett avtal som ett köpeavtal att **äganderätten till varan överläts** till konsumenten. Om huvudsyftet med ett avtal är att överlåta äganderätten för vissa varor, bör det därför klassificeras som ett köpeavtal även om det också omfattar tillhörande tjänster som säljaren står för, såsom installation, underhåll eller någon annan slags behandling, oavsett varornas och tjänsternas värde i förhållande till varandra.

Följande är exempel på avtal som omfattar både varor och tjänster och normalt bör betraktas som köpeavtal på grund av deras huvudsakliga ändamål:

- Inköp av ny köksinredning, inklusive installation av denna i konsumentens lägenhet.
- Inköp av särskilda byggelement, till exempel fönster och dörrar, inklusive installation av dessa i konsumentens bostad.
- Inköp av en smart mobiltelefon kombinerat med en tecknandet av en prenumeration på en elektronisk kommunikationstjänst.

Om överföringen av äganderätten till särskilda varor inte är det huvudsakliga ändamålet för det blandade avtalet bör däremot avtalet inte betraktas som ett köpeavtal.

Följande är exempel på avtal som omfattar både varor och tjänster som bör klassificeras som tjänsteavtal på grund av deras huvudsakliga ändamål:

- Ett avtal för reparation, renovering och uppförande av en tillbyggnad till en byggnad (se skäl 26).
- Ett avtal om deltagande i ett föredrag, inklusive leverans av pennor och mappar för deltagarna.
- Ett avtal om en utbildningskurs, inklusive leverans av en kursbok för varje deltagare.

Denna tolkning stöds av domstolens fasta rättspraxis om den fria rörligheten för varor och friheten att tillhandahålla tjänster, som förblir relevant även inom ramen för detta direktiv.

I mål C-20/03, Marcel Burmanjer, angav till exempel domstolen att en ekonomisk verksamhet bör undersökas mot bakgrund av **antingen** den fria rörligheten för varor **eller** friheten att tillhandahålla tjänster om en av dessa aspekter "**är helt underordnad den andra och kan knytas till åtgärden**"⁽¹⁸⁾.

Detta innebär också att ett blandat avtal bör betraktas som ett köpeavtal om det visar sig att det egentliga ändamålet är överföring av äganderätten till varor:

- Om till exempel försäljningen av en kursbok hade en särskilt framträdande roll i näringsidkarens erbjudande om utbildningskursen och i kommunikationen mellan parterna, och om denna kursbok hade ett betydande relativt värde jämfört med totalpriset för utbildningen, kan avtalet klassificeras som ett köpeavtal snarare än ett tjänsteavtal i den mening som avses i direktivet.

⁽¹⁸⁾ C-20/03, Marcel Burmanjer, ECLI:EU:C:2005:307, punkterna 24–35. Samma synsätt bekräftades av domstolen i mål C-108/09, Ker-Optika bt, ECLI:EU:C:2010:725 (se punkt 43).

Å andra sidan bör ett blandat avtal, även när det medför att något produceras i fysisk form, ses som ett tjänsteavtal så länge som **avtalets syfte är en intellektuell eller kompetensrelaterad tjänst** och den efterföljande leveransen bara har en underordnad funktion ⁽¹⁹⁾:

— *Exempelvis är både ett avtal med en arkitekt att formge ett hus och ett avtal med en advokat att iordningställa och inge en stämningsansökan tjänsteavtal, även om det i slutändan blir ett konkret resultat (t.ex. byggritningar, ett anspråk eller en ansökan). På samma sätt är ett avtal med en konstnär om att måla en tavla, och ett avtal med en fotograf om att ta bröllopsfoton, tjänsteavtal.*

I korthet bör varje blandat avtal klassificeras på grundval av sitt verkliga huvudsakliga ändamål. Det faktum att avtalet kan inkludera en möjlighet att ingå framtida överenskommelser bör inte i sig ändra dess egenskaper. Exempel:

— *Om ett avtal för hyra av varor endast innehåller en möjlighet att överföra äganderätten, inte en skyldighet, bör avtalet klassificeras som ett tjänsteavtal i den mening som avses i direktivet.*

Det är på grundval av klassificering av ett avtal som antingen ett köpe- eller tjänsteavtal som ångerfristen beräknas (artikel 9). För **tjänsteavtal** börjar ångerfristen på 14 dagar att löpa när avtalet ingås. För **köpeavtal** börjar ångerfristen löpa först efter det att varorna har mottagits. Dessutom gäller vissa av direktivets bestämmelser, till exempel artiklarna 18 och 20 om leverans och riskens övergång, endast för köpeavtal.

Samma köpe- eller tjänsteavtal kan även omfatta tjänster som inte regleras i direktivet. Exempelvis kan ett köpe- eller tjänsteavtal göra det möjligt att betala priset i delbetalningar med en viss ränta. Ett sådant avtal skulle också omfattas av de särskilda bestämmelserna om finansiella tjänster till konsumenter ⁽²⁰⁾. Bestämmelserna om biavtal i artikel 15 i direktivet skulle tillämpas på motsvarande sätt (se avsnitt 5.10).

1.5. Åtskillnad mellan digitala tjänster och digitalt innehåll på internet

I direktiv (EU) 2019/2161 klargjordes definitionen av "tjänsteavtal" i konsumenträttighetsdirektivet, på så sätt att begreppet även omfattar avtal om "digitala tjänster" (se definitionen i föregående avsnitt). Dessutom infördes genom direktiv (EU) 2019/2161, i dess artikel 2.16, **en definition av "digital tjänst"**, som anknyter till definitionen i artikel 2.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2019/770 om digitalt innehåll ⁽²¹⁾.

I artikel 2 i direktivet om digitalt innehåll står följande:

Artikel 2

1. *digitalt innehåll: data som framställs och tillhandahålls i digital form,*
2. *digital tjänst:*
 - a) *en tjänst som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, eller*
 - b) *en tjänst som gör det möjligt att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller andra användare av den tjänsten,*

I skäl 19 till direktivet om digitalt innehåll förklaras att "för att sörja för en snabb teknisk utveckling och bibehålla den framtidssäkrade karaktären hos begreppet digitalt innehåll eller digital tjänst bör detta direktiv omfatta bland annat datorprogram, applikationer, videofiler, ljudfiler, musikfiler, digitala spel, e-böcker eller andra e-publikationer och även digitala tjänster [...] **inbegripet hyprogram** såsom video- och ljudfilering och annan fillagring, ordbehandling eller spel som erbjuds i molnbaserad datortjänstmiljö och sociala medier". Det bör noteras att även om den andra omgången exempel tydligt hänförs till kategorin digitala tjänster, är klassificeringen av den första omgången exempel som digitalt innehåll eller digitala tjänster beroende av överförings- eller åtkomstsättet samt av andra särdrag i affärsmodellen.

⁽¹⁹⁾ Se i detta avseende C-208/19, NK, punkterna 58–59.

⁽²⁰⁾ Särskilt Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/65/EG av den 23 september 2002 om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter och om ändring av rådets direktiv 90/619/EEG samt direktiven 97/7/EG och 98/27/EG (EGT L 271, 9.10.2002, s. 16) och Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/48/EG av den 23 april 2008 om konsumentkreditavtal och om upphävande av rådets direktiv 87/102/EEG (EUT L 133, 22.5.2008, s. 66).

⁽²¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/770 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster (EUT L 136, 22.5.2019, s. 1).

I skäl 30 till direktiv (EU) 2019/2161 ges vidare vägledning om hur avtalen om digitalt innehåll på internet ska skiljas från avtal om digitala tjänster. I synnerhet gäller att ”**exempel på digitala tjänster** är video- och ljuddelningstjänster och annan fillagring, ordbehandling eller spel som erbjuds i molntjänster, molnlagring, webbaserad e-post, sociala medier och molnapplikationer”. Som kontrast står det att ”många avtal om tillhandahållande av **digitalt innehåll [på internet]** [...] kännetecknas av att näringsidkaren **genom ett enda tillhandahållande** tillhandahåller konsumenten digitalt innehåll bestående av en eller flera specifika delar, t.ex. specifika musik- eller videofiler”.

Digitala tjänster är därför exempelvis

- *prenumerationer på internetbaserad lagring av bilder som skapats av konsumenten, till sociala nätverk eller till onlinebaserad röst-/videotelefon,*
- *prenumerationer på internetbaserade väder- eller trafik tjänster,*
- *prenumerationer på nättidningar/nyhetsbrev (se även undantaget från ångerrätten enligt artikel 16 första stycket j, som är tillämpligt på leveransen av en tidning, men inte på tidningsprenumerationer).*

I skäl 30 till direktiv (EU) 2019/2161 bekräftas att det icke desto mindre kan vara svårt att skilja mellan olika typer av digitalt innehåll på internet och digitala tjänster. Därför anges att ”i fall där **det är tveksamt** huruvida avtalet är ett avtal om tjänster eller ett avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium **bör reglerna om ångerrätten för tjänster vara tillämpliga**”.

Åtskillnaden mellan avtal om digitalt innehåll på internet och avtal om digitala tjänster är viktig på grund av de olika ordningar för ångerrätt som finns. Reglerna för **ångerrätt för tjänsteavtal ger effektivt konsumenten rätt att pröva tjänsten** och att inom en period på 14 dagar från avtalets ingående bestämma sig för att behålla den eller inte.

Enligt artikel 16 första stycket m finns det däremot **ingen ångerrätt vid leverans av digitalt innehåll på internet**, underställt flera villkor. I enlighet med de ändringar som infördes genom direktiv (EU) 2019/2161 är dessa villkor att tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande till att därmed förlora ångerrätten, och att näringsidkaren har gett bekräftelse av det ingångna avtalet (se även avsnitt 5.7).

Domstolen klargjorde i mål C-641/19, PE Digital, att det undantag från ångerrätten enligt artikel 16 m i konsumenträttighetsdirektivet som är tillämpligt på avtal om digitalt innehåll på internet bör tolkas strikt ⁽²⁾. Målet rörde frånträdande av ett avtal om premiumabonnemang på en dejtingwebbplats, men först efter att konsumenten gjort ett personlighetstest som gav ett urval av partnerrekommendationer grundat på en äganderättskyddad algoritm.

Domstolen fastställde att artikel 16 m i konsumenträttighetsdirektivet, jämförd med artikel 2.11 i samma direktiv, ska tolkas så att upprättandet av en sådan personlighetsbedömningsrapport inte utgör tillhandahållande av ett ”digitalt innehåll”. Domstolen noterade även mer generellt, mot bakgrund av skäl 19 till direktivet, att en webbaserad tjänst **som gör det möjligt för konsumenten att skapa, bearbeta, lagra eller få tillgång till uppgifter i digital form, och som gör det möjligt att utbyta eller interagera på annat sätt med uppgifter i digital form som laddas upp eller skapas av konsumenten eller andra användare av den tjänsten, inte i sig kan anses utgöra tillhandahållande av ett ”digitalt innehåll”** i den mening som avses i artikel 16 m ⁽³⁾.

Att tillhandahålla **datorspel** kan till exempel innefatta både avtal om digitalt innehåll på internet och avtal om digitala tjänster. **Nedladdningsbara spel** är normalt inte kvalificerade som digitalt innehåll på internet när användningen av dem inte är beroende av att spelleverantören är ständigt involverad. **Onlinespel som tillhandahålls i en molnmiljö** skulle däremot kvalificeras som digitala tjänster.

Mikrotransaktioner (köp i appar) i sådana spel som **gör spelet bättre för respektive användare**, till exempel i form av virtuella föremål, skulle normalt kvalificeras som avtal om digitalt innehåll på internet. Även köp i appar **av innehåll som skulle kunna användas utanför spelet** (exempelvis en inspelning av en spelomgång som kan laddas ned eller delas på en videodelningsplattform) skulle normalt utgöra ett avtal om digitalt innehåll på internet. Att köpa premiuminnehåll som **utökar onlinespelmiljön** skulle däremot utgöra en ny digital tjänst som kompletterar den ursprungliga.

⁽²⁾ C-641/19, PE Digital, ECLI:EU:C:2020:808, punkterna 41–46.

⁽³⁾ Se fotnot 115, punkt 44.

1.6. *Avtal mot betalning och avtal där konsumenten tillhandahåller personuppgifter*

Artikel 3 i konsumenträttighetsdirektivet ändrades genom direktiv (EU) 2019/2161. I den ändrade punkt 1 talas det nu om **"att betala priset"** som ett villkor för att direktivet ska tillämpas.

Samtidigt tillades en ny punkt 1a, som **utökar direktivets tillämpningsområde till avtal om digitalt innehåll på internet och till avtal om digitala tjänster där konsumenten tillhandahåller personuppgifter** till näringsidkaren (underställt vissa undantag).

Artikel 3

1. **Detta direktiv ska tillämpas**, enligt de villkor och i den omfattning som anges i bestämmelserna i detta direktiv, på alla avtal som ingås mellan en näringsidkare och en konsument **där konsumenten betalar eller åtar sig att betala priset**. Det ska tillämpas på avtal om leverans av vatten, gas, el eller fjärrvärme, inklusive från offentliga leverantörer, till den del som dessa försörjningstjänster tillhandahålls på avtalsrättslig grund.

1a. **Detta direktiv ska också tillämpas när** näringsidkaren tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium eller en digital tjänst till konsumenten och **konsumenten tillhandahåller eller åtar sig att tillhandahålla personuppgifter till näringsidkaren**, utom när de personuppgifter som konsumenten tillhandahåller behandlas av näringsidkaren enbart för att tillhandahålla det digitala innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium eller den digitala tjänsten i enlighet med detta direktiv, eller för att göra det möjligt för näringsidkaren att uppfylla rättsliga krav som gäller för näringsidkaren, och näringsidkaren inte behandlar uppgifterna för något annat ändamål.

1.6.1. *Avtal mot betalning*

Genom direktiv (EU) 2019/2161 ändrades de **definitioner av köpe- och tjänsteavtal** som fastställts i artikel 2.5 och 2.6 i konsumenträttighetsdirektivet; de handlar nu inte längre om att konsumenten betalar ett "pris". Men om man beaktar ändringarna i artikel 3 **är dessa avtal fortfarande underställda direktivet endast när konsumenten måste betala ett pris** (såvida inte tjänsteavtalet gäller en digital tjänst – se nedan).

"Betalning av ett pris" bör uppfattas brett och omfatta även instrument med ett visst omvandlingsbart eller monetärt värde (även om detta kan variera med tiden), såsom tillgodokvitton ⁽²⁴⁾, presentkort, lojalitetspoäng samt digital värderepresentation ⁽²⁵⁾ som e-tillgodokvitton, e-kuponger och virtuella valutor.

Direktivet är tillämpligt oavsett värdet på transaktionen, och därför omfattas även prenumerationstjänster till lågt värde (t. ex. fem euro per månad eller år för att få tillgång till premiumvaror eller premiumerbjudanden). Direktivet gäller även för tjänsteavtal, däribland avtal om digitala tjänster, där det ingår **en gratis provperiod** och automatiskt omvandlas till betalda avtal så snart provperioden upphör (såvida inte konsumenten säger upp avtalet före provperiodens utgång).

När (en begränsad version av) den digitala tjänsten är tillgänglig kostnadsfritt, varefter konsumenten kan välja den betalda (fullständiga) tjänsten, är det två på varandra följande separata avtal som ingås. Direktivet tillämpas i detta fall på det betalda avtalet, eftersom dess tillämplighet på det första avtalet om den kostnadsfria (begränsade) versionen av den digitala tjänsten blir beroende av om konsumenten tillhandahåller personuppgifter enligt de villkor som föreskrivs i artikel 3.1a.

⁽²⁴⁾ Se skäl 46, där det i förklaringen av artikel 13.1 om återbetalning av de belopp som konsumenten har betalat också uttryckligen hänvisas till konsumenternas betalning med tillgodokvitton. Själva avtalet om köp genom tillgodokvitto blir underställt kraven i konsumenträttighetsdirektivet, däribland särskilt när det gäller att tillhandahålla information före avtalets ingående om giltighetstiden, bytesvillkor för varor och tjänster samt överförbarhet.

⁽²⁵⁾ Begreppet "digitala värderepresentationer" klargörs av skäl 23 i direktivet om digitalt innehåll (EU) 770/2019, med hänvisning till exemplen med elektroniska kuponger, e-kuponger och virtuella valutor, i den mån de sistnämnda erkänns i nationell rätt.

Direktivet gäller **inte** för gåvor eller för tjänster som tillhandahålls av näringsidkaren utan att priset betalas, dvs. "gratis" ⁽²⁶⁾.

1.6.2. Avtal där konsumenten tillhandahåller personuppgifter

Direktivet gäller för avtal om digitalt innehåll på internet och avtal om digitala tjänster enligt vilka konsumenten tillhandahåller personuppgifter till näringsidkaren ⁽²⁷⁾. I detta avseende följer konsumenträttighetsdirektivet samma angreppssätt som direktivet om digitalt innehåll.

— *Exempelvis tillämpas konsumenträttighetsdirektivet på avtal som ger fri åtkomst till digitalt innehåll på internet eller digitala tjänster och där konsumenten samtycker till att personuppgifter behandlas även för marknadsföringsändamål.*

Precis som direktivet om digitalt innehåll omfattar konsumenträttighetsdirektivet **inte avtal** om digitalt innehåll på internet och avtal om digitala tjänster **där personuppgifter endast behandlas för ändamålet att fullgöra avtalet och uppfylla rättsliga krav**. I skäl 34 till direktiv (EU) 2019/2161 klargörs att sådana rättsliga krav till exempel kan inbegripa att **konsumenten registreras i säkerhets- och identifieringssyfte** när detta särskilt fastställs i tillämplig lagstiftning.

Som det dessutom förklaras i skäl 35 till direktiv (EU) 2019/2161 bör inte direktivet tillämpas på situationer där konsumenten utan att ha ingått ett avtal med näringsidkaren **exponeras för reklam** uteslutande i syfte att få tillgång till digitalt innehåll eller en digital tjänst ⁽²⁸⁾.

Det klargörs också att direktivet inte tillämpas på situationer där näringsidkaren **endast samlar in metadata**, såsom information om konsumentens enhet eller webbläsare ("fingeravtryck" av enhet eller webbläsare) eller webbläsarhistorik, utom när denna situation betraktas som ett avtal enligt nationell rätt ⁽²⁹⁾.

När avtalet inbegriper behandling av personuppgifter måste näringsidkaren uppfylla sina skyldigheter enligt konsumentlagstiftningen och – i sin egenskap av personuppgiftsansvarig – även skyldigheterna enligt Europaparlamentets och rådets allmänna dataskyddsförordning (EU) 2016/679 ⁽³⁰⁾. **Båda de rättsliga ramarna tillämpas på förhållandet mellan näringsidkare och konsument samtidigt och som komplement till varandra.**

I alla avtal där konsumenten tillhandahåller personuppgifter (oavsett om det är betalning inblandad eller inte) **måste näringsidkaren informera konsumenten om ändamålet för behandlingen** vid det tillfälle då personuppgifterna erhålls. Den personuppgiftsansvarige måste dessutom påvisa att behandlingen av personuppgifterna kan bygga på en av de rättsliga grunder som fastställs i artikel 6.1 i den allmänna dataskyddsförordningen. "Avtal" (artikel 6.1 b i den allmänna dataskyddsförordningen) är en av de godkända rättsliga grunderna där. Den är dock bara giltig för den behandling som är **"nödvändig för att fullgöra ett avtal"**, vilket tolkas strikt ⁽³¹⁾.

⁽²⁶⁾ Dock kan särskild EU-lagstiftning för vissa sektorer göra att (vissa villkor i) konsumenträttighetsdirektivet gäller även för sådana "gratisavtal". Närmare bestämt krävs det, i artikel 102 i direktiv (EU) 2018/1972 om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation, att information som avses i artiklarna 5 och 6 i konsumenträttighetsdirektivet lämnas även angående elektroniska kommunikationstjänster som tillhandahålls utan direkt betalning i pengar, men som ålägger användarna andra skyldigheter. I sådana fall krävs det, enligt kommissionens genomförandeförordning (EU) 2019/2243 om fastställande av en mall för avtalssammanfattning som ska användas av tillhandahållare av allmänt tillgängliga elektroniska kommunikationstjänster i enlighet med Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/1972, att näringsidkarna anger i avsnittet "pris" att tjänsten tillhandahålls med vissa skyldigheter för användarna.

⁽²⁷⁾ För att undvika tveksamheter ska det påpekas att ett avtal mot betalning även skulle kunna innefatta att konsumenten tillhandahåller personuppgifter, men klassificeringsmässigt sett ses det som ett avtal mot betalning.

⁽²⁸⁾ I dessa situationer måste näringsidkaren behandla personuppgifter i enlighet med den allmänna dataskyddsförordningen.

⁽²⁹⁾ Fingeravtryck kan användas för att helt eller delvis identifiera enskilda användare eller enheter även när kakor är avstängda. I alla händelser måste all insamling av information (oavsett om det är personuppgifter som plats- eller prenumerantuppgifter, eller andra uppgifter som information om typ och version av webbläsare, operativsystem, aktiva insticksprogram, tidszon, språk osv.) från användarens terminalutrustning uppfylla direktivet om integritet och elektronisk kommunikation, i synnerhet dess artikel 5.3.

⁽³⁰⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter och om upphävande av direktiv 95/46/EG (allmän dataskyddsförordning) EUT L 119 4.5.2016, s. 1). I artikel 4.7 definieras "personuppgiftsansvarig".

⁽³¹⁾ Europeiska dataskyddsstyrelsen (EDPB) bekräftar i sina riktlinjer (från oktober 2019) om tillämpningen av artikel 6.1 b i den allmänna dataskyddsförordningen den ståndpunkt som artikel 29-arbetsgruppen tidigare haft om det tidigare direktivet 95/46/EG att "nödvändig för att fullgöra ett avtal i vilket den registrerade är part": måste tolkas strikt och omfattar inte situationer där behandlingen inte är genuint nödvändig för fullgörandet av ett avtal, utan snarare ensidigt åläggs den registrerade av den personuppgiftsansvarige. Det faktum att ett avtal omfattar viss behandling innebär inte heller automatiskt att behandlingen är nödvändig för att fullgöra avtalet.

För behandlingar som inte är nödvändiga för att fullgöra avtalet måste näringsidkaren följaktligen dessutom använda sig av en annan godkänd rättslig grund för behandling enligt den allmänna dataskyddsförordningen, till exempel konsumentens frivilliga och informerade samtycke (artikel 6.1 a)⁽³²⁾. I enlighet med den allmänna dataskyddsförordningen är konsumenternas samtycke bara giltigt om det lämnas frivilligt och är specifikt, informerat och otvetydigt. Inom ramen för en avtalsförbindelse kan samtycke bara vara frivilligt om det inte är ett villkor för fullgörandet av avtalet (artikel 7.4 i den allmänna dataskyddsförordningen). Att kunna återkalla samtycket utan problem är därför ett nödvändigt krav för att ett samtycke ska vara giltigt (skäl 42 till den allmänna dataskyddsförordningen). Efter att samtycket återkallats kan näringsidkaren inte längre lagligt behandla de personuppgifter vars behandling byggde på detta samtycke.

För de behandlingar som inte är nödvändiga för att fullgöra avtalet måste näringsidkaren, tillika den personuppgiftsansvarige, säkerställa att det finns en annan rättslig grund för behandling enligt den allmänna dataskyddsförordningen. I kontrast härtill **innefattar "avtal" i den mening som avses i konsumenträttighetsdirektivet samtliga rättigheter och skyldigheter för parterna**, oavsett den åtskillnad i rättslig grund för behandling av personuppgifter som görs enligt den allmänna dataskyddsförordningen.

Genom att identifiera de former av behandlingar som görs i samband med avtal med konsumenter, och den korrekta rättsliga grunden enligt den allmänna dataskyddsförordningen, kan näringsidkaren få en uppfattning huruvida det "avtal" den ingår med konsumenten är underställt konsumenträttighetsdirektivet. **I praktiken, när näringsidkaren måste använda sig av ett separat samtycke från konsumenten eller en annan rättslig grund enligt den allmänna dataskyddsförordningen (förutom rättslig förpliktelse) för att behandla konsumenters personuppgifter, blir avtalet inom vilket denna behandling äger rum underställt kraven i konsumenträttighetsdirektivet.**

1.7. Avtal som inte omfattas av direktivet

Som förklarats i föregående avsnitt har den ändring av artikel 3 i konsumenträttighetsdirektivet som gjordes i och med direktiv (EU) 2019/2161 medfört att konsumenträttighetsdirektivet inte längre tillämpas på avtal där konsumenten inte betalar ett pris eller, när det gäller avtal om digitalt innehåll på internet eller digitala tjänster, där konsumenten varken betalar priset eller tillhandahåller personuppgifter till näringsidkaren.

Dessutom förtecknas i artikel 3.3 särskilda kategorier av avtal som är undantagna från direktivets tillämpningsområde. Exempelvis gäller inte direktivet för avtal om finansiella tjänster, däribland försäkringar och investeringar. Sociala tjänster och hälso- och sjukvårdstjänster, spelverksamhet, tidsdelat boende och liknande semestertjänster omfattas inte heller. Passagerartransporttjänster och paketreseavtal⁽³³⁾ är i princip undantagna, även om vissa bestämmelser fortfarande gäller.

Vidare förklaringar ges nedan. Som en allmän regel ska alla undantag tolkas restriktivt⁽³⁴⁾.

1.7.1. Hyresavtal och byggavtal

Artikel 3

3. Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal

- e) om skapande, förvärv eller överlåtelse av fast egendom eller av rättigheter till fast egendom,
- f) om uppförande av nya byggnader, omfattande ombyggnad av befintliga byggnader och bostadsuthyrning.

Undantaget enligt led e avser den allmänna kategorin av fast egendom, inklusive mark, medan led f behandlar byggnader.

Även om bostadsuthyrning är undantaget från direktivets tillämpningsområde, omfattas **uthyrning för andra ändamål än bostadsändamål**. Detta förklaras också i skäl 26: "I synnerhet tjänsteavtal om tillbyggnad (t.ex. av ett garage eller en veranda) och tjänsteavtal som rör annan reparation och renovering av byggnader än omfattande ombyggnad av dem **bör**

⁽³²⁾ Förutom samtycke föreskrivs i artikel 6 i den allmänna dataskyddsförordningen ett antal andra rättsliga grunder för behandling av personuppgifter, som kan användas beroende på omständigheterna i det enskilda fallet.

⁽³³⁾ Se artikel 27.2 i direktiv (EU) 2015/2302 om paketresor och sammanlänkade researrangemang.

⁽³⁴⁾ Se exempelvis mål C-215/08, E. Friz GmbH, ECLI:EU:C:2010:186, punkt 32: "Domstolen erinrar om att undantag från de unionsrättsliga bestämmelserna om konsumentskydd enligt fast rättspraxis ska tolkas restriktivt (se, bland annat, dom av den 13 december 2001 i mål C-481/99, Heinger, REG 2001, s. I-9945, punkt 31)."

omfattas av detta direktiv liksom avtal som rör fastighetsmäklares tjänster **och avtal som rör uthyrning för andra ändamål än bostadsändamål.**"

— Exempelvis omfattas hyra av en parkeringsplats eller en festlokal av direktivet.

Det bör göras åtskillnad mellan byggentreprenadavtal och tjänsteavtal i samband med byggnadsuppförandet. I mål C-208/19, NK, noterade domstolen att undantaget enligt artikel 3.3 f inte skulle tillämpas på ett avtal mellan en arkitekt och en konsument enligt vilket den förstnämnda måste iordningställa utkasten till uppförande av en ny byggnad. Även om utkastet föregår uppförandearbetena är det en separat process, och det är i själva verket inte säkert att byggnaden kommer att uppföras alls ⁽³⁵⁾.

Utifrån artikel 2.3 och 2.4 och artikel 16 första stycket c kan ett sådant avtal inte ses som tillhandahållande av varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel, i den mening som avses i den sistnämnda bestämmelsen. Även om utkasten skulle kunna tillhandahållas i fysisk form på papper eller i form av digitalt innehåll, är syftet med avtalet en intellektuell tjänst – arkitektonisk design, och den påföljande leveransen har bara en underordnad funktion ⁽³⁶⁾.

Enligt ovanstående logik bör konsumenträttsdirektivet tillämpas på tjänsteavtal som kanske har att göra med byggnadsuppförande men som utgör en separat process med en oberoende slutprodukt, till exempel avtal som ingås med lantmätare, avtal om inredningsdesign, landskapsplanering osv.

1.7.2. Paketresor

Artikel 3

3. Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal

g) om paketresor enligt definitionen i artikel 3.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2302.

Artiklarna 6.7, 8.2 och 8.6, 19, 21 och 22 i det här direktivet ska i tillämpliga delar tillämpas på paketresor enligt definitionen i artikel 3.2 i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2302 avseende resenärer enligt definitionen i artikel 3.6 i det direktivet,

Vissa bestämmelser i direktivet är tillämpliga på **avtal om paketresor**, så som de definieras i Europaparlamentets och rådets paketresedirektiv (EU) 2015/2302 ⁽³⁷⁾, nämligen medlemsstaternas lagstiftningsval att fastställa språkkrav för information vid avtals ingående (artikel 6.7); information som näringsidkare måste tillhandahålla till konsumenterna direkt innan ett avtal ingås elektroniskt, däribland om konsumentens betalningsskyldighet (artikel 8.2); medlemsstaternas lagstiftningsval angående bekräftelse av erbjudandet vid distansavtal som ingås per telefon (artikel 8.6); förbudet mot avgifter för olika betalningssätt (artikel 19); förbudet mot att använda telefonnummer med högre debitering än grundläggande samtalstariff (artikel 21); och kravet på konsumenternas uttryckliga samtycke till kompletterande betalningar (artikel 22).

Det bör noteras att paketresedirektivet även reglerar så kallade "**sammanlänkade researrangemang**" ⁽³⁸⁾, som utgörs av minst två olika typer av resetjänster köpta för samma resa eller semester, men som inte utgör en paketresa (i den mening som avses i detta direktiv) och som leder till ingåendet av separata avtal med enskilda resetjänstleverantörer. I konsumenträttsdirektivet fastställs kraven på förhandsinformation, och det tillämpas på de enskilda tjänsteavtalen

⁽³⁵⁾ C-208/19, NK (planering för uppförande av ett nytt enfamiljshus), ECLI:EU:C:2020:382, punkt 43.

⁽³⁶⁾ Se fotnot 35, punkterna 58–59.

⁽³⁷⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2302 av den 25 november 2015 om paketresor och sammanlänkade researrangemang, om ändring av förordning (EG) nr 2006/2004 och Europaparlamentets och rådets direktiv 2011/83/EU samt om upphävande av rådets direktiv 90/314/EEG (EUT L 326, 11.12.2015, s. 1).

⁽³⁸⁾ Definieras i artikel 3.5 i paketresedirektivet.

som bildar ett sammanlänkat researrangemang, underställt de begränsningar som fastställs i artikel 3.3 och i artikel 16 första stycket 1. När det till exempel gäller avtal om passagerartransporttjänster gäller endast kraven i artiklarna 8.2, 19, 21 och 22 (läs vidare i avsnitt 1.7.5).

1.7.3. Avtal som upprättas under medverkan av en offentlig tjänsteman

Artikel 3

3. Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal

- i) som upprättas enligt medlemsstaternas lagar under medverkan av en offentlig tjänsteman som enligt lag är förpliktad till oberoende och opartiskhet och som genom omfattande rättsliga upplysningar ska säkerställa att konsumenten ingår avtalet endast på grundval av moget övervägande och med kännedom om dess rättsliga betydelse,

Det fastställs inte i direktivet vilka offentliga tjänstemän som avses i denna bestämmelse. Emellertid slås det fast vilka kriterier som de måste uppfylla för att avtalet inte ska omfattas av direktivets tillämpningsområde. Detta undantag är endast tillämpligt på avtal som upprättas av en offentlig tjänsteman (såsom en notarie) som enligt nationell rätt är föremål för alla villkor enligt artikel 3.3 i:

- Exempelvis skulle undantaget inte tillämpas på avtal för vilka en offentlig tjänsteman, som enligt lag är förpliktad till oberoende och opartiskhet, endast har bestyrkt parternas identitet.

För att detta undantag ska vara tillämpligt förefaller det inte nödvändigt att i nationell rätt **kräva** att avtalet i fråga ingås med anlitande av en offentlig tjänsteman. Undantaget bör också gälla om den ena eller båda parterna till avtalet **frivilligt begär** att en offentlig tjänsteman ska upprätta deras avtal ⁽³⁹⁾.

1.7.4. Avtal om dagligvaror

Artikel 3

3. Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal

- j) om tillhandahållande av livsmedel, drycker eller andra dagligvaror för hushållet, som fysiskt tillhandahålls av näringsidkare som gör frekventa och regelbundna utkörningsrundor till konsumentens hem, bostad eller arbetsplats,

Detta undantag förutsätter att två villkor uppfylls, nämligen

- att näringsidkaren levererar varorna genom "frekventa och regelbundna utkörningsrundor",
- att dessa varor är "dagligvaror för hushållet".

Den uttryckliga hänvisningen till leverans till konsumentens "arbetsplats" i denna bestämmelse tyder på att den faktiska konsumtionen av varorna inte nödvändigtvis behöver äga rum i hemmet.

1.7.5. Passagerartransporter

Artikel 3

3. Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal

- k) om passagerartransporttjänster, med undantag för artiklarna 8.2, 19 och 22,

⁽³⁹⁾ Se det annorlunda angreppssättet i direktiv 2008/48/EG om konsumentkreditavtal, där det i artikel 14 om ångerrätt hänvisas till avtal som "enligt lag måste ingås" med anlitande av en notarie: "6. Medlemsstaterna får föreskriva att punkterna 1–4 inte ska tillämpas på kreditavtal som **enligt lag måste ingås med anlitande** av en notarie, förutsatt att notarien går i god för att konsumenten garanteras de rättigheter som avses i artiklarna 5 och 10."

Genom direktiv (EU) 2019/2161 ändrades detta undantag och artikel 21, om kravet på "grundläggande samtalstariff" för telefonkommunikation före ett avtals ingående, blev tillämplig även på passagerartransport (läs vidare i avsnitt 9).

I mål C-583/18, DB Vertrieb, avgjorde domstolen att detta undantag inte är tillämpligt på försäljning av **rabattkort för transport**, som därför omfattas av direktivet.

Domstolen såg detta som ett slags "tjänsteavtal" med ett särskilt syfte som inte sig är ett **direkt syfte att möjliggöra genomförandet av en passagerartransport**. I stället är ett avtal med syftet att ge konsumenten rätt till prisrabatt vid ett senare ingående av avtal om passagerartransport och ett avtal om förvärv av färdbevis två olika avtal som är juridiskt åtskilda från varandra. Det förstnämnda kan alltså inte ses som ett avtal som är oskiljaktigt kopplat till det sistnämnda. Att någon förvärvar ett kort som gör det möjligt för denne att komma i åtnjutande av prisrabatter vid köp av färdbevis innebär inte nödvändigtvis att det kommer att ingås något avtal om passagerartransport vid ett senare tillfälle ⁽⁴⁰⁾.

1.7.6. Automatiserad försäljning

Artikel 3

3. Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal

l) som ingås med hjälp av varuautomater eller automatiserade affärslokaler,

Detta undantag gäller avtal som ingås med konsumenten fysiskt närvarande på en plats där varan eller tjänsten säljs/tillhandahålls med automatiserade medel, såsom försäljningsautomater, mackar med självbetjäning eller parkeringsplatser.

1.7.7. Vissa avtal som rör elektronisk kommunikation

Artikel 3

3. Detta direktiv ska inte tillämpas på avtal

m) distansavtal som ingås med teleoperatörer genom offentliga telefonautomater för användning av dessa eller som ingås för användning av en enda telefon-, internet- eller faxuppkoppling som utförs av en konsument.

Denna bestämmelse undantar två typer av avtal från direktivets tillämpningsområde.

Den första typen som omnämns i konsumenträttighetsdirektivet är **avtal som ingås med tillhandahållare av elektroniska kommunikationstjänster genom offentliga telefonautomater för användning av dessa**. Begreppet "telefonautomat" syftar på en telefon som är tillgänglig för allmänheten och vars användning kan betalas med mynt och/eller kredit-/betalkort och/eller telefonkort, inklusive kort vars användning kräver nummerkoder ⁽⁴¹⁾.

— Eftersom detta undantag gäller avtal som ingås "genom" offentliga telefonautomater, bör det omfatta fall då avtalet ingås genom att man till exempel lägger i mynt eller drar ett betalkort i telefonautomaten, för att genomföra ett röstsamtal eller få tillgång till en nummerupplysning eller annan hjälptjänst som erbjuds av samma operatör.

— Undantaget bör inte gälla för avtal som ingås med operatörer av offentliga telefonautomater, exempelvis det föregående köpet av ett förbetalt telefonkort.

Den andra delen av artikel 3.3 m om **avtal som ingås för användning av en enda uppkoppling som utförs av konsumenten** har ett bredare tillämpningsområde. Till skillnad från avtalen för användning av offentliga telefonautomater specificeras ingen av parterna i detta avtal, vilket tyder på att det inte bara är avtal med tillhandahållare av elektroniska kommunikationstjänster som omfattas. Ingenting anges heller om syftet med eller innehållet i denna typ av avtal.

⁽⁴⁰⁾ C-583/18, DB Vertrieb, ECLI:EU:C:2020:199, punkt 35.

⁽⁴¹⁾ "Telefonautomat" definierades i artikel 2 i direktivet om samhällsomfattande tjänster 2002/22/EG, som upphävdes genom den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation (direktiv (EU) 2018/1972). Den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation har ingen separat definition av telefonautomat, men i dess skäl 235 används formuleringen från artikel 2 i direktivet om samhällsomfattande tjänster.

Detta undantag omfattar därför till exempel följande:

- Ett avtal för användning av en *trådlös accesspunkt (WAP)* för en enstaka internet-session.

Däremot bör undantaget inte tillämpas på **avtal för elektroniska kommunikationstjänster** ⁽⁴²⁾ som omfattar en viss period och/eller en viss användning, till exempel följande:

- *Avtal som ingås genom föregående inköp av förbetalda SIM-kort för mobiltjänster eller av en åtkomstkod för tjänster för trådlös åtkomst som används flera gånger eller långvarigt.*

Detta undantag är även tillämpligt på avtal som ingås med leverantörer av betalsamtalstjänster (även kallade betaltele-tjänster), dvs. tjänster som betalas genom konsumentens telefonräkning ⁽⁴³⁾ i fall där avtalet **ingås och samtidigt fullgörs helt av det enda samtal som görs eller av ett sms som konsumenten skickar till numret för betalsamtalstjänsten**, till exempel

- *ett samtal till en nummerupplysning eller en telefonomröstning i ett tv-program.*

Däremot är konsumenträttighetsdirektivet tillämpligt på avtal där röstsamtalet eller sms:et till ett betalnummer är **ett sätt att ingå och betala för ett avtal** som fullgörs därefter,

- *exempelvis avtal som ingås genom att ett sms skickas till en tillhandahållare av parkeringstjänster.*

I sådana fall måste näringsidkaren informera konsumenten om kostnaden för röstsamtalet eller sms:et till betalnumret, då det blir denna kostnad som utgör "priset" för det berörda avtalet, i den mening som avses i artikel 6.1 e. Dessutom krävs enligt artikel 6.1 f i direktivet information om kostnaden för att använda medel för distanskommunikation över "normaltaxa" (även kallat grundläggande standardtariff) för att ingå ett avtal. Tolkningen av begreppet normaltaxa/ grundläggande standardtariff diskuteras vidare i avsnitt 8.

Det faktum att direktivet inte gäller för vissa avtal som rör betalsamtalstjänster enligt artikel 3.3 m innebär inte att de inte omfattas av konsumentskyddsbestämmelserna. EU:s regelverk för elektronisk kommunikation, särskilt direktivet om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation (Europaparlamentets och rådets direktiv 2018/1972/EG ⁽⁴⁴⁾), gör det möjligt för medlemsstaterna och de berörda nationella tillsynsmyndigheterna att vidta särskilda åtgärder för att skydda konsumenterna när det gäller betalsamtalstjänster. Följaktligen har ett antal medlemsstater genomfört ytterligare skyddsåtgärder på detta område, vilket exempelvis inkluderar konsumtionsgränser, en skyldighet att meddela priset i början av samtalet etc.

1.8. **Möjligt undantag för avtal med låga värden utanför fasta affärslokaler**

Artikel 3.4 ger medlemsstaterna möjlighet att inte tillämpa direktivet på avtal utanför fasta affärslokaler om den betalning som ska erläggas av konsumenten inte överstiger 50 euro eller ett lägre belopp enligt nationell lagstiftning. Om en medlemsstat väljer att utnyttja detta lagstiftningsval finns det risk för att direktivet kringgås av näringsidkare som kan besluta sig för att på ett konstlat sätt dela upp ett enda avtal som överstiger den fastställda gränsen i olika avtal. Såsom förklaras i skäl 28: "När flera avtal vars innehåll har samband med varandra ingås samtidigt av konsumenten bör den totala kostnaden beaktas vid tillämpningen av denna gräns." Denna princip skulle till exempel gälla för följande:

- *Försäljning av varje bok i en trilogi enligt tre separata avtal eller försäljning av ett par örhängen enligt två separata avtal vid samma tidpunkt.*

För långsiktiga avtal (abonnemang) är det relevanta beloppet för att tillämpa detta undantag det totalbelopp som konsumenten förbinder sig att betala när avtalet ingås, dvs. det totala beloppet i månatliga avbetalningar eller debiteringar under den överenskomna avtalsperioden, inklusive eventuella "gratisperioder".

⁽⁴²⁾ Se även sektorslagstiftningen, i synnerhet den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation, som innehåller bestämmelser om avtal om elektroniska kommunikationstjänster, t.ex. artiklarna 102–107.

⁽⁴³⁾ Dessa kan vara vissa "mervärdestjänster" eller "tjänster med tilläggsdebitering". Enligt kommissionens förslag av den 24.2.2021 till en roamingförordning (förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om roaming i allmänna mobila kommunikationsnät i unionen, COM/2011/0402 final – 2011/0187 (COD)) ska mervärdestjänster uppfattas som sådana tjänster som tillhandahålls genom exempelvis betalsamtalsnummer, frisantalsnummer och nummer med delad kostnad, och är föremål för särskilda prisvillkor på nationell nivå (se skäl 36 till detta förslag). Därför är betalsamtalstjänster bara en kategori av mervärdestjänster, som är ett bredare begrepp som även omfattar jourlinjer/hjälplinjer som är kostnadsfria för konsumenten.

⁽⁴⁴⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/1972 av den 11 december 2018 om inrättande av en europeisk kodex för elektronisk kommunikation, EUT L 321, 17.12.2018, s. 36.

1.9. Regler för offentliga auktioner

Direktivet gäller för auktioner, med särskilda regler för "offentlig auktion", som i artikel 2.13 definieras som "en försäljningsmetod där näringsidkaren bjuder ut varor eller tjänster till försäljning till konsument, **vilka personligen närvarar eller ges möjlighet att närvara vid auktionen**, genom ett öppet budgivningsförfarande som sköts av en auktionsförrättare och där den som lämnar det vinnande budet måste köpa varorna eller tjänsterna".

För offentliga auktioner gör artikel 6.3 det möjligt att ersätta identiteten, kontaktuppgifterna och den geografiska adressen till affärsstället för den näringsidkare som säljer varor eller tjänster, med auktionsförrättarens uppgifter. Dessutom finns det ingen ångerrätt vid avtal som ingås vid en offentlig auktion enligt undantaget i artikel 16 första stycket k.

Offentliga auktioner bör ge konsumenterna möjlighet att närvara personligen, även om det också är möjligt att lämna anbud på internet eller per telefon. Däremot bör internetauktioner utan möjlighet att närvara personligen inte betraktas som offentliga auktioner.

I skäl 24 anges följande: "Användningen av webbplattformer för auktioner som är tillgängliga för konsument och näringsidkare bör inte betraktas som en offentlig auktion enligt detta direktiv." Därför bör internetauktioner till fullo omfattas av direktivet när det gäller till exempel förhandsinformation som ska ges innan konsumenten binds av avtalet (erbjudandet) och ångerrätten.

— Ett exempel på begränsning av undantaget ovan är en onlineplattform som bjuder ut diverse artiklar till försäljning till konsument, såsom fordonsdelar, små maskiner, verktyg, elektronik och möbler. Även om transaktioner kan ingås i form av en auktion där försäljningspriset för varorna avgörs utifrån bud som läggs över ett utgångspris, så är inte detta kvalificerat som en "offentlig auktion". Konsumenter torde alltså behålla rätten att dra tillbaka ett bud som en gång lagts, inom de villkor som föreskrivs i konsumenträttsdirektivet.

2. Avtal utanför fasta affärslokaler

2.1. Avtal som ingås utanför näringsidkarens fasta affärslokaler

Avtal utanför fasta affärslokaler definieras i artikel 2.8 på följande sätt:

Artikel 2

8. avtal utanför fasta affärslokaler: varje avtal mellan näringsidkaren och konsumenten
- som ingås då näringsidkaren och konsumenten samtidigt är fysiskt närvarande, på ett annat ställe än i näringsidkarens fasta affärslokaler,
 - för vilket konsumenten har lämnat ett anbud under samma omständigheter som avses i led a,

Affärslokaler definieras i artikel 2.9 på följande sätt:

Artikel 2

9. fasta affärslokaler:
- fasta detaljhandelslokaler där näringsidkaren bedriver sin fasta verksamhet, eller
 - rörliga detaljhandelslokaler där näringsidkaren vanligtvis bedriver sin verksamhet.

I skäl 22 ges flera exempel på vad som bör ses som "fasta affärslokaler". Å ena sidan tycks begreppet omfatta "**affärer, stånd eller lastbilar, plus marknads- och mässtånd**, som **näringsidkaren använder som fast eller vanlig plats för sin affärsverksamhet**".

På samma sätt bör **detaljhandelslokaler** där näringsidkaren utför sin **verksamhet säsongsvis**, till exempel under turistsäsongen på en skid- eller badort, ses som fasta affärslokaler eftersom det är på de ställena som näringsidkaren vanligen utövar sin verksamhet.

Å andra sidan är **offentliga platser**, såsom gator, köpcentrum, badstränder, idrottsanläggningar och allmänna transportmedel, **som näringsidkaren i undantagsfall använder** för sin affärsverksamhet, inte fasta affärslokaler. Inte heller **privatbostäder eller (konsumenters) arbetsplatser** bör betraktas som fasta affärslokaler.

Avtal som ingås under ett besök av näringsidkaren i konsumentens hem eller på konsumentens arbetsplats är avtal utanför fasta affärslokaler, **oberoende av om besöket begärdes av konsumenten eller inte**. Sådana avtal utanför fasta affärslokaler kan föregås av förberedande moment:

- Om till exempel en representant (tekniker) för näringsidkaren besöker konsumentens bostad för att på samma gång både sälja och installera en utrustning eller enhet, blir det ett tjänsteavtal utanför fasta affärslokaler, även om konsumenten tidigare begärt (bokat) ett sådant besök efter ett personligt besök i näringsidkarens butik.
- Om avtalet å andra sidan faktiskt ingicks under konsumentens besök i butiken eller genom medel för distanskommunikation, medför inte teknikerns påföljande besök för att installera den nödvändiga utrustningen i konsumentens bostad att avtalet ändrar klassificering och blir ett avtal utanför fasta affärslokaler.

I mål C-485/17, Verbraucherzentrale Berlin ⁽⁴⁵⁾, bekräftade domstolen att uttrycket ”**vanligtvis**” i den mening som avses i artikel 2.9 b måste förstås som att det syftar på den aktuella verksamhet som ”**normalt sätt**” (sic) bedrivs i lokalerna i fråga. För att tillämpa detta begrepp krävs en bedömning från fall till fall, med hänsyn till i synnerhet vilken typ av varor eller tjänster som säljs och den aktuella näringsidkarens affärspraxis.

Mer specifikt tog domstolen upp en situation med ett stånd på en handelsmessa, där en näringsidkare bedriver sin verksamhet några dagar varje år. Domstolen avgjorde att ett sådant stånd **är en ”fast affärslokal”** om en normalt informerad och skäligen uppmärksam och medveten konsument – med hänsyn till samtliga de sakomständigheter som rör verksamheten och bland annat hur ståndet uppfattas och den information som ges i lokalerna på själva mässan – **rimligtvis kan förvänta sig att nämnda näringsidkare bedriver sin verksamhet där och tilltalar vederbörande i syfte att ingå ett avtal** ⁽⁴⁶⁾.

Dessutom bekräftade domstolen att dess tidigare slutsatser i mål C-423/97, Travel-Vac, S.L., om tolkningen av rådets f.d. direktiv 85/577/EEG är fortsatt relevanta. I den domen fastställde domstolen specifikt följande:

”När det gäller frågan huruvida avtalet har ingåtts utanför näringsidkarens fasta affärslokaler avser detta uttryck de lokaler i vilka näringsidkaren vanligen utövar sin affärsverksamhet och **som klart kan identifieras som lokaler där försäljning till allmänheten sker**” ⁽⁴⁷⁾.

Om näringsidkaren använder lokaler för att sälja varor och tjänster som ”normalt sett” inte används i sådant syfte och som inte är tydligt identifierade som lokaler för försäljning till allmänheten, är de avtal som ingås med konsumenterna sannolikt avtal utanför fasta affärslokaler.

- Exempelvis är försäljning av varor under evenemang (konvent, seminarier, fester osv.), som anordnas på restauranger, kaféer eller hotell som hyrs i syfte att anordna respektive evenemang, sannolikt avtal utanför fasta affärslokaler.

Om ett avtal ska klassificeras som ett avtal utanför fasta affärslokaler beror på omständigheterna vid avtalets ingående. Näringsidkare bör vara medvetna om den typ av verksamhet som de bedriver och bör verka i enlighet med de bestämmelser som gäller antingen avtal i fasta affärslokaler eller avtal utanför fasta affärslokaler. Eventuella tvister om huruvida till exempel ångerrätten var tillämplig, eftersom avtalet borde ha betraktats som ett avtal utanför fasta affärslokaler, måste bedömas från fall till fall.

2.2. Avtal som ingåtts efter det att konsumenten tilltalats utanför de fasta affärslokalerna

Artikel 2

8. avtal utanför fasta affärslokaler: varje avtal mellan näringsidkaren och konsumenten [...]

- c) som ingås i näringsidkarens fasta affärslokaler eller med hjälp av något medel för distanskommunikation omedelbart efter det att konsumenten personligen och enskilt tilltalats på en annan plats än näringsidkarens fasta affärslokaler, varvid näringsidkaren och konsumenten samtidigt är fysiskt närvarande,

⁽⁴⁵⁾ C-485/17, Verbraucherzentrale Berlin, ECLI:EU:C:2018:642.

⁽⁴⁶⁾ Ibid., punkt 46.

⁽⁴⁷⁾ C-423/97, Travel-Vac, S.L, ECLI:EU:C:1999:197, punkt 37.

I artikel 2.8 c ges ett annat exempel på avtal utanför fasta affärslokaler. Begreppet "personligen och enskilt tilltalats" i denna bestämmelse ska tillämpas på erbjudanden och liknande kommersiella meddelanden (oberoende av deras rättsliga klassificering) som formaliseras i ett avtal omedelbart därefter i näringsidkarens fasta affärslokaler eller med hjälp av något medel för distanskommunikation.

För att denna bestämmelse ska gälla ska näringsidkarens erbjudande riktas mot en särskild konsument, till exempel på följande sätt:

- Näringsidkarens representant tar kontakt med den aktuella konsumenten på gatan med ett erbjudande om en prenumeration på en månadstidning och avtalet undertecknas genast i näringsidkarens fasta affärslokaler i närheten.
- Däremot skulle inte enbart utdelningen av reklambroschyrer på gatan i närheten av näringsidkarens lokaler utan att man särskilt riktar sig till enskilda konsumenter räknas som att "personligen och enskilt" tilltala konsumenten i den mening som avses i denna bestämmelse.

För att denna bestämmelse ska gälla bör avtalet dessutom ingås omedelbart. Avtalet skulle inte ingås omedelbart om konsumenten lämnar näringsidkarens lokaler efter att ha bjudits in till dem, och återvänder på eget initiativ senare, till exempel dagen efter att ha övervägt erbjudandet.

I mål C-465/19, B & L Elektrogeräte GmbH, avgjorde domstolen att den **gång som är gemensam för de olika montrarna i en mässhall** där en näringsidkare har en monter (vilken i sig erkändes som en "fast affärslokal"), **inte kan anses vara en "fast affärslokal"**, eftersom den gången ger tillgång till samtliga näringsidkarens montrar i denna hall. När en näringsidkare riktar sig till en kund i ett sådant gemensamt utrymme på mässan, och ett avtal till följd av detta omedelbart efteråt ingås i en monter som drivs av en näringsidkare, så är detta ett "avtal utanför fasta affärslokaler" i den mening som avses i artikel 2.8 i konsumenträttighetsdirektivet ⁽⁴⁸⁾.

2.3. **Avtal som ingås under en utflykt organiserad av näringsidkaren**

Artikel 2

8. *avtal utanför fasta affärslokaler: varje avtal mellan näringsidkaren och konsumenten*
- d) *som ingås under en utflykt organiserad av näringsidkaren i syfte att marknadsföra och sälja varor eller tjänster till konsumenten.*

I artikel 2.8 d i direktivet definieras avtal utanför fasta affärslokaler som avtal som ingås under en utflykt organiserad av näringsidkaren **oavsett om avtalen ingås utanför eller i näringsidkarens fasta affärslokaler**.

Dessutom anges i direktivet att det omfattar utflykter "i syfte" att marknadsföra och sälja produkter till konsumenten, dvs. **det bör inte spela någon roll huruvida konsumenten har informerats i förväg om den planerade försäljningen av produkter under utflykten**.

Begreppet "utflykt" innefattar resor som inbegriper sightseeing eller andra nöjesrelaterade aktiviteter, eller resor till sådana platser som restauranger, kaféer eller hotell där ett försäljningsevenemang utanför fasta affärslokaler anordnas. När det här begreppet tillämpas bör det inte spela någon roll huruvida näringsidkaren som säljer produkterna under en utflykt ordnar transporten själv eller har ingått arrangemang med ett transportföretag:

- Om till exempel en näringsidkare har kommit överens med arrangören av utflykten att se till att turisterna, under deras utflykt, också skjutsas till hans affär, är de avtal som ingås i affären sannolikt avtal utanför fasta affärslokaler trots att butiken i fråga motsvarar näringsidkarens fasta affärslokaler.
- Däremot är en busstransport som anordnas av ett köpcentrum med det enda syftet att skjutsa potentiella kunder till köpcentrumet endast av underordnad betydelse i förhållande till verksamhetens huvudsakliga ändamål (dvs. att sälja varor och tjänster), och bör inte betraktas som en "utflykt" i den mening som avses i artikel 2.8.

⁽⁴⁸⁾ C-465/19, B & L Elektrogeräte GmbH, ECLI:EU:C:2019:1091, punkterna 29 och 34.

3. Konsumentinformation

3.1. Allmänna krav

3.1.1. Inledning

Kraven på den förhandsinformation som ska ges innan avtal ingås anges i artiklarna 5–8 i direktivet. De definieras separat för avtal i fasta affärslokaler i artikel 5.1 och för avtal utanför fasta affärslokaler och distansavtal i artikel 6.1. Kraven för avtal utanför fasta affärslokaler och distansavtal är mer omfattande och bygger på de som avser avtal i fasta affärslokaler. Ytterligare särskilda krav på information när avtal ingås på marknadsplatser online fastställs i artikel 6a, som lades till i konsumenträttighetsdirektivet genom direktiv (EU) 2019/2161.

Informationskraven beträffande **ångerrätt** enligt artikel 6.1 h–k tas upp separat i avsnitt 5.

3.1.2. Tydlighet i informationen och koppling till direktivet om otillbörliga affärsmetoder

I artikel 7 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder förbjuds vilseladande underlåtenhet, dvs. affärsmetoder som utelämnar eller ger på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller olämpligt sätt **”väsentlig information”** som genomsnittskonsumenten behöver för att fatta ett välgrundat affärsbeslut, när sådana metoder får genomsnittskonsumenten att fatta ett annat affärsbeslut än vad som annars skulle ha varit fallet. I artikel 7.4 fastställs informationskrav för ”köperbudandet”, vilket är ett kommersiellt meddelande som innehåller information om produktens egenskaper och pris och därför omfattar även fasen innan avtalet för transaktionen ingås.

Fasen innan avtalet ingås regleras mer i detalj i konsumenträttighetsdirektivet än i direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Artikel 5 och 6 i konsumenträttighetsdirektivet omfattar samtliga informationskrav som fastställs i artikel 7.4 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder⁽⁴⁹⁾. Vid tillhandahållandet av den förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås i enlighet med direktivet om konsumenträttigheter ska också en näringsidkare uppfylla de särskilda informationskraven för köperbudandet enligt artikel 7.4 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Detta påverkar inte tillämpningen av andra krav på öppenhet och tillbörlighet enligt direktivet om otillbörliga affärsmetoder.

Både i artikel 5.1 och i artikel 6.1 i konsumenträttighetsdirektivet krävs det att information lämnas ”klart och tydligt”. I skäl 34 anges att näringsidkaren vid tillhandahållande av den förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås ska ”beakta de särskilda behoven hos konsumenter som är särskilt utsatta på grund av nedsatt mental, fysisk eller psykisk funktionsförmåga, ålder eller godtrogenhet, av ett slag som näringsidkaren rimligtvis kan förväntas förutse. Beaktandet av dessa särskilda behov bör dock inte medföra olika nivåer för konsumentskyddet.”

Enligt de allmänna bestämmelserna i artikel 7.2 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder måste emellertid näringsidkarna säkerställa att informationen är begriplig och tidsmässigt lämplig, dvs. den metod och det tillfälle då den relevanta informationen ges före avtalets ingående måste göra det möjligt för genomsnittskonsumenten att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

För **avtal utanför fasta affärslokaler** föreskrivs i artikel 7.1 dessutom att den förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås ska vara ”väl läsbar och avfattad på ett klart och begripligt språk” och för **distansavtal** krävs i artikel 8.1 i konsumenträttighetsdirektivet att informationen lämnas till konsumenten ”på ett sätt som är lämpligt för det medel för distanskommunikation som används på ett klart och begripligt språk. Om informationen tillhandahålls på ett varaktigt medium, ska den vara i väl läsbar form”.

Det räcker inte att ge den obligatoriska informationen innan avtalet ingås enbart som en del av de allmänna villkor som konsumenten måste godkänna innan han eller hon går vidare i transaktionsprocessen⁽⁵⁰⁾. Kravet att lämna information ”klart och tydligt” innebär att konsumenten måste uppmärksammas på de enskilda delarna av den obligatoriska informationen.

I ett onlinesammanhang måste näringsidkarna göra den obligatoriska informationen lätt tillgänglig och väl synlig för konsumenterna. Eftersom den obligatoriska konsumentinformationen är så pass omfattande är det kanske inte möjligt att ge den ”klart och tydligt” på en enda sida. Alltför långa sidor, där konsumenterna behöver rulla ner i omfattande grad för att kunna läsa allt innehåll, bör undvikas.

⁽⁴⁹⁾ Enligt artikel 7.4 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder måste ett köperbudande innehålla, om inte detta redan är uppenbart av sammanhanget, information om produktens utmärkande egenskaper i den omfattning som är lämplig för mediet och produkten, näringsidkarens geografiska adress och identitet, priset inklusive skatter, närmare villkor för betalning, leverans och fullgörande om de avviker från de krav god yrkessed innebär, och, i tillämpliga fall, ångerrätten.

⁽⁵⁰⁾ Mål C-536/20, Tiketa, som pågick vid offentliggörandet av detta tillkännagivande, gäller huruvida kraven i konsumenträttighetsdirektivet kan uppfyllas i fallet med ett avtal som ingås på en biljettförsäljningsplattform (dvs. marknadsplats online) genom att de allmänna villkoren godkänns.

I stället bör de olika delarna i förhandsinformationen innan avtalet ingås ges **när de är som mest relevanta under processen med att ingå avtalet**, där konsumenten flyttar sig från en sida till nästa i onlinegränssnittet. Vid behov bör informationen om enskilda ämnen vara uppdelad i skikt, med en väl synlig pekare på framsidan som leder till en länkad sida med alla detaljer om respektive ämne ⁽⁵¹⁾.

Ytterligare krav på presentation vid distansavtal som ingås elektroniskt fastställs i artikel 8.2 i direktivet, vilket diskuteras vidare i avsnitt 4.2.4.

3.1.3. Information som "redan framgår av sammanhanget"

För **avtal i fasta affärslokaler** är näringsidkare enligt artikel 5 tillåtna att undanhålla information som "redan framgår av sammanhanget".

Begreppet information som framgår av sammanhanget används också i artikel 7.2 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder ⁽⁵²⁾. Exempelvis skulle näringsidkarens geografiska adress och identitet kunna ses som uppenbar och anses framgå av sammanhanget, då konsumenterna normalt känner till adressen till en affär eller restaurang där de befinner sig.

3.1.4. Informationskrav i annan EU-lagstiftning

Direktivet är av tvärgående karaktär. Det kompletterar de produkt- och sektorspecifika konsumentskyddsreglerna, i synnerhet när det gäller informationskrav.

Enligt artikel 3.2 i konsumenträttighetsdirektivet ⁽⁵³⁾ påverkar det inte tillämpningen av informationskraven i annan sektorspecifik EU-lagstiftning. Det gäller den allmänna dataskyddsförordningen (EU) 2016/679 och Europaparlamentets och rådets direktiv om integritet och elektronisk kommunikation 2002/58/EG ⁽⁵⁴⁾, som är särskilt relevanta vid försäljning online för sådana frågor som information om behandling av uppgifter och registrerades samtycke till behandling av deras personuppgifter, när så krävs.

Dessutom fastställs ytterligare informationskrav för elektroniska kommunikationstjänster i den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation (direktiv (EU) 2018/1972) och i kommissionens genomförandeförordning (EU) 2019/2243 ⁽⁵⁵⁾ om en mall för avtalssammanfattning.

I artikel 102.1 i den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation specificeras, genom hänvisning till artiklarna 5 och 6 i konsumenträttighetsdirektivet och bilaga VIII till kodexen, den information som tillhandahållare av allmänt tillgängliga elektroniska kommunikationstjänster ska lämna innan en konsument blir bunden av ett avtal eller motsvarande erbjudande. Tillhandahållarna av allmänt tillgänglig elektronisk kommunikation är också skyldiga att ge konsumenterna en kortfattad och lättläst sammanfattning av avtalet (artikel 102.3 i den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation och genomförandeförordning (EU) 2019/2243). Men att bara **tillhandahålla avtalssammanfattningen är inte ett fullständigt uppfyllande av alla skyldigheter till information innan ett avtal ingås**, vilket föreskrivs i artikel 102.1 och bilaga VIII till den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation.

⁽⁵¹⁾ I juli 2019 offentliggjorde EU ett självreglerande initiativ, *Recommendations for a better presentation of information to consumers* (inte översatt till svenska) (rekommendationer för att bättre presentera information till konsumenter). Det handlar om hur både obligatorisk konsumentinformation och näringsidkarnas villkor presenteras. Framför allt föreslås där en modell ("konsumentresan") för att ge information till konsumenten i olika faser i transaktionen, däribland genom grafiska inslag. Tillgänglig på https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/sr_information_presentation.pdf.

⁽⁵²⁾ Se avsnitt 2.9 i vägledningen till direktivet om otillbörliga affärsmetoder.

⁽⁵³⁾ Följande står i artikel 3.2: "Om en bestämmelse i detta direktiv strider mot någon annan unionsakt som reglerar särskilda sektorer ska den andra unionsakten ha företräde och tillämpas på de särskilda sektorerna."

⁽⁵⁴⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/58/EG av den 12 juli 2002 om behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation (direktiv om integritet och elektronisk kommunikation) (EGT L 201, 31.7.2002, s. 37).

⁽⁵⁵⁾ Kommissionens genomförandeförordning (EU) 2019/2243 av den 17 december 2019 om fastställande av en mall för avtalssammanfattning som ska användas av tillhandahållare av allmänt tillgängliga elektroniska kommunikationstjänster i enlighet med Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/1972 (EUT L 336, 30.12.2019, s. 274).

Ytterligare informationskrav finns också fastställda i Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU⁽⁵⁶⁾ om audiovisuella medietjänster, Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/72/EG⁽⁵⁷⁾ om elektricitet, Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/73/EG⁽⁵⁸⁾ om naturgas etc.⁽⁵⁹⁾.

I artikel 6.8 i konsumenträttighetsdirektivet behandlas specifikt förhållandet mellan de informationskrav som fastställs i detta direktiv och **dem som finns i Europaparlamentets och rådets tjänstedirektiv 2006/123/EG⁽⁶⁰⁾ och Europaparlamentets och rådets handelsdirektiv 2000/31/EG⁽⁶¹⁾. För det första specificeras det där att informationskraven i dessa tre instrument kompletterar varandra. För det andra klargörs det att om en bestämmelse i dessa två direktiv om "innehållet i informationen och hur den ska tillhandahållas" strider mot en bestämmelse i konsumenträttighetsdirektivet, ska det sistnämnda ha företräde⁽⁶²⁾.**

3.1.5. Åläggande av ytterligare informationskrav

I artikel 4 i konsumenträttighetsdirektivet står följande: "Medlemsstaterna får inte i sin nationella lagstiftning behålla eller införa bestämmelser som avviker från bestämmelserna i detta direktiv, inklusive strängare eller mindre stränga bestämmelser som ger en annan konsumentskyddsnivå om inget annat anges i detta direktiv."

Ett av undantagen från detta angreppssätt med fullständig harmonisering är artikel 5.4, där medlemsstaterna tillåts att anta eller behålla ytterligare krav på förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås beträffande **avtal i fasta affärslokaler**.

Även om informationskraven för avtal utanför fasta affärslokaler och för distansavtal i princip är uttömmande, kan medlemsstaterna samtidigt, i enlighet med artikel 6.8 och skäl 12 till direktivet, **införa ytterligare informationskrav i enlighet med tjänstedirektivet 2006/123/EG och e-handelsdirektivet 2000/31/EG**.

Den relevanta bestämmelsen i e-handelsdirektivet i detta avseende är artikel 5, där det krävs att medlemsstaterna säkerställer att tjänsteleverantören tillser att det för tjänstemottagaren och de behöriga myndigheterna ska vara möjligt att enkelt, direkt och stadigvarande ha tillgång till den information som föreskrivs i den artikeln. I artikel 10 i e-handelsdirektivet fastställs vidare informationskrav angående förfarandet för att ingå avtalet.

När det gäller tjänstedirektivet fastställs i dess artikel 22.1–22.4 särskilda krav på information som tjänsteleverantörerna måste ställa till tjänstemottagarnas förfogande, plus krav på att den informationen ska vara klar, entydig och meddelad i god tid. Vidare föreskrivs i artikel 22.5 att den "hindrar inte medlemsstaterna från att ställa ytterligare krav på uppgifter från de tjänsteleverantörer som är etablerade på deras territorium".

Att ställa ytterligare informationskrav enligt artikel 6.8 är ett av de lagstiftningsval som medlemsstaterna ska informera kommissionen om i enlighet med artikel 29. Kommissionen offentliggör denna information på internet⁽⁶³⁾.

⁽⁵⁶⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2010/13/EU av den 10 mars 2010 om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster) (EUT L 95, 15.4.2010, s. 1).

⁽⁵⁷⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/72/EG av den 13 juli 2009 om gemensamma regler för den inre marknaden för el och om upphävande av direktiv 2003/54/EG (EUT L 211, 14.8.2009, s. 55).

⁽⁵⁸⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/73/EG av den 13 juli 2009 om gemensamma regler för den inre marknaden för naturgas och om upphävande av direktiv 2003/55/EG (EUT L 211, 14.8.2009, s. 94).

⁽⁵⁹⁾ I avsnitt 1.2 i vägledningen till direktivet om otillbörliga affärsmetoder finns en mer fullständig förteckning över sektor- och produktspecifik lagstiftning.

⁽⁶⁰⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2006/123/EG av den 12 december 2006 om tjänster på den inre marknaden (EUT L 376, 27.12.2006, s. 36).

⁽⁶¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG av den 8 juni 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden ("Direktiv om elektronisk handel") (EGT L 178, 17.7.2000, s. 1).

⁽⁶²⁾ Jfr. artiklarna 5 och 10 i direktivet om elektronisk handel. I sitt förslag till förordning om rättsakten om digitala tjänster (COM/2020/825 av den 15 december 2020) räknar kommissionen med att byta ut några av bestämmelserna i e-handelsdirektivet (artikel 12–15) utan något förslag om att ändra dess artikel 5 om informationskrav.

⁽⁶³⁾ https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_en

3.1.6. Undantag för vardagliga transaktioner

Artikel 5.3 ger medlemsstaterna möjlighet att inte tillämpa kraven på förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås enligt artikel 5.1 på avtal i fasta affärslokaler **som innefattar vardagliga transaktioner och utförs omedelbart i samband med att de ingåtts.**

Genom sin natur kommer dessa transaktioner troligen att röra varor med låga kostnader. Ett tydligt exempel är inköp av livsmedel och drycker avsedda att konsumeras genast, t.ex. snacks, hämtmat osv.

Artikel 5.3 kan även komma att tillämpas på vissa tjänster och inte bara på varor. I detta sammanhang är det andra kriteriet i artikel 5.3 av särskilt stor betydelse, dvs. kravet på att avtalet ska kunna fullgöras omedelbart när det ingås.

— *Exempel på sådana möjliga vardagliga tjänster är skoputsning på gatan och biografjänster när biljetten köps (dvs. när avtalet ingås) omedelbart innan filmen startar.*

3.1.7. Den bindande karaktären hos den förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås

I artikel 6.5 föreskrivs följande med avseende på den bindande karaktären hos den förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås och som ska lämnas enligt artikel 6.1: "5. Den information som avses i punkt 1 ska utgöra en integrerad del av distansavtalet eller avtalet utanför fasta affärslokaler och får inte ändras annat än genom uttrycklig överenskommelse mellan avtalsparterna."

Således bör den information som lämnas på näringsidkarens webbplats vara bindande för parterna och, om näringsidkaren önskar ändra någon av dess delar, bör denne erhålla konsumentens uttryckliga samtycke:

— *Till exempel kan parterna uttryckligen komma överens om, genom att skicka e-postmeddelanden till varandra, om en annan tidpunkt för leveransen av varan än den som anges på näringsidkarens webbplats.*

— *En bestämmelse i de allmänna villkoren om att näringsidkaren får göra undantag från den information som tillhandahålls på webbplatsen skulle dock inte uppfylla kravet på uttrycklig överenskommelse mellan parterna.*

Artikel 6.5 skulle inte tillämpas på ändringar av villkoren i avtalet efter att det ingåtts. När sådana ändringar är baserade på villkoren i avtalet blir direktivet om oskäliga villkor i konsumentavtal ⁽⁶⁴⁾ relevant.

3.1.8. Ytterligare språkkrav

Medlemsstaterna får enligt artikel 6.7 införa språkkrav i samband med kraven på **information vid avtals ingående** i avtal utanför fasta affärslokaler eller distansavtal ⁽⁶⁵⁾.

Om detta lagstiftningsval har utnyttjats skulle de berörda kraven, exempelvis om att tillhandahålla information på det officiella språket i den berörda medlemsstaten, tillämpas på gränsöverskridande näringsidkare i enlighet med bestämmelserna i Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 593/2008 ⁽⁶⁶⁾ om tillämplig lag för avtalsförpliktelser (Rom I-förordningen). Enligt dess artikel 6, om näringsidkaren bedriver sin verksamhet i det land där konsumenten har sin vanliga vistelseort eller **riktar sådan verksamhet** till det landet eller till flera länder, inbegripet det landet, är den lagstiftning som är tillämplig på avtalet lagen i det land där konsumenten har sin vanliga vistelseort.

Om parterna har valt en annan lag kan det valet inte beröva konsumenten det skydd som ges genom de tvingande bestämmelserna i konsumentens hemvistland. I denna situation gäller därför också att om näringsidkaren riktar sin verksamhet till konsumenter i en medlemsstat som har infört språkkrav enligt artikel 6.7 i konsumenträttsdirektivet, måste näringsidkaren tillhandahålla konsumenterna avtalsinformation på det språk som krävs av den medlemsstaten, om den språkskyldigheten anses som obligatorisk "avtalsenlig skyldighet" i enlighet med den nationella rätten.

⁽⁶⁴⁾ Rådets direktiv 93/13/EEG av den 5 april 1993 om oskäliga villkor i konsumentavtal (EGT L 95, 21.4.1993, s. 29).

⁽⁶⁵⁾ Medlemsstaternas meddelanden om detta lagstiftningsval finns tillgängliga på https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/consumers/consumer-contract-law/consumer-rights-directive/regulatory-choices-under-article-29-crd_sv.

⁽⁶⁶⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 593/2008 av den 17 juni 2008 om tillämplig lag för avtalsförpliktelser (Rom I) (EUT L 177, 4.7.2008, s. 6).

Begreppet att "rikta" sin affärsverksamhet eller yrkesverksamhet till konsumentens land har behandlats av domstolen i de förenade målen C-585/08 och C-144/09, Peter Pammer och Hotel Alpenhof GmbH. Denna dom innehåller ett antal kriterier för att fastställa om en webbplats är "riktad" till en viss medlemsstat, såsom användningen av olika språk eller valutor på webbplatsen ⁽⁶⁷⁾.

Det bör noteras att detta lagstiftningsalternativ enligt konsumenträttighetsdirektivet kompletterar de sektor- och produktspecifika unionslagarna, där medlemsstaterna ges möjlighet att upprätta språkrav angående varningar eller instruktioner för exempelvis leksaker ⁽⁶⁸⁾ eller radioutrustning ⁽⁶⁹⁾. Dessutom är det enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 möjligt att sätta upp språkrav för garantier ⁽⁷⁰⁾ för varor.

3.1.9. *Bevisbörd*

Eftersom näringsidkarens underlåtenhet att tillhandahålla vissa uppgifter som krävs enligt direktivet leder till olika påföljder enligt direktivet (förutom de påföljder som kan tillämpas enligt nationell lagstiftning) innehåller artikel 6.9 en mycket viktig bestämmelse, där det angående distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler fastställs att "bevisbördan för att informationsskyldigheten enligt detta kapitel fullgjorts ska åvila näringsidkaren".

Även om omständigheterna också kan bevisas på andra sätt, skulle näringsidkaren helt klart få svårare att framlägga sin sak om den erfordrade informationen saknas i bekräftelsen på avtalet på ett varaktigt medium, som enligt artikel 7.1–7.2 eller artikel 8.7 (som diskuteras i avsnitt 4.4) alltid måste innehålla de uppgifter som avses i artikel 6.1, om inte dessa redan har tillhandahållits på ett varaktigt medium.

3.2. *Gemensamma krav för avtal i fasta affärslokaler och distansavtal/avtal utanför fasta affärslokaler*

3.2.1. *Huvudsakliga egenskaper*

Artiklarna 5.1 a och 6.1 a

"Varornas eller tjänsternas huvudsakliga egenskaper, i en omfattning som är lämplig för mediet och för varorna eller tjänsterna"

Även om detta informationskrav uttryckligen avser "varor och tjänster", i enlighet med artiklarna 5.2 och 6.2, gäller det också för allmännyttiga tjänster och digitalt innehåll på nätet.

Samma skyldighet åläggs i artikel 7.4 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder, där informationskraven fastställs för "köperbudandet". För att välja de huvudsakliga egenskaper som ska meddelas till konsumenten bör följaktligen näringsidkarna tillämpa samma angreppssätt som när det gäller direktivet om otillbörliga affärsmetoder, dvs. informera om de egenskaper som konsumenterna behöver för att fatta välgrundade inköpsbeslut. Information om varors huvudsakliga egenskaper kan finnas tillgängliga på deras förpackningar eller etiketter, som konsumenten kan titta på. För mer komplicerade varor kan det krävas att man meddelar ytterligare information för att fastställa deras huvudsakliga egenskaper.

⁽⁶⁷⁾ Se C-585/08 och C-144/09, Peter Pammer och Hotel Alpenhof GmbH, ECLI:EU:C:2010:740, särskilt punkterna 92 och 93.

⁽⁶⁸⁾ I Europaparlamentets och rådets direktiv 2009/48/EG av den 18 juni 2009 om leksakers säkerhet (EUT L 170, 30.6.2009, s. 1) krävs det att tillverkare och importörer säkerställer att **leksaker åtföljs av bruksanvisningar och säkerhetsföreskrifter** på ett eller flera språk som lätt kan förstås av konsumenterna och som bestäms av den berörda medlemsstaten.

⁽⁶⁹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2014/53/EU av den 16 april 2014 om harmonisering av medlemsstaternas lagstiftning om tillhandahållande på marknaden av radioutrustning och om upphävande av direktiv 1999/5/EG (EUT L 153, 22.5.2014, s. 62). Där krävs att **radioutrustningen åtföljs av bruksanvisningar och säkerhetsinformation på ett språk som lätt kan förstås av konsumenterna och andra slutanvändare och som bestäms av den berörda medlemsstaten**. Dessutom krävs det att radioutrustningen åtföljs av EU-försäkran om överensstämmelse eller den förenklade EU-försäkran om överensstämmelse, och att de båda måste översättas till det eller de språk som krävs av den medlemsstat där radioutrustningen släpps ut eller tillhandahålls på marknaden.

⁽⁷⁰⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/771 av den 20 maj 2019 om vissa aspekter på avtal om försäljning av varor, om ändring av förordning (EU) 2017/2394 och direktiv 2009/22/EG samt om upphävande av direktiv 1999/44/EG (EUT L 136, 22.5.2019, s. 28). Det gör det möjligt för medlemsstaterna att fastställa regler för det eller de språk som garantibeviset ska göras tillgängligt på för konsumenten.

I synnerhet måste alla de **egenskaper och begränsningsvillkor som genomsnittskonsumenten normalt inte förväntar sig** av den givna kategorin eller typen av vara eller tjänst meddelas till konsumenterna, då det är särskilt sannolikt att dessa påverkar deras beslut om transaktioner ⁽⁷¹⁾.

I alla avtal där konsumenten tillhandahåller personuppgifter, oavsett om det är betalning inblandad eller inte, **måste näringsidkaren informera konsumenten om ändamålet för behandlingen** vid det tillfälle då personuppgifterna erhålls.

3.2.2. Näringsidkarens identitet och kontaktuppgifter

Artikel 5.1

b) Näringsidkarens identitet, till exempel företagsnamn, geografisk adress för näringsidkarens etableringsställe samt telefonnummer.

Artikel 6.1

b) Näringsidkarens identitet, till exempel företagsnamn.

c) Geografisk adress där näringsidkaren är etablerad samt näringsidkarens telefonnummer och e-postadress; om näringsidkaren tillhandahåller andra medel för kommunikation via internet som garanterar att konsumenten kan lagra eventuell skriftlig korrespondens med näringsidkaren, inbegripet datum och tid för sådan korrespondens, på ett varaktigt medium ska informationen även omfatta uppgifter om dessa andra sätt; alla dessa medel för kommunikation som tillhandahålls av näringsidkaren ska göra det möjligt för konsumenten att snabbt kontakta och kommunicera effektivt med näringsidkaren; i förekommande fall ska näringsidkaren också tillhandahålla geografisk adress och identitet för den näringsidkare för vars räkning denna agerar.

d) Om den avviker från den adress som uppgetts i enlighet med led c: geografisk adress till näringsidkarens affärsställe och i tillämpliga fall avseende den näringsidkare för vars räkning han eller hon agerar dit konsumenten kan vända sig med eventuella reklamationer.

3.2.2.1. Näringsidkarens identitet

Utöver bestämmelserna i konsumenträttighetsdirektivet föreskrivs i artikel 7.4 b i direktivet om otillbörliga affärsmetoder att informationen om näringsidkarens geografiska adress och identitet ska anses som väsentlig information vid ett köperbudande. När det gäller **avtal i fasta affärslokaler** kan sådan information framgå av sammanhanget (se även avsnitt 3.1.3).

Vid avtal utanför fasta affärslokaler och distansavtal ska enligt konsumenträttighetsdirektivet **näringsidkaren, som agerar på uppdrag av en annan näringsidkare**, även uppge denna näringsidkarens identitet och geografiska adress. Också marknadsplatser online, även när de bara är mellanhänder och inte "agerar på uppdrag av" en annan näringsidkare, måste vidta åtgärder för att säkerställa att **konsumenten får vederbörlig information om identiteten för den näringsidkare som faktiskt erbjuder de berörda varorna eller tjänsterna**, på grundval av den information som lämnas av näringsidkaren själv. Om marknadsplatsen inte kan informera om den faktiska näringsidkarens identitet, ger det upphov till intrycket att det är marknadsplatsen som är den faktiska näringsidkaren, vilket kan leda till att marknadsplatsen får ansvaret för näringsidkarens skyldigheter.

I mål C-149/15, Wathelet ⁽⁷²⁾, behandlade domstolen det ansvar som en mellanhand utanför internet (ett bilgarage) hade för att varor som såldes till konsumenter enligt Europaparlamentets och rådets tidigare direktiv om försäljning av konsumentvaror 1999/44/EG var avtalsenliga ⁽⁷³⁾. Domstolen fastställde att även om frågan om mellanhänders ansvar gentemot konsumenterna inte tas upp i direktiv 1999/44/EG, utesluter "inte i sig [...] att **begreppet "säljare"** i den mening som avses i artikel 1.2 c i direktiv 1999/44 kan **tolkas så, att det omfattar en näringsidkare som agerar för en privatpersons räkning** är näringsidkaren ur konsumentens perspektiv **framstår som säljare av en konsumentvara enligt avtal inom ramen för sin närings- eller yrkesverksamhet. Näringsidkaren kan nämligen på så vis skapa förvirring hos konsumenten genom att denne felaktigt tror att näringsidkaren säljer varan i egenskap av varans ägare"** ⁽⁷⁴⁾.

⁽⁷¹⁾ Se även avsnitt 2.9.5 i vägledningen om direktivet om otillbörliga affärsmetoder, om "väsentlig information" i köperbudanden – artikel 7.4.

⁽⁷²⁾ C-149/15, Wathelet, ECLI:EU:C:2016:840.

⁽⁷³⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 1999/44/EG av den 25 maj 1999 om vissa aspekter rörande försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier (EGT L 171, 7.7.1999, s. 12).

⁽⁷⁴⁾ Se fotnot 73, punkterna 33–34.

Domstolen fastslog också följande: ”Vid prövningen är det bland annat relevant i hur stor utsträckning mellanhanden deltagit i försäljningen och hur stora ansträngningar denne gjort för att genomföra försäljningen. Vidare är även de omständigheter under vilka varan presenterades för konsumenten samt konsumentens eget beteende relevant för att **avgöra om konsumenten hade kunnat förstå att mellanhanden agerade för en privatpersons räkning**”⁽⁷⁵⁾.

Dessa slutsatser från domstolen om mellanhandens ansvar för varors avtalsenlighet/överensstämmelse skulle också kunna vara relevanta för **andra mellanhänder och andra skyldigheter för näringsidkare enligt EU-rätten**, däribland i ett onlinesammanhang. I synnerhet skulle marknadsplatser online kunna konstateras ha **ansvar för näringsidkarens skyldigheter** beträffande förhandsinformation innan avtal ingås eller fullgörande av avtal enligt konsumenträttsdirektivet **när de, ur konsumentens synvinkel, framställer sig som näringsidkare enligt (det föreslagna) avtalet**.

I mål C-149/15, Wathelet, betonade domstolen att ”för att konsumenten **ska kunna åtnjuta det skydd som [direktivet] ger denne**, är det således nödvändigt att konsumenten uppmärksammas på säljarens identitet och i synnerhet om denne är en privatperson eller näringsidkare”⁽⁷⁶⁾. Dock kan det vara så att konsumenten, även om den faktiska leverantören också är en näringsidkare och konsumenten inte berövas sina rättigheter, kanske inte hade ingått avtalet om den faktiska näringsidkarens identitet varit känd. Konsumenten kan i synnerhet ha betänkligheter angående till exempel om en sådan näringsidkare är pålitlig och om det är möjligt att genomdriva konsumenträttigheter mot den.

Underlåtenhet att lämna information om näringsidkarens identitet, eller att lämna felaktiga uppgifter, skulle utgöra ett brott mot konsumenträttsdirektivet. Det skulle också kunna utgöra en vilseledande metod i enlighet med direktivet om otillbörliga affärsmetoder, i den mån det påverkar konsumentens beslut om transaktionen. Det finns även sektorspecifika bestämmelser i EU-rätten som stärker det här kravet. När det till exempel gäller försäljning av läkemedelsprodukter online⁽⁷⁷⁾ är det strängt förbjudet att sudda ut åtskillnaden mellan marknadsplats och återförsäljare. En marknadsplats där läkemedelsprodukter erbjuds på EU-marknaden bör säkerställa att konsumenterna kan verifiera att näringsidkaren har de relevanta tillstånden och bedriver sin verksamhet i överensstämmelse med lagen⁽⁷⁸⁾.

Metoden för att fullgöra ett avtal som inbegriper en tredjepartsnäringsidkare har ingen betydelse för de rättigheter och skyldigheter angående avtalet som följer av konsumenträttsdirektivet. I affärsmodellen ”dropshipping” har till exempel näringsidkaren inga varor på lager, utan köper dem i stället från en tredje part efter beställning av konsumenter och låter frakta dem direkt till kunden.

Om näringsidkaren däremot bara behandlar beställningen som en mellanhand och sedan vidarebefordrar den till en annan näringsidkare så att den fullgörs i den andra näringsidkarens eget namn, kan i enlighet med målet Wathelet den första näringsidkaren hållas ansvarig gentemot konsumenten när den näringsidkaren, ur konsumentens synvinkel, framställer sig som säljaren av konsumentvarorna enligt avtalet. För att undvika sådan ansvarsskyldighet måste näringsidkaren tydligt informera konsumenten om att den fungerar som mellanhand och lämna information om den faktiska säljarens identitet på ett framträdande sätt⁽⁷⁹⁾.

Här bör det noteras att artikel 6a.1 b, som infördes genom direktiv (EU) 2019/2161, innehåller ett särskilt extra krav på att leverantörer av marknadsplatser online ska informera konsumenter om **status för den tredje part** som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet utifrån den information som lämnas av den tredje parten (se avsnitt 3.4.2).

3.2.2.2. Kommunikationsmedel

När det gäller distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler krävs enligt artikel 6.1 c, i dess ändrade lydelse enligt direktiv (EU) 2019/2161, att näringsidkaren ger konsumenten information om följande medel för kommunikation som en del av förhandsinformationen som ska ges innan avtalet ingås:

— Näringsidkarens geografiska adress, telefonnummer och e-postadress.

⁽⁷⁵⁾ Ibid., punkt 44.

⁽⁷⁶⁾ Ibid., punkt 37.

⁽⁷⁷⁾ I Europaparlamentets och rådets direktiv 2001/83/EG av den 6 november 2001 om upprättande av gemenskapsregler för humanläkemedel (EGT L 311, 28.11.2001, s. 67) föreskrivs att endast apoteksåterförsäljare som har tillstånd (eller är behöriga på grundval av nationell rätt) får sälja läkemedelsprodukter online. Återförsäljaren måste på sin webbsida visa upp EU-logotypen så att det går att verifiera att enheten bedriver sin verksamhet lagligt.

⁽⁷⁸⁾ Se artikel 85c i direktiv 2001/83/EG.

⁽⁷⁹⁾ Principen fastställs också uttryckligt med avseende på mellanhänder online i artikel 5.3 i förslaget till rättsakt om digitala tjänster. Vidare vägledning om begreppet ”näringsidkare” kan förväntas i det pågående målet C-536/20, Tiketa, som behandlar frågan huruvida en mellanhand online (en biljettförsäljningsplattform) kan hållas gemensamt ansvarig ihop med den näringsidkare som faktiskt tillhandahåller tjänsten, i synnerhet om mellanhanden har underlåtit att lämna tydlig information om att den bara agerar som mellanhand.

— I tillämpliga fall andra medel för skriftlig kommunikation online, som gör det möjligt att behålla innehållet och datum och tid för korrespondensen på ett varaktigt medium.

”Varaktigt medium” definieras i artikel 2.10 i konsumenträttighetsdirektivet som ”varje medel som gör det möjligt för konsumenten eller näringsidkaren att bevara information som riktas till vederbörande personligen på sådant sätt att den är tillgänglig för användning i framtiden under en tid som är lämplig med hänsyn till vad som är avsikten med informationen och att den bevarade informationen kan återges oförändrad” (se även avsnitt 4.4).

När det till exempel gäller applikationer för meddelanden är det vissa av dem som gör det möjligt för avsändaren, såsom näringsidkaren i ett avtal mellan näringsidkare och konsument, att ta bort, även från mottagarens enhet och antingen som standard eller manuellt, de meddelanden som har skickats inom en viss (kort) tidsram efter att de levererats. Dessa kommunikationsmedel gör det följaktligen inte effektivt möjligt för konsumenten att lagra det mottagna meddelandet. Mottagaren kan kanske spara eller säkerhetskopiera sina meddelanden, men detta skulle kräva ytterligare teknisk förmåga och kunskap som inte kan förväntas av genomsnittskonsumenten. Det behövs alltså en enskild bedömning för varje meddelandeapplikation för att fastställa om det uppfyller de fastställda kriterierna, med hänsyn även till att dessa applikationer ständigt utvecklas.

Domstolen noterade särskilt i mål C-649/17, Amazon EU, att möjligheten för konsumenter att snabbt ta kontakt med och effektivt kommunicera med näringsidkare har avgörande betydelse för att säkerställa och genomföra konsumenträttigheter⁽⁸⁰⁾. Följaktligen måste varje kommunikationsmedel som används av näringsidkaren kunna uppfylla kriterierna om direkt och effektiv kommunikation.

I det beslutet bekräftade domstolen att artikel 6.1 c **inte förbjuder att näringsidkaren använder sig av andra kommunikationsmedel som säkerställer direkt och effektiv kommunikation**, utöver dem som förtecknas i bestämmelsen⁽⁸¹⁾.

Denna tolkning förblir relevant även efter de ändringar som genomförts genom direktiv (EU) 2019/2161. Innan avtalet ingås måste näringsidkaren informera konsumenten om de kommunikationsmedel som står förtecknade och om överensstämmelse med de kriterier som fastställs i artikel 6.1 c, men **näringsidkaren är inte förhindrad att göra även alternativa kommunikationsmedel tillgängliga**. Det kan vara till exempel automatiserad röstassistans eller metoder med skriftlig kommunikation online (chattbottar) som inte har de egenskaper som specificeras i artikel 6.1 c. De allmänna reglerna i direktivet om otillbörliga affärsmetoder är tillämpliga på sådana ytterligare medel. I synnerhet bör näringsidkarna tydligt och i god tid informera konsumenterna om huruvida dessa alternativa medel gör det möjligt för konsumenterna att behålla kontrollen över den skriftliga korrespondensen, däribland datum och tid.

Näringsidkaren måste också säkerställa att alla medel för kommunikation online, som konsumenten har informerats om innan avtalet ingicks (och i avtalsbekräftelsen) i enlighet med artikel 6.1 c, är lätt tillgängliga i näringsidkarens gränssnitt. Inga ytterligare kommunikationsmedel bör presenteras och framhållas på ett sådant sätt att det blir svårt för konsumenterna att få tillgång till och använda kommunikationsmedlen som tillhandahålls i enlighet med artikel 6.1 c.

Syftet med att tillhandahålla kommunikationsmedlen är att göra det möjligt för konsumenten att kontakta näringsidkaren snabbt och effektivt. Detta innebär att åtgärder bör vidtas för att se till att exempelvis telefonsamtal besvaras under kontorstid och att e-postmeddelanden skyndsamt besvaras.

3.2.2.3. Etableringsort

Begreppet ”etablering” i detta informationskrav är detsamma som det som används i till exempel tjänstedirektivet 2006/123/EG, där det definieras (artikel 4) som ”tjänsteleverantörens faktiska utövande av en ekonomisk verksamhet enligt artikel 43 i fördraget under en obegränsad tid och genom en stabil infrastruktur varifrån näringsverksamhet för att tillhandahålla tjänster faktiskt bedrivs”. I skäl 37 förklaras följande: ”Om tjänsteleverantörer är etablerade på flera orter är det viktigt att avgöra från vilken etableringsort de tillhandahåller de faktiska tjänster som avses.”

Samma tillvägagångssätt kan användas för att bestämma det ställe vars geografiska adress bör tillhandahållas enligt detta direktiv. Eftersom information om den ”geografiska” adressen krävs bör den hänvisa till en fysisk plats:

— *Det är till exempel inte tillräckligt att endast tillhandahålla boxnumret som näringsidkarens adress.*

⁽⁸⁰⁾ C-649/17, Amazon EU, ECLI:EU:C:2019:576, punkt 41.

⁽⁸¹⁾ Ibid., punkt 52.

3.2.2.4. Affärsställe

"Affärsstället" bör innebära den plats där de väsentliga besluten om näringsidkarens allmänna ledning fattas och där de centrala förvaltningsfunktionerna utförs. Denna slutsats följer till exempel av domstolens dom i mål C-73/06, Planzer:

"För att avgöra var sätet för ett bolags ekonomiska verksamhet är beläget måste en mängd faktorer beaktas. I första hand avses här faktorer som det stadgeenliga sätet, orten för den centrala förvaltningen, den ort på vilken bolagsledningen sammanträder, och den ort, vanligtvis densamma, där bolagets allmänna policy beslutas. Andra faktorer, såsom bosättningsorten för företagsledarna, orten där bolagsstämman hålls, där administrativa handlingar och bokföringshandlingar förvaras och där merparten av företagets finansiella transaktioner, bland annat bankförbindelser, sköts kan också beaktas" ⁽⁸²⁾.

3.2.3. Pris

Artikel 5.1

c) *Det sammanlagda priset på varorna eller tjänsterna inklusive skatter och avgifter eller, om varan eller tjänsten är av sådan art att priset rimligen inte kan beräknas i förväg, det sätt på vilket priset beräknas och alla eventuella ytterligare kostnader för frakt, leverans eller porto eller, om dessa rimligen inte kan beräknas i förväg, uppgift om att sådana ytterligare kostnader kan tillkomma.*

Artikel 6.1

e) *Det sammanlagda priset för varan eller tjänsten, inklusive skatter eller, om varan eller tjänsten är av sådan art att priset rimligen inte kan beräknas i förväg, det sätt på vilket priset beräknas och alla eventuella ytterligare kostnader för frakt, leverans eller porto och alla andra kostnader eller, om dessa rimligen inte kan beräknas i förväg, uppgift om att sådana ytterligare kostnader kan tillkomma. **Om avtalet löper på obegränsad tid eller om avtalet gäller en prenumeration ska i det sammanlagda priset ingå de sammanlagda kostnaderna per faktureringsperiod. När sådana avtal debiteras enligt fastställda betalningsposter ska det sammanlagda priset också avse de sammanlagda månatliga kostnaderna. Om det inte rimligen går att beräkna den totala abonnemangskostnaden i förväg ska prisberäkningsmetoden redovisas.;***

De understrukna delarna av artikel 6.1 e utgör de ytterligare krav på prisinformation som endast gäller för distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler i förhållande till kraven i artikel 5.1 c för avtal i fasta affärslokaler. För distansavtal/avtal utanför fasta affärslokaler krävs särskilda upplysningar för **abonnemang och avtal med obegränsad löptid**.

Om produkten (eller en av produkterna) tillhandahålls inom ramen för ett avtal som löper på obegränsad tid eller enligt ett abonnemang som debiteras enligt fastställda betalningsposter bör information om de sammanlagda kostnaderna per faktureringsperiod **och** om de sammanlagda månatliga kostnaderna anges.

— *Till exempel brukar abonnemang på internet eller audiovisuella medietjänster debiteras enligt fastställda betalningsposter varje månad/varannan månad/varje kvartal oavsett användning. Därför måste den månatliga kostnaden och, om faktureringsperioden är en annan, kostnaden per faktureringsperiod, lämnas till en konsument som vill ingå ett abonnemang på internet eller utanför fasta affärslokaler.*

Om ett avtal omfattar eller inkluderar en produkt för vilken den sammanlagda kostnaden inte kan beräknas i förväg, bör näringsidkaren upplysa konsumenten om hur dessa rörliga kostnader beräknas:

— *För taltelefonitjänster, där kostnaderna beror på den faktiska användningen, bör till exempel näringsidkaren hänvisa konsumenten till en detaljerad prislista för telefonsamtal* ⁽⁸³⁾.

⁽⁸²⁾ C-73/06, Planzer, ECLI:EU:C:2007:397, punkt 61.

⁽⁸³⁾ För elektroniska kommunikationstjänster se även artikel 102.1 och bilaga VIII till direktiv 2018/1972 (den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation), samt mallen för avtalssammanfattning och dess uppgifter om priser för elektroniska kommunikationstjänster som föreskrivs i genomförandeförordningen (EU) 2019/2243.

Enligt artikel 6.6 för distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler ska konsumenterna inte behöva betala några ytterligare avgifter eller kostnader som de inte har informerats om av näringsidkaren. Detta återspeglar näringsidkarens skyldighet att informera konsumenten om det fullständiga priset, inklusive alla tillämpliga skatter, avgifter och extradebiteringar, i synnerhet all eventuell moms, tullavgifter, tullklarering osv. som tillämpas på köp från näringsidkare utanför EU ⁽⁸⁴⁾.

Om det digitala innehåller eller tjänsten inbegriper **valfria kompletterande och inbyggda inköp** bör konsumenten vederbörligen informeras om att sådana kompletterande inköpsalternativ kan erbjudas, innan den digitala produkten förvärvas. Detta krav skulle exempelvis kunna tillämpas på

- appar som omfattar köp inuti appen, såsom tillägg eller extra nivåer i ett videospel,
- abonnemang på tjänster för audiovisuellt innehåll som omfattar valfritt betal-tv-innehåll (filmer) som erbjuds genom tilläggsbetalning.

3.2.4. Leverans och fullgörande av avtalet

Artikel 5.1

d) I förekommande fall, sätten för betalning, leverans, fullgörande, datum för när näringsidkaren åtar sig att leverera varan eller tillhandahålla tjänsten samt näringsidkarens reklamationshantering.

Artikel 6.1

g) I förekommande fall, sätten för betalning, leverans, fullgörande, datum för när näringsidkaren åtar sig leverera varan eller tillhandahålla tjänsten samt, i förekommande fall, näringsidkarens reklamationshantering.

Detta informationskrav är liknande för avtal i fasta affärslokaler och avtal utanför fasta affärslokaler eller distansavtal, med undantag för att vid **avtal i fasta affärslokaler** bör all relevant information tillhandahållas endast "i förekommande fall", medan den vid avtal **utanför fasta affärslokaler och distansavtal** bör tillhandahållas i samtliga fall, med undantag för uppgifter om näringsidkarens reklamationshantering, vilket endast krävs "i förekommande fall".

Detta informationskrav liknar det i artikel 7.4 d i direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Enligt detta direktiv måste emellertid information om villkoren för betalning, leverans och fullgörande tillhandahållas i köperbudandet endast när de är till nackdel för konsumenten i jämförelse med hederlig marknadspraxis.

Näringsidkaren skulle också uppfylla kraven i artikel 5.1 d eller artikel 6.1 g beträffande datum för leverans eller fullgörande om den anger en period (**till exempel "10 dagar" eller "två veckor"**) från det att avtalet ingicks (när konsumenten gjorde beställningen). Näringsidkaren behöver inte nödvändigtvis ange en viss kalenderdag, eftersom detta kanske inte alltid är praktiskt genomförbart.

Vid **avtal i fasta affärslokaler** gäller inte skyldigheten att informera om den tid inom vilken näringsidkaren åtar sig att leverera varorna eller tillhandahålla tjänsten om **leveransen eller utförandet sker omedelbart**.

För **köpeavtal i fasta affärslokaler** bör skyldigheten att ange leveranstiden "i förekommande fall" även tolkas mot bakgrund av artikel 18. Näringsidkaren ska nämligen inte behöva informera om leveranstiden för varorna om denne avser att leverera dem inom den **standardtidsfrist på 30 dagar som anges i artikel 18**. Det hindrar givetvis inte näringsidkaren från att informera konsumenten om en annan leveranstid, eller näringsidkaren och konsumenten från att komma överens om ett annat datum. Det överenskomna datumet kommer sedan att utgöra den "överenskomna" leveranstid som avses i artikel 18 (se även avsnitt 6 om leverans).

I artikel 7 i Europaparlamentets och rådets förordning om **gränsöverskridande paketleveranstjänster** (EU) 2018/644 ⁽⁸⁵⁾ krävs att alla näringsidkare som med konsumenter ingår köpeavtal som inbegriper gränsöverskridande paketleveranser, om möjligt och i tillämpliga fall, innan avtal tecknas tillhandahålla information om valmöjligheter för gränsöverskridande leveranser inom ramen för det aktuella köpeavtalet och om avgifter som konsumenten ska betala för gränsöverskridande paketleveranser, samt i tillämpliga fall, information om näringsidkarens egna förfaranden för hantering av klagomål.

⁽⁸⁴⁾ Mer information om köp av varor online från ett land utanför Europeiska unionen finns på https://ec.europa.eu/taxation_customs/buying-goods-online-coming-non-european-union-country_sv.

⁽⁸⁵⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/644 av den 18 april 2018 om gränsöverskridande paketleveranstjänster (EUT L 112, 2.5.2018, s. 19).

När det gäller **digitalt innehåll och digitala tjänster på internet** bör det noteras att näringsidkaren enligt artikel 5.1 i direktivet om digitalt innehåll måste tillhandahålla innehållet eller tjänsten till konsumenten **utan onödigt dröjsmål** efter avtalets ingående, såvida inget annat överenskommit. I enlighet med artiklarna 7.3 och 8.8 i konsumenträttighetsdirektivet angående avtal om (digitala) tjänster (se avsnitt 5.6) och artikel 16 första stycket m i konsumenträttighetsdirektivet om avtal om digitalt innehåll på internet (se avsnitt 5.7), bör emellertid leverantören erhålla **konsumentens uttryckliga samtycke på förhand** för leveransen av en digital tjänst eller digitalt innehåll på internet innan ångerrätten upphör. I annat fall skulle konsumenten fortfarande kunna dra sig ur respektive avtal och skulle ha rätt att inte betala (eller begära återbetalning) för den digitala tjänst eller det digitala innehåll på internet som mottagits i enlighet med artikel 14.4 i konsumenträttighetsdirektivet (se avsnitt 5.8).

Dessutom klargörs det i artikel 5.2 i direktivet om digitalt innehåll att näringsidkaren har fullgjort sin tillhandahållandeskyldighet när

- a) konsumenten, eller den fysiska eller virtuella funktion som konsumenten valt för ändamålet, ges tillgång eller åtkomst till det digitala innehållet eller ett medel som är lämpligt för att få tillgång till eller ladda ned det digitala innehållet,
- b) den digitala tjänsten görs tillgänglig för konsumenten eller för den fysiska eller virtuella funktion som konsumenten har valt för ändamålet.

3.2.5. *Betalningssätt*

Exempel på **sätt för betalning** som bör vara särskilt tydligt förklarade för konsumenten är följande:

— *Betalning genom konsumentens telefonräkning.*

— *I prenumerationsavtal, till exempel för videospel på internet, det sätt som innebär att näringsidkaren använder de uppgifter om betalningssättet (till exempel kreditkortsuppgifter) som tillhandahölls av konsumenten i samband med den inledande prenumerationen också för fakturering av senare inköp utan att konsumenten behöver föra in dessa uppgifter igen.*

Betalningarna omfattas av Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2366 om betaltjänster ⁽⁸⁶⁾ (se även avsnitt 8 gällande artikel 19 om avgifter beträffande användningen av betalningssätt). I artikel 64.1 i detta direktiv föreskrivs att "Medlemsstaterna ska sörja för att en betalningstransaktion ska betraktas som auktoriserad endast om betalaren har godkänt dess genomförande. Betalaren får auktorisera betalningstransaktionen före dess genomförande eller, om betalaren och betaltjänstleverantören har avtalat om detta, efter genomförandet".

Konsumenterna bör dessutom tydligt informeras, direkt och på ett framträdande sätt, om **betalningsvillkoren** för dessa kompletterande inköp innan de anmäler sig för den huvudsakliga digitala produkt som de erbjuds.

Standardinställningen för betalningarna bör inte tillåta att de kompletterande inköpen sker utan konsumentens uttryckliga samtycke (till exempel via ett lösenord eller något annat lämpligt sätt). När det gäller köp i appar, när systemet har tidsintervaller för autentiseringens giltighet (till exempel ett intervall på 15 minuter), bör näringsidkarna inte automatiskt tillämpa standardinställningar, utan snarare begära konsumentens uttryckliga samtycke också med avseende på hur lång tid som gäller för giltigheten ⁽⁸⁷⁾.

3.2.6. *Garantier och service efter försäljningen*

Artikel 5.1

e) Förutom uppgiften om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varorna, i förekommande fall den service efter försäljningen och de kommersiella garantier som gäller samt villkoren för dessa.

Artikel 6.1

l) En påminnelse om att det finns en rättslig garanti om avtalsenlighet för varorna.

m) Om tillämpligt, den kundassistans och produktservice som gäller efter försäljningen och de garantier som gäller och villkoren för dessa.

⁽⁸⁶⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/2366 av den 25 november 2015 om betaltjänster på den inre marknaden, om ändring av direktiven 2002/65/EG, 2009/110/EG och 2013/36/EU samt förordning (EU) nr 1093/2010 och om upphävande av direktiv 2007/64/EG (EUT L 337, 23.12.2015, s. 35).

⁽⁸⁷⁾ Se IP/14/187 av den 27 februari 2014 och den gemensamma ståndpunkten från de nationella konsumentorganisationerna om konsumentskydd när det gäller köp i appar för onlinespel, som finns på https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/sv/IP_14_187 och https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/common-position_of_national_authorities_within_cpc_2013_en_0.pdf.

Även om de presenteras något annorlunda omfattas avtal i fasta affärslokaler samt avtal utanför fasta affärslokaler och distansavtal av praktiskt taget identiska krav avseende information om **rättsliga garantier och eventuell service efter försäljning**.

De materiella reglerna för den **rättsliga garantin** fastställs i artikel 10 i direktivet om försäljning av varor (nedan kallat *varuförsäljningsdirektivet*) och i artikel 11 i direktivet om digitalt innehåll. I dessa regler föreskrivs följande:

- När det gäller **varor**, säljarens ansvar för bristande avtalsenlighet (defekt) som förelåg vid tidpunkten för tillhandahållandet och framkom inom två år från tillhandahållandet (eller en längre ansvarsperiod efter vad som är tillämpligt enligt relevant nationell rätt).
- När det gäller **digitalt innehåll eller digitala tjänster**, säljarens ansvar för bristande avtalsenlighet som förelåg vid tidpunkten för tillhandahållandet och framkom inom två år från tillhandahållandet (eller en längre ansvarsperiod efter vad som är tillämpligt enligt relevant nationell rätt) när de tillhandahålls genom ett enskilt tillhandahållande, eller inom den avtalsenliga tillhandahållandeperioden i fall med digitalt innehåll eller digitala tjänster som tillhandahålls kontinuerligt.

I artikel 6.1 i konsumenträttighetsdirektivet används begreppet "påminnelse om att det finns" en rättslig garanti, och det är därför inte nödvändigt att lämna detaljerad information om den. För att uppfylla informationskraven måste näringsidkaren som minst informera konsumenterna om att det finns en rättslig garanti och ange hur länge den varar.

I princip harmoniseras reglerna fullständigt i varuförsäljningsdirektivet och direktivet om digitalt innehåll, inom deras tillämpningsområde. Det är bara på vissa punkter som medlemsstaterna kan föreskriva ett starkare konsumentskydd, i synnerhet längre ansvarsperioder ⁽⁸⁸⁾.

Näringsidkare, i synnerhet e-handelsföretag med gränsöverskridande verksamhet, kan med sina erbjudanden rikta in sig på marknaderna i flera medlemsstater utan att anpassa informationen för respektive marknad. För att få med de potentiellt olika nationella rättsliga kraven i beräkningen bör dessa näringsidkare också uppmärksamma att det eventuellt kan finnas strängare regler i olika medlemsstater som de riktar sig till. Närmare bestämt bör de hänvisa till att **två år är den kortaste tiden för den rättsliga garantin och att det i konsumentens hemland kan finnas starkare konsumenträttigheter enligt nationell rätt**.

Utöver påminnelsen om den rättsliga garantin måste näringsidkaren som tillhandahåller varorna eller tjänsterna också lämna information om eventuella **förmåner efter försäljningen** som lämnas frivilligt av leverantören av varorna eller tjänsterna eller av andra berörda näringsidkare, såsom tillverkaren av varorna.

Information om förekomsten av och villkoren för **kundassistans och produktservice efter försäljningen och/eller garantier** får endast lämnas om sådana ytterligare förmåner faktiskt erbjuds.

Garanti definieras brett i artikel 2.14 i direktivet som en utfästelse att återbetala det betalade priset eller att byta ut, reparera eller utföra service på varor när de har bristande överensstämmelse eller inte uppfyller andra krav. Det finns inga definitioner för de andra formerna av förmåner. I praktiken skulle samma typ av förmån kunna marknadsföras under olika namn av olika näringsidkare.

Varuförsäljningsdirektivet gör garantin, som kan tillhandahållas av säljaren eller en annan part såsom tillverkaren, juridiskt bindande för den som utfärdar garantin. Trots detta är det genom avtalet som konsumentens rättigheter inom ramen för garantin fastställs, och rättigheterna varierar därför mellan näringsidkare eller till och med mellan olika varor som erbjuds av samma näringsidkare ⁽⁸⁹⁾. När tillverkaren i enlighet med artikel 17 i varuförsäljningsdirektivet utfärdar en **"garanti för hållbarhet"** för en viss tidsperiod, har konsumenten under en viss tid rätt till reparation och utbyte enligt vad som fastställs i varuförsäljningsdirektivet.

I informationen om dessa förmåner efter försäljning bör det framför allt förklaras var respektive service kommer att utföras och vem som står för transportkostnaden (i tillämpliga fall). Felaktig eller bedräglig information om förmåner efter försäljning kan räknas som vilseledande metoder i enlighet med direktivet om otillbörliga affärsmetoder. Direktivet om otillbörliga affärsmetoder gör det förbjudet att "framställa konsumenters lagliga rättigheter som utmärkande för näringsidkarens erbjudande" (se artikel 6.1 g och punkt 10 i bilaga I) ⁽⁹⁰⁾.

⁽⁸⁸⁾ Se till exempel artikel 11.2 andra stycket i direktivet om digitalt innehåll.

⁽⁸⁹⁾ Enligt artikel 17.1 i varuförsäljningsdirektivet ska en garanti vara bindande för garantigivaren enligt de villkor som fastställs i garantibeviset och den tillhörande reklam som var tillgänglig vid tidpunkten för eller före avtalets ingående.

⁽⁹⁰⁾ Frågan i hur hög grad näringsidkaren måste informera konsumenten om den garanti som tillhandahålls av en tredje part (tillverkaren) är just nu föremål för ett pågående mål, C-179/21, Victorinox.

3.2.7. Avtalets löptid och hävning av avtalet

Artiklarna 5.1 f och 6.1 o

Avtalets löptid, om tillämpligt, eller villkor för hävning av avtalet om löptiden är obegränsad eller avtalet förnyas automatiskt.

Artikel 6.1

p) Om tillämpligt, kortaste giltighetstid för konsumentens skyldigheter enligt avtalet.

Information om villkoren för att häva ett avtal som löper på obegränsad tid eller ett avtal som förlängs automatiskt (krävs för såväl avtal i fasta affärslokaler som avtal utanför fasta affärslokaler och distansavtal) bör särskilt innehålla uppgifter om följande:

- Tillämpliga avgifter.
- Hävningsförfaranden, i synnerhet uppsägningstiden och hur hävningen ska meddelas (till exempel e-postadress eller postadress).

Vid **distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler** krävs i artikel 6.1 p dessutom information om kortaste giltighetstid för konsumentens skyldigheter, dvs. den kortaste tidsperiod under vilken konsumenten förväntas betala på grundval av de villkor som erbjuds av näringsidkaren:

- *Exempelvis kan ett mobiltelefonavtal på 24 månader omfatta en kortaste giltighetstid på 6 månader som måste betalas i händelse av att avtalet hävs i förtid ⁽⁹¹⁾.*

En sådan kortaste giltighetstid under vilken avtalet inte får hävas bör också betraktas som ett av de **viktigaste villkoren för att häva ett avtal** som löper på obegränsad tid eller ett avtal som förlängs automatiskt i den mening som avses i artikel 5.1 f. Därför bör information om kortaste giltighetstid ges även för avtal med obegränsad löptid och avtal som förlängs automatiskt, som ingår i fasta affärslokaler och omfattas av artikel 5.1 f.

I direktivet fastställs endast informationskrav för hävning och förlängning av avtal. Bedömningen av de respektive avtalsparagrafernas skälighet omfattas av direktivet om oskäliga villkor i konsumentavtal 93/13/EEG ⁽⁹²⁾. Särskilda regler om avtals löptid, förlängning och uppsägning/hävning kan föreskrivas i den specifika EU-lagstiftningen för den relevanta sektorn ⁽⁹³⁾.

3.2.8. Funktion, kompatibilitet och driftskompatibilitet

I enlighet med de ändringar som infördes genom direktiv (EU) 2019/2161 måste näringsidkare som erbjuder varor med digitala delar ("smarta" enheter), digitalt innehåll och digitala tjänster även informera konsumenten om deras **funktion, kompatibilitet och driftskompatibilitet**. De respektive kraven fastställs i identiska ordalag i artikel 6.1 r och s för avtal utanför fasta affärslokaler och distansavtal, och i artikel 5.1 g och h för avtal i fasta affärslokaler.

Artiklarna 5.1 g och 6.1 r

Om tillämpligt, funktionaliteten hos, inklusive användning av tekniska skyddsåtgärder för, varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster.

Artiklarna 5.1 h och 6.1 s

Om tillämpligt, relevant kompatibilitet och driftskompatibilitet mellan varor med digitala delar, digitalt innehåll och digitala tjänster enligt vad näringsidkaren känner till eller rimligen kan förväntas ha känt till.

Begreppen funktion, kompatibilitet och driftskompatibilitet definieras i artikel 2 i direktivet om digitalt innehåll.

⁽⁹¹⁾ Se artiklarna 105.1 och 107 i den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation.

⁽⁹²⁾ Se även kommissionens tillkännagivande Vägledning om tolkningen och tillämpningen av rådets direktiv 93/13/EEG om oskäliga villkor i konsumentavtal (EUT C 323, 27.9.2019, s. 4).

⁽⁹³⁾ Exempelvis i artiklarna 105 och 107 i direktiv (EU) 2018/1972 (den europeiska kodexen för elektronisk kommunikation) angående elektroniska kommunikationstjänster.

"Varor med digitala delar" (dvs. "smarta" enheter) är en underkategori i den uppdaterade definitionen av "varor" i varuförsäljningsdirektivet, som också tillämpas inom ramen för konsumenträttighetsdirektivet. I skäl 14 till varuförsäljningsdirektivet förklaras att "varor med digitala delar" är integrerade eller sammankopplade med digitalt innehåll eller digitala tjänster på ett sådant sätt att frånvaron av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten gör att varorna inte fungerar. Digitalt innehåll som är integrerat i eller sammankopplat med en vara kan vara alla typer av data som framställs och tillhandahålls i digital form, såsom operativsystem, applikationer och annan programvara. Digitalt innehåll kan vara förinstallerat vid tidpunkten för ingåendet av köpeavtalet eller kan, när det avtalet föreskriver detta, installeras vid ett senare tillfälle. Digitala tjänster som är sammankopplade med en vara kan omfatta tjänster som möjliggör skapande, behandling, eller lagring av data i digital form, eller åtkomst till denna, som t.ex. programvara som tjänst som erbjuds i en molnbaserad datormiljö, kontinuerligt tillhandahållande av trafikdata i ett navigationssystem eller kontinuerligt tillhandahållande av individuellt anpassade träningsplaner för smartklockor.

Näringsidkaren bör bedöma behovet av att ge information om funktionerna hos varorna med digitala delar, det digitala innehållet eller den digitala tjänsten utifrån respektive egenskaper. Följande vägledande och icke-uttömmande förteckning över delar, som även omfattar **funktions-, kompatibilitets- och driftskompatibilitetsaspekter**, kan användas som en checklista när man beslutar vilken information som ska lämnas om en viss vara med digitala delar, om digitalt innehåll eller en digital tjänst (se även avsnitt 3.2.1 angående information om huvudsakliga egenskaper).

- 1) Språket eller språken i gränssnittet till varorna med digitala delar, det digitala innehållet eller den digitala tjänsten, samt språket eller språken i bruksanvisningarna, om det inte är samma.
- 2) Metoden för att tillhandahålla det digitala innehållet eller tjänsten: till exempel direktuppspelning, online, enstaka nedladdning, åtkomst till nedladdning under en viss tid.
- 3) För video- eller audiofiler: innehållets uppspelningslängd.
- 4) För nedladdningsbara filer: filtyp och filstorlek.
- 5) Om det finns ett åtagande eller ej från näringsidkarens sida eller en tredje part om att bibehålla eller uppdatera varorna med digitala element, digitalt innehåll eller digitala tjänster.
- 6) Villkor som inte är direkt kopplade till driftskompatibilitet, såsom
 - a) spårning och/eller anpassning,
 - b) behovet av en internetanslutning och tekniska krav i förbindelse med denna (till exempel en minsta nedladdnings- och uppladdningshastighet),
 - c) behovet för andra användare att ha särskild programvara installerad (till exempel gällande kommunikationsprogramvara).
- 7) Begränsningar av användningen, såsom
 - a) begränsningar beträffande antalet gånger eller den tid inom vilken man kan titta på, läsa eller använda ett digitalt innehåll eller en digital tjänst,
 - b) begränsningar för återanvändning till exempel för privata kopior,
 - c) begränsningar på grundval av den plats där konsumentens enhet finns,
 - d) eventuella funktioner som är beroende av kompletterande inköp, såsom betalning, klubbmedlemskap eller kompletterande maskin- eller programvara.
- 8) Enheter som det digitala innehållet eller den digitala tjänsten kan användas med och, om tillämpligt, det nödvändiga operativsystemet och kompletterande programvaran, även versionsnummer, och maskinvaran, exempelvis processorhastighet och grafikkortskapacitet.
- 9) Alla särskilda uppgifter om funktioner för "sakernas internet" hos varor med digitala delar.

3.3. Ytterligare krav för distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler

3.3.1. Personanpassat pris

Artikel 6.1

ea) Om tillämpligt, att priset har personanpassats på grundval av automatiserat beslutsfattande.

Detta informationskrav som infördes genom direktiv (EU) 2019/2161 tillämpas på distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler. I praktiken blir det endast relevant för avtal ingångna online som gör det möjligt att använda automatiserat beslutsfattande och profilering av konsumentbeteende för att personanpassa priset för vissa konsumenter eller vissa kategorier av konsumenter.

När sådan teknik används för att personanpassa priset, bör konsumenterna informeras tydligt och väl synligt, så att de kan ta hänsyn till de potentiella riskerna i sitt inköpsbeslut.

Som förklaras i skäl 45 till direktiv (EU) 2019/2161: "Detta informationskrav bör inte vara tillämpligt på tekniker såsom s. k. dynamisk prissättning eller prissättning i realtid som innebär att priset förändras på ett mycket flexibelt och snabbt sätt som svar på marknads efterfrågan när dessa tekniker inte omfattar personanpassning på grundval av automatiserat beslutsfattande."

Dynamisk prissättning syftar på prisförändringar på grund av variabler som inte har med kunden att göra, såsom tid på dygnet, varutillgång och konkurrenternas priser. När dynamisk prissättning används utan personanpassning av priser, bör olika konsumenter eller grupper av konsumenter se samma pris om de handlar samma produkt vid samma tillfälle, oavsett vad de har för profil och individuella egenskaper.

Prisskillnader på grund av variationer i skatter eller tillämpliga avgifter (t.ex. skillnader i moms satser mellan medlemsstaterna) utgör inte heller personanpassad prissättning. På samma sätt hör inte heller prisminskningar som tillämpas allmänt och inte är inriktade på en viss enskild person eller grupp utvald genom automatisk profilering till kategorin personanpassad prissättning.

Personanpassad prissättning handlar om specialanpassning. Näringsidkare samlar in uppgifter om enskilda konsumenter med hjälp av automatiserat beslutsfattande för att profilera konsumenternas beteende. Uppgifter om sökhistoriken eller datorenheten är några delar som skulle kunna användas för att avgöra konsumentens profil.

Exempelvis kan en näringsidkare online som en form av dynamisk prissättning höja priset när den lägger märke till ökad trafik på webbplatsen. Emellertid kan även konsumentens "klickfrekvens" på en viss webbplats användas av algoritmen för att profilera den konsumentens beteende och personanpassa priset för den konsumenten.

Kravet i konsumenträttighetsdirektivet är begränsat till information om själva omständigheten med personanpassning. Detta är ett ytterligare informationskrav som bör vara efterlevt vid det tillfälle då ett personanpassat pris erbjuds. Det "påverkar inte tillämpningen av förordning (EU) 2016/679, som bland annat föreskriver att enskilda har rätt att inte bli föremål för automatiserat beslutsfattande, inklusive profilering" (skäl 45 till direktiv (EU) 2019/2161). Personanpassad prissättning kan omfattas av de särskilda reglerna för automatiserat beslutsfattande i artikel 22 i den allmänna dataskyddsförordningen⁽⁹⁴⁾. Andra krav från den allmänna dataskyddsförordningen som är relevanta i detta sammanhang är bland annat kravet på rättslig grund enligt artikel 6, samt informationskraven enligt artiklarna 12–14.

Att tillhandahålla information om automatiserat beslutsfattande i näringsidkarens integritetspolicy är inte tillräckligt för att efterleva kraven på förhandsinformation innan avtalet ingås, sett till personanpassning av priser, i enlighet med konsumenträttighetsdirektivet. Information om personanpassningen av priser bör ges före varje transaktion, inte bara som en del av den allmänna informationen om näringsidkarens behandling av personuppgifter.

3.3.2. Kostnaden för att använda medel för distanskommunikation

Artikel 6.1

f) Kostnaden för att använda medel för distanskommunikation för ingåendet av avtalet, när kostnaden inte är beräknad efter normaltaxa.

⁽⁹⁴⁾ För vidare vägledning se Artikel 29-arbetsgruppen för uppgiftsskydd: Riktlinjer om automatiserat individuellt beslutsfattande och profilering enligt förordning (EU) 2016/679.

Detta informationskrav skulle särskilt gälla i de fall då näringsidkaren marknadsför ett betalnummer som konsumenten måste ringa för att sluta avtalet för de varor eller tjänster som erbjuds.

3.3.3. Handpenning och ekonomiska garantier

Artikel 6.1

q) Om tillämpligt, den handpenning eller andra ekonomiska garantier som konsumenten ska betala eller lämna på begäran av näringsidkaren och villkoren i samband med detta.

Handpenning och ekonomiska garantier är typiska för hyresavtal som innebär att ett föremål av värde ställs till konsumentens förfogande, till exempel biluthyrning. Såsom förklaras i skäl 33: "Näringsidkaren bör vara skyldig att i förväg informera konsumenterna om eventuella arrangemang som medför att konsumenterna måste betala en handpenning till näringsidkaren, inklusive sådana arrangemang som innebär att ett belopp blockeras på konsumentens kredit- eller bankkort."

— Exempelvis bör information om villkoren för garantin särskilt förklara huruvida beloppet i fråga kommer att blockeras eller debiteras från konsumentens konto och när och under vilka villkor det kommer att frigöras eller betalas tillbaka till konsumenten.

3.3.4. Förfaranden för prövning utanför domstol

Artikel 6.1

t) Om tillämpligt, möjligheten att anlita ett förfarande för klagomål och prövning utanför domstol, vilket näringsidkaren omfattas av, och villkoren för detta.

Detta informationskrav syftar på varje mekanism för klagomål och prövning utanför domstol som näringsidkaren är underställd, däribland mekanismer som omfattas av Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/11/EU⁽⁹⁵⁾ om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister (direktivet om alternativ tvistlösning).

Genom direktivet om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister säkerställs att EU-invånarna har tillgång till mekanismer för tvistlösning utanför domstol så att de kan lösa sina tvister med näringsidkare som är etablerade i EU. Där föreskrivs särskilda kvalitetskrav för organen och förfarandena för alternativ tvistlösning. Endast alternativa tvistlösningsorgan som av medlemsstaterna har bedömts mot dessa krav och har meddelats till kommissionen är erkända som "alternativa tvistlösningsorgan" enligt direktivet om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister.

Direktivet i fråga är tillämpligt på inhemska och gränsöverskridande tvister om avtalsförpliktelser som härrör från köpeavtal eller tjänsteavtal, oavsett vilken produkt eller tjänst som konsumenten köpte (det är bara tvister om hälso- och sjukvårdstjänster och högre utbildning som är undantagna⁽⁹⁶⁾), om produkten eller tjänsten köptes på eller utanför internet eller om näringsidkaren är etablerad i konsumentens medlemsstat eller i en annan medlemsstat.

När den mekanism utanför domstol som näringsidkaren informerar konsumenten om enligt artikel 6.1 t i konsumenträttighetsdirektivet är ett "alternativ tvistlösningsorgan" så som det definieras i artikel 4.1 h i direktivet om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister, måste näringsidkaren också uppfylla de krav som fastställs i artikel 13 i det direktivet. Enligt denna måste näringsidkaren informera om det eller de alternativa tvistlösningsorgan som de omfattas av när dessa näringsidkare åtar sig eller är skyldiga att använda alternativa tvistlösningsorgan för att lösa tvister med konsumenter. Denna information måste innefatta adresserna till de relevanta alternativa tvistlösningsorganens webbplatser. Enligt artikel 13.2 i direktivet om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister ska informationen tillhandahållas på ett tydligt, begripligt och lättillgängligt sätt på näringsidkarens webbplats, om en sådan finns, och i förekommande fall i de allmänna villkoren för köpe- eller tjänsteavtal mellan näringsidkaren och en konsument.

⁽⁹⁵⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2013/11/EU av den 21 maj 2013 om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister och om ändring av förordning (EG) nr 2006/2004 och direktiv 2009/22/EG (direktivet om alternativ tvistlösning) (EUT L 165, 18.6.2013, s. 63).

⁽⁹⁶⁾ Se undantag från tillämpningsområdet i artikel 2.2 i direktivet om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister.

Domstolen har här förklarat att det, mot bakgrund av artikel 13.2 i direktivet om alternativ tvistlösning vid konsumenttvister och artikel 6.1 i konsumenträttighetsdirektivet, inte räcker att konsumenten erhåller informationen om alternativ tvistlösning som avses i dessa bestämmelser först när avtalet ingås med näringsidkaren, oavsett om det sker inom ramen för de allmänna villkoren i avtalet eller i ett dokument som är skilt från de allmänna villkoren. I stället måste konsumenten motta den informationen i god tid innan avtalet ingås och inte enbart i samband med att avtalet ingås ⁽⁹⁷⁾.

I artikel 14.1 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 524/2013 om tvistlösning online vid konsumenttvister (förordningen om tvistlösning online vid konsumenttvister) ⁽⁹⁸⁾ krävs att näringsidkare som är etablerade inom unionen och som ingår köpeavtal eller tjänsteavtal online, och marknadsplatser online som är etablerade inom unionen, på sina webbplatser ska tillhandahålla en elektronisk länk till plattformen för tvistlösning online ⁽⁹⁹⁾.

3.4. Ytterligare krav för marknadsplatser online

Direktiv (EU) 2019/2161 ändrar både konsumenträttighetsdirektivet och direktivet om otillbörliga affärsmetoder genom att det där införs informationsskyldigheter för "**marknadsplatser online**". Marknadsplatser online definieras i artikel 2.17 i konsumenträttighetsdirektivet ⁽¹⁰⁰⁾.

Artikel 2

17. *marknadsplats online: en tjänst som använder programvara, inbegripet en webbplats, en del av en webbplats eller en applikation, som administreras av en näringsidkare eller för dennas räkning, som gör det möjligt för konsumenter att ingå distansavtal med andra näringsidkare eller konsumenter.*

Genom direktiv 2019/2161 har det också lagts till i en ny artikel 6a, "Ytterligare särskilda informationskonsumenträttighetsdirektivet krav för avtal som ingås på marknadsplatser online".

Artikel 6a inleds med en allmän klausul där det fastställs krav beträffande tillgängligheten för den information som ska tillhandahållas av marknadsplatsen online – dessa formella krav motsvarar de befintliga kraven i artiklarna 6.1 och 8.1 för alla distansavtal:

Artikel 6a

1. *Innan en konsument blir bunden av ett distansavtal eller ett motsvarande erbjudande på en marknadsplats online ska leverantören av marknadsplatsen online, utan att det påverkar tillämpningen av direktiv 2005/29/EG, klart och tydligt, och på ett sätt som är lämpligt för medlet för distanskommunikation, ge konsumenten information om följande:*

De särskilda informationsskyldigheterna anges i artikel 6a.1. I led a krävs öppenhet om de parametrar som bestämmer rankningen, medan skyldigheterna i led b, c och d är krav på information om den andra avtalspartens status, konsumenträttigheternas tillämplighet och vem som har ansvar för att fullgöra avtalet.

3.4.1. Kriterier för rankning

Artikel 6a.1

- a) *Allmän information, som tillhandahålls i ett särskilt avsnitt av onlinegränssnittet och är direkt och enkelt tillgänglig från den sida där sökresultaten presenteras, om de huvudparametrar som bestämmer rankningen, enligt definitionen i artikel 2.1 m i direktiv 2005/29/EG, av erbjudanden som presenteras för konsumenten till följd av sökningen och dessa parametrars relativa betydelse jämfört med andra parametrar.*

⁽⁹⁷⁾ C-380/19 Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, ECLI:EU:C:2020:498, punkterna 34–35.

⁽⁹⁸⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 524/2013 av den 21 maj 2013 om tvistlösning online vid konsumenttvister och om ändring av förordning (EG) nr 2006/2004 och direktiv 2009/22/EG (förordningen om tvistlösning online vid konsumenttvister) (EUT L 165, 18.6.2013, s. 1).

⁽⁹⁹⁾ <https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=EN>

⁽¹⁰⁰⁾ I kommissionens förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om öppna och rättvisa marknader inom den digitala sektorn, COM(2020) 842 final av den 15 december 2020, 2020/0374(COD) (rättsakten om digitala marknader), föreskrivs ytterligare skyldigheter för vissa marknadsplatser som drivs av så kallade grindvakter.

Genom direktiv (EU) 2019/2161 tillades en liknande informationsskyldighet även i direktivet om otillbörliga affärsmetoder, som en ny punkt 4a i artikel 7 om vilseledande underlåtenhet. Där tillades också en ny punkt 11a i bilaga I med den "svarta listan" till samma direktiv, med ett förbud mot dold annonsering och betald reklam i sökresultat.

Skyldigheten i konsumenträttighetsdirektivet tillämpas på marknadsplatser online som gör det möjligt att direkt ingå konsumentavtal med tredje parter (både avtal mellan näringsidkare och konsument och avtal mellan enbart konsumenter). Däremot gäller den inte för prisjämförelseverktyg och sökmotorer online, när de inte fungerar som marknadsplatser online – det är endast kraven i direktivet om otillbörliga affärsmetoder som dessa mellanhänder lyder under.

Rankning definieras i artikel 2 m i direktivet om otillbörliga affärsmetoder som "den relativa position som tilldelas näringsidkarnas produkter såsom de presenteras, organiseras eller vidarebefordras av näringsidkaren, oberoende av vilka tekniska medel som används för sådan presentation, organisation eller vidarebefordran". Samma definition gäller även inom ramen för konsumenträttighetsdirektivet.

I skäl 19 till direktiv (EU) 2019/2161 förklaras det vidare som "... inklusive till följd av användningen av algoritmisk sekvensering, system för betyg och omdömen, visuella markeringar eller andra framhåvningsverktyg eller kombinationer av sådana".

Skyldigheten att informera om parametrarna för rankning uppkommer när marknadsplatsen, efter en sökförfrågan från en konsument, tillhandahåller sökresultat som hänvisar till produkter som erbjuds av olika näringsidkare eller konsumenter som finns på marknadsplatsen. Däremot **gäller den inte för den standardmässiga organisation av onlinegränssnittet som visas för konsumenten och som inte är resultatet av en särskild sökförfrågan på det onlinegränssnittet.**

När det gäller innehållet i informationen måste marknadsplatsen tillhandahålla "allmän" information om de huvudparametrar som bestämmer rankningen av produkter och om dessa parametrars "relativa betydelse" jämfört med andra parametrar.

Skäl 22 i direktiv (EU) 2019/2161 säger att "Parametrar som bestämmer rankningen avser alla allmänna kriterier, processer, specifika signaler som införlivats med algoritmer eller andra anpassnings- eller nedprioriteringsmekanismer som används i samband med rankningen".

Information om rankning påverkar inte Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/943⁽¹⁰¹⁾ om affärshemligheter. Som förklaras i artikel 5 i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150⁽¹⁰²⁾, där det finns en parallell skyldighet för alla onlinebaserade plattformar och sökmotorer att ha transparens i rankningar/rangordningar, innebär detta att övervägande av de relevanta leverantörernas kommersiella intressen aldrig bör leda till någon vägran att redovisa huvudparametrarna för rankningen. Samtidigt krävs det varken i direktiv (EU) 2016/943 eller i förordningen om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster att det offentliggörs i detalj hur de relevanta leverantörernas rankingsmekanismer fungerar, inklusive deras algoritmer⁽¹⁰³⁾. Samma angreppssätt gäller för informationskravet enligt konsumenträttighetsdirektivet.

Beskrivningen av standardparametrarna för rankning kan hållas på en allmän nivå och behöver inte presenteras på något anpassat sätt för varje enskild sökning⁽¹⁰⁴⁾. Utöver de allmänna kraven angående dess tillgänglighet måste informationen om rankingsparametrar göras tillgänglig i ett särskilt avsnitt i onlinegränssnittet som är direkt och enkelt tillgängligt från den sida där erbjudandena presenteras⁽¹⁰⁵⁾.

Informationsskyldigheten gäller även när en näringsidkare möjliggör sökningar i ett onlinegränssnitt genom **röstkommandon** (via **"digitala assistenter"**) i stället för genom att skriva. Även i detta fall måste informationen göras tillgänglig att söka i på näringsidkarens webbplats/applikation i "ett särskilt avsnitt av onlinegränssnittet".

I reglerna för transparens i rankning gentemot konsumenter (i konsumenträttighetsdirektivet och direktivet om otillbörliga affärsmetoder) definieras "rankning" eller "rangordning" i väsentligen liknande termer som i förordningen om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster. I denna förordning krävs att plattformarna informerar sina företagsanvändare genom information i plattformens villkor för förbindelser mellan företag, eller att de gör information tillgänglig i skedet innan avtal ingås.

⁽¹⁰¹⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2016/943 av den 8 juni 2016 om skydd mot att icke röjd know-how och företagsinformation (företagshemligheter) olagligen anskaffas, utnyttjas och röjs (EUT L 157, 15.6.2016, s. 1).

⁽¹⁰²⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 av den 20 juni 2019 om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster (EUT L 186, 11.7.2019, s. 57).

⁽¹⁰³⁾ Se skäl 23 i direktiv (EU) 2019/2161 och skäl 27 i förordningen om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster.

⁽¹⁰⁴⁾ Se skäl 23 till direktiv (EU) 2019/2161.

⁽¹⁰⁵⁾ Se artikel 7.4a i direktivet om otillbörliga affärsmetoder.

Även om de respektive informationskraven är likartade, har de olika "målgrupp". Av den anledningen krävs i konsumenträttighetsdirektivet (och i direktivet om otillbörliga affärsmetoder) endast "allmän" information om huvudparametrarna för rankning och deras relativa betydelse. Denna skillnad från nämnda förordning återspeglar informationsbehovet hos **konsumenter som behöver kortfattad information som är lätt att förstå**. Av samma anledning krävs det inte heller i reglerna i konsumenträttighetsdirektivet (och direktivet om otillbörliga affärsmetoder) någon förklaring av "skälen" till huvudrankningsparametrarnas relativa betydelse, som det gör i förordningen.

I praktiken kan leverantörerna av onlinebaserade förmedlingstjänster använda den mer detaljerade information som de lämnar till sina företagsanvändare enligt förordningen som grund för att utforma en konsumentinriktad förklaring av rankningsparametrarna. Kommissionen har utfärdat riktlinjer om transparens vid rangordning enligt förordningen om främjande av rättvisa villkor och transparens för företagsanvändare av onlinebaserade förmedlingstjänster⁽¹⁰⁶⁾. I dessa riktlinjer behandlas åtskilliga frågor som är indirekt relevanta vid tillämpningen av reglerna i konsumenträttighetsdirektivet och direktivet om otillbörliga affärsmetoder beträffande transparens vid rankning/rangordning, såsom begreppen "huvudparametrar", "relativ position" och "direkt och indirekt ersättning".

3.4.2. Den andra avtalspartens status

Artikel 6a.1

b) Huruvida den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet är näringsidkare eller inte, på grundval av den tredje partens förklaring till leverantören av marknadsplatsen online.

Ett liknande krav angående tredjepartsleverantörens status fastställs i det nya led f i artikel 7.4 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder, som handlar om köperbudandets.

Syftet med detta informationskrav specifikt för marknadsplatser online är att säkerställa att konsumenterna alltid vet vem de köper en vara eller tjänst av på marknadsplatsen online: en näringsidkare eller en annan konsument. Ett felaktigt antagande att tredjepartsleverantören är en näringsidkare kan leda till problem för konsumenten om något går fel med onlineköpet (t.ex. om varorna har bristande avtalsenlighet/överensstämmelse) och om det sedan visar sig att konsumentskyddsreglerna, såsom ångerrätten på 14 dagar eller den rättsliga garantin, i själva verket inte gäller för avtalet.

I båda bestämmelserna i konsumenträttighetsdirektivet och direktivet om otillbörliga affärsmetoder anges att informationen om tredjepartsleverantörens status bör bygga på en förklaring från den leverantören, som marknadsplatsen online sedan överför till konsumenten. Därför kan marknadsplatsen online huvudsakligen förlita sig på förklaringen som tredjepartsleverantören lämnar. Detta angreppssätt ligger i linje med det förbud som finns i e-handelsdirektivet⁽¹⁰⁷⁾ mot att ålägga onlinebaserade förmedlingstjänster allmän övervakningsskyldighet, i den mån som de relevanta bestämmelserna i e-handelsdirektivet gäller för marknadsplatsen online. Samtidigt påverkar det inte marknadsplatsens skyldigheter beträffande olagligt innehåll, såsom att handla på grundval av ett meddelande som underrättar plattformen om särskilda bedrägliga erbjudanden från näringsidkare⁽¹⁰⁸⁾.

Det bör betonas att artikel 6a.1 b utgör ett informationskrav för att ge klarhet åt konsumenter som handlar på marknadsplatser online. Självförklaringen är en bra indikator för leverantörens rättsliga status, men den ersätter inte den definition av en "näringsidkare" som fortfarande ska tillämpas i enlighet med de angivna kriterierna. Här bör man anknyta till punkt 22 i den "svarta listan" i bilaga I till förordningen om otillbörliga affärsmetoder, där näringsidkare förbjuds att låtsas att de inte är näringsidkare. Detta förbud gäller för varje felaktig eller oriktig försäkran om att vara icke-näringsidkare i enlighet med denna nya informationsregel.

3.4.3. Information om att EU:s konsumenträtt inte är tillämplig

Artikel 6a.1 c syftar till att stimulera näringsidkare att förklara sin status korrekt. Där krävs att leverantören av marknadsplatsen online varnar konsumenter för att de inte kan utnyttja några konsumenträttigheter när tredjepartsleverantören har förklarat sin status som icke-näringsidkare.

⁽¹⁰⁶⁾ Kommissionens tillkännagivande om riktlinjer för rangordning av transparens i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2019/1150 (EUT C 424, 8.12.2020, s. 1).

⁽¹⁰⁷⁾ Samma regel finns i kommissionens förslag till rättsakt om digitala tjänster, se https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_sv.

⁽¹⁰⁸⁾ Se artikel 14.2 i e-handelsdirektivet.

Artikel 6a.1

c) När den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet inte är en näringsidkare, att konsumenträttigheterna enligt unionens konsumentskyddslagstiftning inte är tillämpliga på avtalet.

Information om att EU:s konsumenträttigheter inte gäller för avtalet måste, på ett så kortfattat och väl synligt sätt som möjligt, åtfölja informationen om att tredjepartsleverantören har förklarat sin status som icke-näringsidkare. Huvudsyftet med detta meddelande är att varna konsumenterna för att de inte kan räkna med det rättsliga skydd som de normalt skulle förvänta sig, såsom ångerrätt eller rättslig garanti, så att de ingår avtalet med full kännedom om dessa begränsningar.

3.4.4. Fördelning av ansvar för avtalet

Artikel 6a.1

d) I tillämpliga fall, hur skyldigheterna enligt avtalet är uppdelade mellan den tredje part som erbjuder varorna, tjänsterna eller det digitala innehållet och leverantören av marknadsplatsen online; denna information påverkar inte det ansvar som leverantören av marknadsplatsen online eller tredjepartsnäringsidkaren har när det gäller avtalet enligt annan unionsrätt eller nationell rätt.

Konsumenter som använder en marknadsplats online ingår avtal antingen med leverantören av marknadsplatsen eller med tredjepartsleverantören för tillhandahållande av de specifika produkter som erbjuds på marknadsplatsen. Dessutom har konsumenten också ett (ram)avtal med leverantören av marknadsplatsen online, och den senare har avtal med leverantörerna på marknadsplatsen. Dessa avtal reglerar användarvillkoren för marknadsplatsens tjänster för användarna, inbegripet de tjänster som marknadsplatsen erbjuder konsumenten angående deras avtal med leverantörerna för specifika produkter.

Artikel 6a.1 d har som syfte att säkerställa att konsumenterna får klarhet i "hur skyldigheterna enligt avtalet är uppdelade mellan" tredjepartsleverantören och leverantören av marknadsplatsen när avtal ingås med tredjepartsleverantörer på marknadsplatsen. Det krävs i artikeln att marknadsplatsen påminner konsumenten om allt ansvar som marknadsplatsen kan ha tagit på sig beträffande sådana avtal gentemot konsumenten.

Denna information om ansvarsuppdelningen mellan leverantören av marknadsplatsen online och tredjepartsleverantören måste tillhandahållas "i tillämpliga fall". Närmare bestämt gäller detta krav endast när det finns uppdelade ansvarsområden gentemot konsumenterna mellan marknadsplatsen online och tredjepartsleverantören. Marknadsplatsen online skulle till exempel kunna ta på sig ansvaret för leveransen av varorna, medan tredjepartsleverantören är fortsatt ansvarig för att de överensstämmer med avtalet.

Det regleras inte i konsumenträttighetsdirektivet hur ansvarsområdena ska delas upp mellan parterna. Det är upp till marknadsplatsen online och tredjepartsnäringsidkaren att komma överens om sina respektive ansvarsområden för de avtal som ingås på marknadsplatsen, underställt gällande nationell rätt, och marknadsplatsen måste informera konsumenterna därefter.

Skäl 27 till direktiv (EU) 2019/2161 illustrerar hur marknadsplatsen online skulle kunna genomföra denna nya informationsskyldighet: "Leverantören av marknadsplatsen online kan ange att en tredjepartsnäringsidkare ensam ansvarar för att säkerställa konsumenträttigheterna eller beskriva sitt egna specifika ansvar när den leverantören åtar sig ansvaret för vissa aspekter av avtalet, till exempel leverans eller utövande av ångerrätten." I skäl 27 nämns också att informationen bör tillhandahållas på ett tydligt och begripligt sätt och inte bara i standardvillkoren eller i liknande avtalshandlingar.

3.4.5. Möjlighet att ålägga ytterligare informationskrav

Enligt artikel 6a.2 får medlemsstaterna införa ytterligare informationskrav för marknadsplatser online, med beaktande av reglerna i e-handelsdirektivet 2000/31/EG.

Artikel 6a

2. Utan att det påverkar tillämpningen av direktiv 2000/31/EG hindrar denna artikel inte medlemsstaterna från att införa ytterligare informationskrav för leverantörer av marknadsplatser online. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet.

Detta lagstiftningsalternativ liknar följaktligen det mer allmänna alternativet i artikel 6.8, där medlemsstaterna tillåts att införa ytterligare informationskrav (vilket behandlas i avsnitt 3.1.5).

4. Särskilda krav för distansavtal

4.1. Definition av ett distansavtal

I artikel 2 definieras distansavtal på följande sätt: "7. distansavtal: varje köpe- eller tjänsteavtal som ingås mellan näringsidkaren och konsumenten med stöd av ett organiserat system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans, utan att näringsidkaren och konsumenten samtidigt är fysiskt närvarande, enbart med utnyttjande av ett eller flera medel för distanskommunikation fram till och inbegripet den tidpunkt då avtalet ingås."

I skäl 20 ges fler förklaringar av detta begrepp, och även exempel på medel för distanskommunikation: "Definitionen av distansavtal bör omfatta samtliga fall då avtal ingås mellan en näringsidkare och en konsument med stöd av ett organiserat system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans och enbart med utnyttjande av ett eller flera medel för distanskommunikation (t.ex. **postorder, internet, telefon eller fax**), fram till och inbegripet den tidpunkt då avtalet ingås. Den definitionen bör också omfatta situationer då konsumenten besöker affärslokalerna endast för att få upplysningar om varan eller tjänsten och de därpå följande förhandlingarna och ingående av avtalet sköts på distans. Däremot bör ett avtal som förhandlas fram i näringsidkarens affärslokaler och slutligen ingås genom distanskommunikation inte betraktas som ett distansavtal. Inte heller bör ett avtal som initieras genom distanskommunikation men slutligen ingås i näringsidkarens affärslokaler betraktas som ett distansavtal. Inte heller bör begreppet distansavtal omfatta bokningar som konsumenten gjort genom ett medel för distanskommunikation för att beställa tillhandahållande av en yrkesmässig tjänst, som när en konsument ringer för att boka tid hos frisören.

När parterna ingår ett distansavtal kan de även använda **en kombination av flera olika medel för distanskommunikation** (t.ex. webbplats, mobilapp eller telefonsamtal). Den omständigheten att parterna träffar varandra efter att ha ingått distansavtalet, normalt vid tidpunkten för leverans eller betalning, bör inte ändra på avtalets klassificering som distansavtal. Om konsumenten bara besöker affärslokalerna för att få upplysningar om varan eller tjänsten bör de avtal som han eller hon senare förhandlar fram och ingår med näringsidkaren på distans betraktas som ett distansavtal. Att bara avtala ett möte med näringsidkaren betraktas inte som ett distansavtal, men en bindande reservation som görs, till exempel, per telefon gällande varor som ska hämtas upp eller tjänster som ska tas emot vid en viss tidpunkt, utgör troligtvis ett distansavtal i den mening som avses i direktivet.

Direktivet gäller endast för avtal ingångna med stöd av **ett organiserat system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans**. Om till exempel en näringsidkare endast i undantagsfall ingår ett avtal med en konsument per e-post eller telefon, efter att ha kontaktats av konsumenten, bör ett sådant avtal inte betraktas som ett distansavtal enligt direktivet. Det är emellertid inte nödvändigt att näringsidkaren inrättar en komplicerad organisation, såsom onlinegränssnitt, för distansförsäljning. Även enklare arrangemang, såsom att främja användning av e-post eller telefon för att ingå avtal med konsumenter, medför att konsumenträttsdirektivets krav tillämpas.

Näringsidkaren kan använda en marknadsplats online för ingående av avtal som omfattas av direktivet. Såsom förklaras i skäl 20: "I begreppen organiserade system för distansförsäljning eller tillhandahållande av tjänster på distans bör ingå system som erbjuds av tredje man, annan än näringsidkaren, men används av näringsidkaren, såsom en webbplatsform. Det bör emellertid inte omfatta fall där webbplatserna endast ger information om näringsidkaren, hans varor och/eller tjänster samt kontaktppgifter."

Tillämpningen av konsumenträttighetsdirektivet är inte beroende av vilken teknik en näringsidkare använder. Det är irrelevant om en konsument ingår ett "normalt" distansavtal över internet eller använder blockkedjeteknik⁽¹⁰⁹⁾.

4.2. Förhandsinformation som ska ges innan avtalet ingås

4.2.1. Information som ska presenteras direkt innan beställningen görs

Artikel 8

2. Om ett distansavtal som ska ingås elektroniskt innebär en betalningsskyldighet för konsumenten ska näringsidkaren tydligt och väl synligt göra konsumenten uppmärksam på den information som ingår i artikel 6.1 a, e, o och p, innan konsumenten gör beställningen.

Artikel 8.2 syftar på information som måste tillhandahållas till konsumenterna direkt innan de ingår avtal elektroniskt.

"Elektroniskt" som metod definieras inte i direktivet, men mot bakgrund av den förklaring som ges i skäl 39 bör detta begrepp tolkas som att det syftar på **avtal som ingås genom webbplatser och andra onlinegränssnitt**: "Vad gäller distansavtal som ingås på webbplatser är det viktigt att säkerställa att konsumenten fullt ut kan läsa och förstå huvudinslagen i avtalet innan beställningen görs. Därför bör det föreskrivas i detta direktiv att dessa uppgifter ska visas omedelbart intill den bekräftelse som krävs för att beställning ska kunna göras." Med tanke på definitionen av "på elektronisk väg" i Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/1535⁽¹¹⁰⁾, kan dessutom artikel 8.2 även gälla för annan teknik, t.ex. digitalt innehåll som tillhandahålls via digitalboxar.

Artikel 8.2 i konsumenträttighetsdirektivet bör ses mot bakgrund av de nationella regler som införlivar bestämmelserna i direktivet om elektronisk handel, direktiv 2000/31/EG, om ingående av avtal, som gäller om avtalet faller inom ramen för definitionen av "informationssamhällets tjänster", det vill säga tjänster som vanligtvis utförs mot ersättning på distans, på elektronisk väg och på individuell begäran av en tjänstemottagare.

I artikel 8.9 i konsumenträttighetsdirektivet bekräftas uttryckligen att det inte påverkar bestämmelserna i artiklarna 9 och 11 i direktiv 2000/31/EG, enligt vilket näringsidkaren är skyldig att **göra det möjligt för konsumenten att kontrollera beställningar på elektronisk väg innan beställningen görs**.

Däriigenom skulle artikel 8.2 i konsumenträttighetsdirektivet i praktiken tillämpas när konsumenten uppmanas att kontrollera beställningen i enlighet med e-handelsdirektivet, dvs. att kontrollera innehållet i varukorgen innan denne klickar på "köp"⁽¹¹¹⁾.

⁽¹⁰⁹⁾ Denna princip gäller också för transaktioner där så kallade "smarta avtal" används. Begreppet "smart avtal" beskriver ett datorprogram eller ett transaktionsprotokoll som är avsett att automatiskt utföra, kontrollera eller dokumentera juridiskt relevanta händelser och åtgärder. Någon konsensus kring definitionen av "smarta avtal" har ännu inte nåtts. Enligt den rapport om den rättsliga ramen och regelverket för blockkedjor och smarta avtal som tagits fram av ConsenSys AG åt European Union Blockchain Observatory & Forum (EU:s observatorium och forum för blockkedjor) innebär begreppet i allmänhet datorkod som är lagrad i en blockkedja och som en eller flera parter kan komma åt (https://www.eublockchainforum.eu/sites/default/files/reports/report_legal_v1.0.pdf). Dessa program är ofta självutförande och använder sig av blockkedjeegenskaper som manipulationssäkerhet, decentraliserad bearbetning och liknande. När ett "smart avtal" är verksamt enligt villkoren i ett specifikt avtal som det utför, bör begreppet därför inte användas som synonym för avtalet självt.

⁽¹¹⁰⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2015/1535 av den 9 september 2015 om ett informationsförfarande beträffande tekniska föreskrifter och beträffande föreskrifter för informationssamhällets tjänster (EUT L 241, 17.9.2015, s. 1). Artikel 1 b ii: "**på elektronisk väg**: en tjänst som sänds vid utgångspunkten och tas emot vid slutpunkten med hjälp av utrustning för elektronisk behandling (inbegripet digital signalkomprimering) och lagring av uppgifter, och som i sin helhet sänds, befordras och tas emot genom tråd, radio, optiska medel eller andra elektromagnetiska medel."

⁽¹¹¹⁾ Vissa näringsidkare presenterar andra produkter som konsumenterna "kanske gillar" under slutskedet i beställningsprocessen, och det kan göra det svårt för konsumenterna att gå igenom sin beställning och förvissa sig om att allt stämmer. När presentationen kan förvirra konsumenten och förhindra att huvudinslagen i avtalet uppfattas korrekt innan beställningen görs, kan en sådan metod räknas som vilsledande i enlighet med artikel 6 eller 7 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder.

Begreppet ”innan” i artikel 8.2 bör först och främst omfatta den **tidsmässiga aspekten** och bör tolkas som att det betyder ”omedelbart innan”. Dessutom tyder termerna ”väl synligt” i artikel 8.2 och ”omedelbart intill” i skäl 39 på starkare krav på **presentationen av information** i förhållande till de allmänna kraven i artiklarna 6.1 och 8.1. Informationen ska presenteras på ett sätt som gör att konsumenten faktiskt kan se och läsa den innan beställningen görs utan att behöva navigera bort från den sida som används för att göra en beställning.

De särskilda krav på förhandsinformation innan avtalet ingås som åsyftas i artikel 8.2 är

1. de huvudsakliga egenskaperna (artikel 6.1 a),
2. det sammanlagda priset (artikel 6.1 e),
3. avtalets löptid och villkoren för att säga upp det (artikel 6.1 o),
4. i tillämpliga fall kortaste giltighetstid för avtalet (artikel 6.1 p).

4.2.2. Knapp för att bekräfta beställning

Artikel 8

2. [...]

Näringsidkaren ska se till att konsumenten i samband med beställningen uttryckligen medger att beställningen är förenad med betalningsskyldighet. Om beställningen görs genom att trycka på en knapp eller aktivera någon liknande funktion ska knappen eller den motsvarande funktionen märkas i väl läsbar form endast med orden ”beställning förenad med betalningsskyldighet” eller någon motsvarande otvetydig lydelse som anger att verkställandet av beställningen medför en betalningsskyldighet gentemot näringsidkaren. Om detta stycke inte följs av näringsidkaren ska konsumenten inte vara bunden av avtalet eller beställningen.

I det andra stycket i artikel 8.2 krävs att knappen som används för att göra beställningen på webbplatsen är tydligt märkt. Den tillhörande angivelsen (märkningen) måste vara på själva knappen eller direkt bredvid den. Den kan vara utformad på olika sätt så länge den ger ett tydligt budskap om betalningsskyldigheten ⁽¹¹²⁾:

- Exempelvis skulle begrepp som ”köp nu”, ”betala nu” eller ”bekräfta köp” förmedla det budskap som krävs i denna bestämmelse.
- Samtidigt är det mindre sannolikt att fraser som ”registrera dig”, ”bekräfta” eller ”beställ nu”, samt onödigt långa fraser som i praktiken kan dölja budskapet om betalningsskyldigheten, uppfyller det här kravet.

Detta krav gäller även om näringsidkaren har utformat presentationen av förhandsinformation innan avtalet ingås för konsumenten i enlighet med artikel 8.4.

4.2.3. Information om begränsningar av leveransen och betalningssätt

Artikel 8

3. E-handelsplatser ska klart och läsbart ange, senast i början av beställningsprocessen, om det finns några begränsningar för leveransen samt vilka betalningssätt som godtas.

I enlighet med artikel 8.3 måste e-handelsplatser informera konsumenterna om begränsningar för leveranser, däribland geografiska begränsningar, genom att ge lättförståelig information på ett klart synligt sätt. Exempelvis ska denna information nämnas inte bara i näringsidkarens allmänna villkor och inte bara på separata webbplatser som inte är tydligt märkta och som konsumenterna därför sannolikt inte tittar på medan de handlar.

Den information om ”begränsningar för leveransen” som tillhandahålls i enlighet med artikel 8.3 måste motsvara information om leveransarrangemang som tillhandahålls i enlighet med artikel 6 g i konsumenträttighetsdirektivet.

⁽¹¹²⁾ Ytterligare vägledning om hur man tolkar ”motsvarande otvetydig lydelse” kan väntas i det pågående målet C-249/21, Fuhrmann-2, där frågan tagits upp huruvida en sådan lydelse måste bedömas med hänsyn till samtliga omständigheter som omger en beställnings- eller bokningsprocess, i synnerhet hur beställningsprocessen är strukturerad, eller bara till det språk som används för att märka ut knappen eller en liknande funktion.

Begränsningar för leverans och betalning är underställda Europaparlamentets och rådets förordning om geoblockering (EU) 2018/302 ⁽¹¹³⁾. I synnerhet att automatiskt ändra informationen om leveransbegränsningar på grundval av användarens geografiska belägenhet skulle kunna medföra en överträdelse av artikel 4 i förordningen om geoblockering, särskilt när det förhindrar tillgång till varorna i ett område som näringsidkaren normalt är verksam i.

— *En näringsidkare som erbjuder leverans i en viss medlemsstat enligt de tillämpliga allmänna villkoren på sin internationella ".com"-webbplats får till exempel inte automatiskt utesluta detta leveransalternativ när den registrerar en konsument som ansluter från den medlemsstaten och som det också finns en särskild nationell webbplats tillgänglig för.*

När det gäller betalnings sätt är näringsidkare enligt artikel 5 i förordningen om geoblockering förbjudna att begränsa sitt godtagande utifrån kundens nationalitet, bosättningsort eller etableringsort inom EU, till exempel platsen där bankkortet är utfärdat.

4.2.4. Avtal som ingås med hjälp av medel för distanskommunikation med begränsat utrymme eller begränsad tid

Artikel 8.4 behandlar medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen:

Artikel 8

4. Om avtalet ingås med hjälp av ett medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen ska näringsidkaren, på eller via det särskilda medlet, innan ett sådant avtal ingås åtminstone lämna förhandsinformation om varans eller tjänstens huvudsakliga egenskaper, näringsidkarens identitet, det sammanlagda priset, ångerrätten, avtalets löptid och, när det gäller avtal med obegränsad löptid, villkoren för uppsägning av avtalet i enlighet med artikel 6.1 a, b, e, h respektive o utom den standardblankett för utövande av ångerrätten enligt bilaga I B som avses i led h. Övrig information som avses i artikel 6.1, inbegripet standardblanketten för utövande av ångerrätten, ska näringsidkaren lämna till konsumenten på lämpligt sätt i enlighet med punkt 1 i den här artikeln.

Följaktligen innehåller artikel 8.4 samma informationskrav som artikel 8.2, plus tillagd information om

1. näringsidkarens identitet i den mening som avses i artikel 6.1 b,
2. ångerrätten i den mening som avses i artikel 6.1 h, dvs. information om villkoren, tidsfristen och förfarandena för att utöva denna rätt.

Artikel 8.4 innehåller inte kravet i artikel 6.1 p att ge information om "kortaste giltighetstid för konsumentens skyldigheter enligt avtalet". Som förklarats tidigare i avsnitt 3.2.7 är emellertid varje sådan minimiperiod ett av de viktigaste villkoren för att säga upp ett avtal med obegränsad löptid eller ett avtal som förnyas automatiskt i enlighet med artikel 6.1 o. I praktiken bör därför denna information också omfattas av artikel 8.4.

Artikel 8.4 tillämpas på avtal som ingås med hjälp av teknik som t.ex. per **telefon**, via **röststyrd shoppingsassistent**, via **sms** eller genom andra medel för distanskommunikation där tekniska begränsningar tillämpas på den mängd information som kan presenteras för konsumenten ⁽¹¹⁴⁾. I sådana situationer gör direktivet det möjligt för näringsidkaren att ge konsumenten ett mer begränsat utbud av informationsinslag innan distansavtalet ingås, medan den andra informationen som krävs i artikel 6.1 måste ges av en annan källa på ett enkelt och begripligt språk (se även skäl 36, där det talas om att "lämna ett gratis telefonnummer eller en hypertextlänk till näringsidkarens webbplats").

Genom direktiv (EU) 2019/2161 ändrades artikel 8.4 i konsumenträttighetsdirektivet så att skyldigheten att tillhandahålla mallen för ångerblankett som beskrivs i bilaga I B undantogs från informationskraven. Följaktligen räcker det med att en annan källa tillhandahåller blanketten, på ett enkelt och begripligt språk ⁽¹¹⁵⁾. Efter det att avtalet har ingåtts bör fullständig information ingå i bekräftelsen av avtalet på ett varaktigt medium i enlighet med artikel 8.7.

⁽¹¹³⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2018/302 av den 28 februari 2018 om åtgärder mot omotiverad geoblockering och andra former av diskriminering på grund av kunders nationalitet, bosättningsort eller etableringsort på den inre marknaden och om ändring av förordningarna (EG) nr 2006/2004 och (EU) 2017/2394 samt direktiv 2009/22/EG (EUT L 60I, 2.3.2018, s. 1).

⁽¹¹⁴⁾ Se även skäl 41 till direktiv (EU) 2019/2161.

⁽¹¹⁵⁾ C-430/17, Walbusch Walter Busch, ECLI:EU:C:2019:47, punkt 46.

Domstolen tog upp tillämpningen av artikel 8.4 i mål C-430/17, Walbusch Walter Busch, som handlade om distansförsäljning via postorder (en beställningstalong som distribuerades via tidningar och tidskrifter).

Domstolen avgjorde att bedömningen, i ett konkret fall, av huruvida kommunikationsmedlet endast medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen, enligt artikel 8.4 [...], ska göras **med beaktande av alla de tekniska egenskaper som är utmärkande för näringsidkarens kommersiella meddelande**. Det ska härvidlag kontrolleras huruvida **all den information som avses i artikel 6.1 i konsumenträttighetsdirektivet objektivt sett kan visas** inom ramen för meddelandet, med beaktande av utrymmet och tiden för meddelandet och den minsta typografiska teckenstorlek som är lämplig för en genomsnittskonsument som meddelandet riktar sig till.

Däremot är det så att **”den aktuella näringsidkarens val** beträffande utformningen och användningen av det utrymme och den tid som näringsidkaren förfogar över med hänsyn till det kommunikationsmedel som valts saknar [...] relevans vid denna bedömning”⁽¹¹⁶⁾.

I praktiken är de ”medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid” som åsyftas i artikel 8.4 **sådana som inte gör det möjligt att tillhandahålla information skiktad** (via till exempel expanderbara rubriker eller hyperlänkar som dirigerar konsumenterna till en mer detaljerad presentation av den aktuella informationen) – se här avsnitt 3.1.1 om att tillhandahålla konsumentinformation på ett klart och tydligt sätt.

Smarta mobiler är inte kvalificerade som ”medel för distanskommunikation som medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen”, eftersom ytterligare information alltid kan ges även till användare av sådana skärmar genom expanderande innehållstråd eller extrasidor. När näringsidkaren har anpassat innehållet och presentationen av onlinegränssnittet för sådana enheter, kan den använda artikel 8.4 och därtill hörande rättspraxis som riktlinje för att välja ut den information som bör ges mest väl synligt. I dessa fall kan näringsidkaren fokusera på de informationsinslag som krävs i artikel 8.4, där så är lämpligt i ett expanderbart⁽¹¹⁷⁾ format, och ge resten av den obligatoriska informationen via extrasidor.

4.3. **Avtal som ingås per telefon**

Artikel 8

5. Om näringsidkaren kontaktar konsumenten per telefon i syfte att ingå ett distansavtal ska näringsidkaren, utan att det påverkar tillämpningen av punkt 4, i början av samtalet med konsumenten upplysa om vem han är och i förekommande fall på vems vägnar telefonsamtalet görs och det kommersiella syftet med telefonsamtalet.

Artikel 8.5 innehåller en särskild regel för avtal som ingås per telefon om att näringsidkarens identitet och det kommersiella syftet med telefonsamtalet ska göras klart i början av samtalet. Eftersom regeln inte ”påverkar tillämpningen av punkt 4” **kan näringsidkarna begränsa den information som tillhandahålls under telefonsamtalet i enlighet med artikel 8.4.**

Artikel 8

6. Om ett distansavtal ska ingås per telefon får medlemsstaterna föreskriva att näringsidkaren ska bekräfta erbjudandet för konsumenten som är bunden först efter det att han undertecknat erbjudandet eller sänt sitt skriftliga samtycke. Medlemsstaterna får också föreskriva att sådana bekräftelser måste göras på ett varaktigt medium.

Artikel 8.6 innehåller andra lagstiftningsval som finns tillgängliga för medlemsstaterna. Vissa medlemsstater har använt detta lagstiftningsval på ett mer begränsat sätt, dvs. de tillämpade respektive ytterligare krav endast för avtal som ingåtts via telefonsamtal som **initierades** av näringsidkaren.

⁽¹¹⁶⁾ Se fotnot 115, punkt 39.

⁽¹¹⁷⁾ Näringsidkare skulle kunna använda metoden med ”innehållsförteckning” med hjälp av expanderbara rubriker. På den högsta nivån skulle konsumenterna hitta huvudämnen, som vart och ett kan expanderas genom att man klickar på det, så att konsumenterna dirigeras vidare till en mer detaljerad presentation av den aktuella informationen. På så sätt får konsumenterna all information som krävs på ett och samma ställe, samtidigt som de fortfarande har kontroll över vad de kan granska och när.

Med "varaktigt medium" i denna bestämmelse avses papper och andra varaktiga medier enligt förklaringen i skäl 23: "Varaktiga medier bör göra det möjligt för konsumenten att lagra information så länge denne behöver den för att kunna skydda sina från förbindelsen med näringsidkaren härrörande intressen. Begreppet varaktigt medium bör särskilt omfatta papper, usb-minnen, cd-rom, dvd, minneskort eller datorers hårddiskor liksom e-post." Medlemsstaterna kan därför kräva att både näringsidkarens bekräftelse av erbjudandet och konsumentens samtycke görs på ett varaktigt medium, vilket inte nödvändigtvis är i pappersform och till exempel kan vara i form av en e-postväxling.

4.4. **Bekräftelse av avtalet**

Artikel 8

7. Näringsidkaren ska ge konsumenten bekräftelse på det ingångna avtalet på ett varaktigt medium, inom rimlig tid efter ingåendet av distansavtalet, och senast vid den tidpunkt då varorna levereras eller innan tjänsterna börjar utföras. Den bekräftelsen ska inkludera följande:

- a) All information som avses i artikel 6.1, såvida näringsidkaren inte redan har lämnat informationen till konsumenten på ett varaktigt medium innan distansavtalet ingicks.
- b) I förekommande fall, bekräftelse på konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande i enlighet med artikel 16 m.

Näringsidkaren ska tillhandahålla konsumenten en bekräftelse på avtalet, inbegripet alla uppgifter som krävs enligt artikel 6.1, såvida detta inte redan har tillhandahållits på ett varaktigt medium, till exempel i en postorderkatalog, ett sms eller ett e-postmeddelande, innan avtalet ingicks.

Definitionen av ett "varaktigt medium" undersöktes av domstolen i mål C-49/11, Content Services Ltd, beträffande direktivet 97/7/EG om konsumentskydd vid distansavtal, där det också krävdes att distansavtal bekräftades på ett varaktigt medium i enlighet med artikel 5.1. Enligt domstolens avgörande utgör inte en enkel uppgift på en webbplats ett varaktigt medium: "Artikel 5.1 i Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG av den 20 maj 1997 om konsumentskydd vid distansavtal ska tolkas på så sätt att en **affärsmetod som innebär att den information som anges i den bestämmelsen endast hålls tillgänglig för konsumenten via en hyperlänk på det berörda företagets webbplats inte uppfyller kraven i nämnda bestämmelse**, eftersom informationen inte "lämnats" av företaget och konsumenten inte "fått" informationen i den mening som avses i samma bestämmelse, och att **en webbplats såsom den som är i fråga i målet vid den nationella domstolen inte kan anses utgöra ett "varaktigt medium" i den mening som avses i nämnda artikel 5.1**" ⁽¹¹⁸⁾.

Samtidigt utelöt inte domstolen möjligheten för vissa webbplatser att betraktas som varaktiga medier om de uppfyllde kraven: "Det framgår emellertid inte av handlingarna i målet att säljarens webbplats, till vilken den länk som konsumenten får leder, gör det möjligt för konsumenten att bevara information som riktas till vederbörande personligen på sådant sätt att informationen är tillgänglig och kan återges oförändrad under en tid som är lämplig utan risk för att säljarens ensidigt ändrar informationens innehåll" ⁽¹¹⁹⁾.

Begreppet "varaktigt medium" analyserades ytterligare i mål C-375/15, BAWAG, mot bakgrund av Europaparlamentets och rådets direktiv 2007/64/EG om betaltjänster ⁽¹²⁰⁾, som innehöll en liknande definition av "varaktigt medium". Domstolen fastslog att vissa webbplatser kan klassificeras som "varaktiga medier", underställt vissa särskilda villkor, nämligen

- att webbplatsen ger konsumenten möjlighet att lagra information som är riktad till henne/honom personligen på ett sådant sätt att hon/han kan få tillgång till den och återge den oförändrad under en lämplig tid, **utan att det är möjligt för tjänsteleverantören eller någon annan näringsidkare att ensidigt ändra dess innehåll**,
- att, om konsumenten måste logga in på denna webbplats för att kunna ta del av informationen, **leverantören i samband med en sådan överföring av information aktivt måste bete sig på ett sätt som är ägnat att ge användaren kännedom** om att informationen finns tillgänglig på webbplatsen ⁽¹²¹⁾.

⁽¹¹⁸⁾ C-49/11, Content Services Ltd, ECLI:EU:C:2012:419, punkt 51.

⁽¹¹⁹⁾ Se fotnot 118, punkt 46.

⁽¹²⁰⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv 2007/64/EG av den 13 november 2007 om betaltjänster på den inre marknaden och om ändring av direktiven 97/7/EG, 2002/65/EG, 2005/60/EG och 2006/48/EG samt om upphävande av direktiv 97/5/EG (EUT L 319, 5.12.2007, s. 1).

⁽¹²¹⁾ C-375/15, BAWAG, ECLI:EU:C:2017:38, punkterna 43–45.

Följaktligen skulle en kunds privata onlinekonto hos näringsidkaren, när näringsidkaren laddar upp informationen riktad till konsumenten och inte kan ta bort eller ändra den ensidigt, ses som ett varaktigt medium i den mening som avses i direktivet. Om ett sådant konto är näringsidkarens enda sätt att tillhandahålla bekräftelse av ett avtal, bör det säkerställas att det är **fortsatt tillgängligt för konsumenten** under en lämplig period även efter att konsumentens avtal med näringsidkaren upphört.

När det gäller vad det innebär att näringsidkaren "aktivt betar sig" på ett sätt som ger kännedom om ny information, bekräftades i målet BAWAG att det kan räcka med att skicka ett e-postmeddelande till konsumentens personliga e-brevlåda, under förutsättning att i) respektive e-brevlåda används regelbundet av konsumenten för att kommunicera med andra personer, och att ii) parterna har kommit överens om att använda den i det tjänsteavtal som ingåtts mellan näringsidkaren och konsumenten. Den adress som sålunda väljs kan dock inte vara den e-brevlåda som tilldelats till konsumenten på webbplatsen som förvaltas av näringsidkaren ⁽¹²²⁾.

Näringsidkaren bör även i fortsättningen omfattas av skyldigheten enligt artikel 8.7 att tillhandahålla en bekräftelse på avtalet på ett varaktigt medium, även om den förhandsinformation som ska ges till konsumenten innan avtalet ingås tillhandahölls i enlighet med artikel 8.4. Denna skyldighet kan anses vederbörligen utförd bland annat när näringsidkaren med konsumentens godkännande skickar en bekräftelse av avtalet via e-post.

När det gäller **tidpunkten för bekräftelsen** krävs i artikel 8.7 att den skickas "inom rimlig tid efter ingåendet av distansavtalet". Dessutom måste bekräftelsen tillhandahållas senast vid den tidpunkt då varorna levereras eller innan tjänsten börjar utföras.

För **tjänster** finns det inget krav på att tillhandahålla bekräftelsen före ångerfristens slut (om avtalet börjar utföras efter att denna period upphört). Kravet på att bekräftelsen ska skickas "inom rimlig tid" innebär att den bör skickas tillräckligt tidigt för att konsumenten ska kunna utöva ångerrätten. Om en försenad bekräftelse ska betraktas som orimlig i den mening som avses i artikel 8.7 är något som får beslutas från fall till fall.

Det finns ingen uttrycklig absolut tidsgräns före vilken bekräftelse ska ske för avtal om **leverans av allmännyttiga tjänster och avtal om digitalt innehåll på internet**. Analogt bör reglerna för tjänsteavtal tillämpas på dessa avtal, dvs. bekräftelsen bör ges senast innan avtalets fullgörande inleds. Denna analogi verkar stärkas genom de gemensamma bestämmelserna enligt direktivet om beräkning av ångerfristen för dessa avtal i enlighet med artikel 9.2 a och c.

Avtal om **digitalt innehåll på internet** fullgörs vanligtvis omedelbart, dvs. innan ångerfristen löper ut, och det vanligaste bekräftelsesättet är e-post. En relevant fråga i detta sammanhang är huruvida de berörda näringsidkarna måste säkerställa att konsumenten faktiskt tar emot bekräftelsen via e-post innan nedladdningen eller direktuppspelningen av det digitala innehållet påbörjas, eller om det är tillräckligt att näringsidkaren skickarett sådant e-postmeddelande innan utförandet av avtalet inleds.

Här bör det noteras att konsumentens "mottagande" av bekräftelsen inte nämns i artikel 8.7; det som krävs är i stället att näringsidkaren "ger" den (på engelska "provide"). Innebörden av begrepp som "lämna" och "få" (och i den engelska texten "provide") inom ramen för direktivet om distansförsäljning 97/7/EG behandlades av domstolen i mål C-49/11, Content Services. I artikel 5.1 i direktivet om distansförsäljning står det att konsumenten måste **få** bekräftelse skriftligt eller i annan varaktig form som är tillgänglig för honom eller henne på ett tidigt stadium om inte information har **lämnats** honom eller henne redan innan avtalet ingicks skriftligen eller i annan varaktig form.

Domstolen konstaterade i sin dom att begreppen "lämnats" och "få" skiljer sig från begreppet "ställas till konsumentens förfogande" (som i den svenska översättningen av domen används för betydelsen "provide"). Det engelska begreppet "provide" används i andra bestämmelser i direktivet, och domstolen såg det som ett "neutralt" uttryckssätt: "Domstolen framhåller i detta sammanhang även att **unionslagstiftaren har valt ett neutralt uttryckssätt** i de flesta språkversioner av artikel 4 i direktiv 97/7 och där angett att **relevant information ska ställas till konsumentens förfogande**". Däremot har ett uttryckssätt som innebär att större krav ställs på näringsidkaren valts i artikel 5.1 i samma direktiv, enligt vilken konsumenten ska "få" en bekräftelse på denna information" ⁽¹²³⁾.

⁽¹²²⁾ Se fotnot 121, punkterna 51 och 53.

⁽¹²³⁾ C-49/11, Content Services Ltd, ECLI:EU:C:2012:419, punkt 35.

Det bör också medges att näringsidkaren inte kontrollerar förfarandet för överföring av det elektroniska bekräftelsemeddelandet. Mot bakgrund av detta ska kraven i artikel 8.7 anses uppfyllda om det elektroniska bekräftelsemeddelandet skickas **omedelbart innan** det digitala innehållet tillhandahålls, dvs. innan direktuppspelningen eller nedladdningen inleds.

5. Ångerrätten

5.1. Beräkning av ångerfristen

5.1.1. Inledning

Artikel 9

1. Utom i de fall då de undantag som avses i artikel 16 är tillämpliga ska konsumenten ha rätt att inom 14 dagar frånträda ett distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler utan att behöva ange några skäl och utan några andra kostnader än de som anges i artiklarna 13.2 och 14.

1a. [...] [M]edlemsstaterna [får] anta bestämmelser om att den ångerfrist på 14 dagar som avses i punkt 1 förlängs till 30 dagar för avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter.

Artikel 9 ger konsumenten **14 dagar att frånträda** ett distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler utan att behöva ange några skäl. För avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter, får medlemsstaterna förlänga ångerfristen från 14 till 30 dagar. Tillämpningen av lagstiftningsvalen vad gäller icke begärda besök eller utflykter behandlas i avsnitt 5.9.

Enligt skäl 41 bör alla "tidsfrister i detta direktiv [...] förstås som att de anges i **kalenderdagar**. Om en tidsfrist uttryckt i dagar ska räknas från det ögonblick då en händelse eller en handling äger rum, bör den dag då händelsen eller handlingen äger rum inte anses ingå i tidsfristen."

I enlighet med detta bör "14 dagar" respektive "30 dagar" i denna bestämmelse innebära 14 respektive 30 kalenderdagar räknat från och med dagen efter den dag då den aktuella händelsen inträffar (det vill säga när avtalet ingås eller varorna levereras):

— Om varorna levereras eller tjänsteavtalet ingås den 1 mars bör till exempel den sista dagen för att utöva ångerrätten vara den 15 mars eller, i de fall som avses i punkt 1a, den 31 mars.

I skäl 41 påpekas att rådets förordning (EEG, Euratom) nr 1182/71 ⁽¹²⁴⁾ gäller för direktivet. I enlighet med denna förordning (artikel 3.3) gäller följande: "I tidsfristerna skall medräknas helgdagar, söndagar och lördagar, utom då dessa uttryckligen är undantagna eller tidsfristerna är uttryckta i arbetsdagar."

Helgdagar, lördagar och söndagar **ingår** alltså i de 14 eller 30 dagarna.

Om ångerfristen däremot **löper ut** på en av dessa dagar bör den förlängas till nästa arbetsdag eftersom artikel 3.4 i förordning 1182/71 förskriver följande: "Om sista dagen av en tidsfrist som inte uttrycks i timmar infaller på en helgdag, söndag eller lördag, **skall tidsfristen upphöra vid utgången av påföljande arbetsdags sista timme.**"

Förteckningen över de dagar som är helgdagar i medlemsstaterna vid tillämpning av förordning 1182/71 offentliggörs i EUT ⁽¹²⁵⁾.

— Om den 14 dagar långa ångerfristen för ett avtal som ingåtts med en rumänsk konsument till exempel löper ut den 25 december 2021 bör ångerfristen förlängas fram till den 27 december eftersom den 25 och 26 december är helgdagar i Rumänien 2021.

Även om näringsidkarna bör godta konsumentens rätt att frånträda avtalet under denna förlängda ångerfrist har de inte någon uttrycklig skyldighet att informera konsumenten om att en förlängning är möjlig (se även blankettmallen för information om ångerrätt som återfinns i en bilaga till direktivet).

⁽¹²⁴⁾ Rådets förordning (EEG, Euratom) nr 1182/71 av den 3 juni 1971 om regler för bestämning av perioder, datum och frister (EGT L 124, 8.6.1971, s. 1).

⁽¹²⁵⁾ Förteckningen för 2021 finns till exempel på <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/sv/TXT/?uri=CELEX%3AC2020%2F451%2F02&qid=1617356863154>.

5.1.2. Ångerfristens början

Artikel 9

2. Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 10 ska den ångerfrist som avses i punkt 1 i den här artikeln löpa ut efter 14 dagar eller, om medlemsstaterna har antagit bestämmelser i enlighet med punkt 1a i den här artikeln, 30 dagar räknat från

- a) för tjänsteavtal, den dag då avtalet ingås,
- b) för köpeavtal, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar varan i sin besittning, eller
 - i) i händelse av att konsumenten beställt flera olika varor på samma gång och varorna levereras separat, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar den sista varan i sin besittning,
 - ii) i händelse av leverans av en vara som består av flera poster eller delar, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar den sista posten eller delen i sin besittning, eller
 - iii) i händelse av avtal om regelbunden leverans av varor under någon viss tidsperiod, den dag då konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, fysiskt tar den första varan i sin besittning,
- c) för avtal om leverans av vatten, gas och el i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, samt avtal om leverans av fjärrvärme och digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium, dagen för avtalets ingående.

Från vilken dag ångerfristen på 14 eller 30 dagar räknas beror på om avtalet är ett köpeavtal, ett tjänsteavtal, ett avtal om digitalt innehåll på internet eller ett avtal för leverans av allmännyttiga tjänster. I direktivet föreskrivs två tidpunkter:

- **Den dag då avtalet ingås:** för tjänsteavtal, avtal för leverans av allmännyttiga tjänster och avtal om digitalt innehåll på internet.
- **Den dag då den fysiska besittningen av varorna äger rum (leverans):** för köpeavtal, som dock är föremål för flera specialregler gällande 1) flera varor som beställs på samma gång men som levereras separat, 2) varor som består av flera poster eller delar och som levereras vid olika tidpunkter och 3) avtal om regelbunden leverans av varor under en viss tidsperiod.

För varor som levereras börjar ångerfristen att löpa dagen efter det att konsumenten eller någon tredje part som konsumenten anger, dock ej transportföretaget, tar dem i besittning (artikel 9.2 b). Detta skiljer sig från artikel 20, där risken övergår till konsumenten så snart som varorna levereras till transportföretaget, om det är konsumenten som anlitat transportföretaget och det inte är näringsidkaren som har erbjudit detta transportalternativ.

Om det rör sig om fler än en leverans börjar ångerfristen dagen efter leveransen av **den sista av de varor som beställts i en enda beställning, men som levereras vid olika tidpunkter** (artikel 9.2 b i). Denna regel motiveras av konsumentens legitima intresse av att ta emot alla delar i en enda beställning innan denne fattar beslut om att frånträda avtalet, till exempel för

- en huvudsaklig vara och ett tillbehör, till exempel en kamera och ett objektiv, eller
- kläder som en jacka och ett par byxor, som beställs tillsammans och är avsedda att bäras ihop.

I sådana fall ska en enda ångerfrist börja gälla från dagen efter leveransen av den sista varan.

Såsom förklaras i skäl 40 bör "konsumenten [dessutom] kunna utöva sin ångerrätt **innan han tar varan i fysisk besittning**". För övrigt finns det ingenting som hindrar konsumenten från att vägra att ta varorna i besittning i ett fall som detta:

- Efter att till exempel ha beställt en artikel från näringsidkare X hittar konsumenten ett bättre erbjudande gällande samma artikel från näringsidkare Y. Konsumenten meddelar därför näringsidkare X om att denne utövar sin ångerrätt och hämtar inte ut artikeln på postkontoret.

5.2. Information om ångerrätten

I artikel 6.1 åläggs näringsidkarna att tillhandahålla viss information om ångerrätten vid avtal utanför fasta affärslokaler och distansavtal.

Artikel 6.1

- h) Om konsumenten har en ångerrätt, villkoren, tidsfristen och förfarandena för att utöva den, i enlighet med artikel 11.1, samt standardblanketten för utövande av ångerrätten enligt bilaga I B.
- i) I förekommande fall meddelande om att konsumenten vid utövande av ångerrätt är skyldig att betala kostnaderna för återsändande av varan samt, vid distansavtal, om varorna till följd av sin natur normalt inte kan återsändas per post, kostnaderna för återsändande av varan.
- j) Meddelande om att konsumenten, om denne utövar ångerrätt efter att ha gjort en begäran enligt artikel 7.3 eller 8.8, är skyldig att ersätta näringsidkaren för rimliga kostnader enligt artikel 14.3.
- k) Vid avsaknad av ångerrätt enligt artikel 16, meddelande om att konsumenten inte har någon ångerrätt, eller, i förekommande fall, besked om under vilka omständigheter konsumenten förlorar sin ångerrätt.

Enligt artikel 6.1 måste informationen vara klar och begriplig. Enligt artikel 6.4 får näringsidkaren använda blankettmallen för information om ångerrätt i **bilaga I A** till direktivet för att lämna den information som avses i leden h, i och j. Om informationen är korrekt ifylld och lämnas till konsumenten har näringsidkaren uppfyllt dessa informationskrav.

Emellertid är **blankettmallen för information om ångerrätt** i bilaga I A **inte obligatorisk**, och näringsidkaren får anpassa dess ordalydelse, till exempel genom att skriva *jag/mig* i stället för *vi/oss* om näringsidkaren är en enskild företagare eller ange näringsidkarens identitet och kontaktuppgifter i formulärets sidhuvud och hänvisa till dessa uppgifter i texten.

Om ångerrätten i enlighet med artikel 6.1 h är tillämplig bör näringsidkaren däremot alltid tillhandahålla konsumenten den **standardblankett för utövande av ångerrätten** som återfinns i bilaga I B, även om näringsidkaren **också** ger konsumenten möjlighet att på näringsidkarens **webbplats fylla i och skicka in ett formulär** om ångerrätten i enlighet med artikel 11.3. Om avtal ingås genom medel för distanskommunikation där utrymmet eller tiden är begränsad i enlighet med artikel 8.4 gäller andra regler för tillhandahållandet av standardblanketten för utövande av ångerrätten. Se avsnitt 4.2.4.

Den ytterligare blankett för utövande av ångerrätten som näringsidkaren kan välja att tillhandahålla på sin webbplats enligt artikel 11.3 behöver **inte vara densamma som standardblanketten för utövande av ångerrätten** som återfinns i bilaga I B till konsumenträttighetsdirektivet. Men om näringsidkaren önskar använda en sådan webblankett för att samla in mer information från konsumenten, såsom skälen bakom utövandet av ångerrätten, bör andra frågor av detta slag presenteras separat och det bör vara möjligt att skicka formuläret utan att besvara dem.

När information enligt artikel 6.1 h lämnas om tidsfristerna för att frånträda köpeavtal enligt artikel 9 (med undantag för avtal om regelbunden leverans av varor), och om det exakta leveranssättet (en eller flera leveranser) inte är känt i förväg, får näringsidkaren informera konsumenten om att ångerfristen löper ut 14 eller 30 dagar efter den dag då konsumenten, eller en tredje part som konsumenten angett, dock inte transportföretaget, **tar den sista varan eller posten i beställningen i fysisk besittning**.

Om något av **undantagen från ångerrätten** i artikel 16 är tillämpligt bör konsumenten informeras om undantaget enligt artikel 6.1 k.

Om ett av **de ovillkorliga undantagen är tillämpligt** bör endast de uppgifter som krävs enligt artikel 6.1 k anges, inte uppgifter om ångerrätten enligt artikel 6.1 h och i:

— *Till exempel för varor som blommor, som omfattas av undantaget i artikel 16 första stycket d, är endast den information som föreskrivs i artikel 6.1 k relevant, det vill säga näringsidkaren bör upplysa konsumenten om att det inte finns någon möjlighet att frånträda avtalet eftersom dessa varor snabbt kan försämrats eller bli för gamla.*

För **undantag som endast gäller under vissa omständigheter** bör dock de uppgifter som krävs enligt artikel 6.1 k tillhandahållas **utöver** de uppgifter som krävs enligt artikel 6.1 h och j:

- Vid försäljning av kontaktlinser eller tandborstar som är förslutna i den mening som avses i artikel 16 första stycket e bör näringsidkaren till exempel informera konsumenten om villkoren, tidsfristerna och förfarandena för att utöva ångerrätten enligt artikel 6.1 h. Näringsidkaren bör också informera konsumenten om att denne, av hälsoskydds- och hygienskäl, förlorar sin ångerrätt om förpackningen öppnas.

Enligt artikel 6.1 i ska näringsidkaren uppge **kostnaden för återsändande av varor** som till följd av sin natur normalt inte kan återsändas per post:

- Detta gäller till exempel skrymmande föremål, såsom möbler och större apparater (kylskåp, tvättmaskiner etc.), som vanligen levereras till dörren snarare än lämnas in på ett postkontor för avsändning.

I skäl 36 förklaras att detta informationskrav kommer att anses uppfyllt om näringsidkaren till exempel anger ett transportföretag (till exempel det transportföretag som denne anlitat för leveransen av varan) och ett pris för återsändandet.

I skäl 36 anges också att "[o]m kostnaderna för återsändandet inte rimligtvis kan förhandsberäknas av näringsidkaren, till exempel eftersom denne inte själv erbjuder att ordna med återtransporten, bör näringsidkaren tala om att denna kostnad måste betalas och kan vara stor, **tillsammans med en rimlig uppskattning av maximikostnaden, vilken kan bygga på kostnaderna för leverans till konsumenten.**"

Om näringsidkaren erbjuder olika leveransmetoder kan kostnaden för återsändande beräknas på grundval av kostnaderna för den särskilda leveransmetod som väljs av konsumenten:

- Om leveransen till exempel ska ske till konsumentens gatuadress kan också kostnaden för återsändande baseras på kostnaden för upphämtning av varorna på denna adress.

Skyldigheten att uppge kostnaden för återsändande eller tillhandahålla en beräkning bör inte innebära att näringsidkaren måste lämna uppgifter om olika möjliga återsändandescenarier (till exempel återsändande av möbler i monterad form som levererades omonterade i ett paket).

5.3. Utövande av ångerrätten

I artikel 11 i direktivet anges att konsumenten kan frånträda avtalet genom att använda standardblanketten för utövande av ångerrätten eller något annat otvetydigt meddelande. I skäl 44 hänvisas det till "tillbakasändande av varorna med ett tydligt besked": "Konsumenten bör dock även i fortsättningen kunna utöva sin ångerrätt genom ett meddelande avfattat **med egna ord**, under förutsättning att meddelandet om beslutet att frånträda avtalet till näringsidkaren är otvetydigt. Ett brev, ett telefonsamtal eller tillbakasändande av varorna med ett tydligt besked skulle kunna ses som uppfyllande av detta krav, men det bör åligga konsumenten att bevisa att denne utövat ångerrätten inom den frist som fastställs i direktivet. Av denna anledning ligger det i konsumentens intresse att använda sig av ett varaktigt medium för meddelanden till näringsidkaren om utövande av ångerrätten."

Det bör därför inte vara möjligt att frånträda avtalet genom att helt enkelt återsända varorna utan något uttryckligt besked om att avtalet frånträds. Att vägra att ta emot leveransen eller inte hämta ut varorna på postkontoret räknas inte i sig som giltiga meddelanden om utövande av ångerrätten. På detta sätt säkerställs det i direktivet att näringsidkaren inte oriktigt skulle se återsändandet av ett paket som frånträde, när det av något tekniskt skäl inte har levererats till kunden.

Å andra sidan måste inte nödvändigtvis det besked som används av konsumenten för att frånträda avtalet hänvisa till "ångerrätt" i juridiska termer:

- Till exempel bör även ett besked om att "avsluta" eller "säga upp" avtalet eller liknande ord anses vara tillräckligt "otvetydigt" så länge konsumenten och avtalet i fråga kan identifieras.

Eftersom konsumenten bär bevisbördan gällande utövandet av ångerrätten betonas i skäl 44 i konsumenträttsdirektivet fördelarna med att använda ett varaktigt medium om tvist skulle uppstå. Dessutom skulle bevis för att meddelandet har skickats uppenbarligen utgöra ett ytterligare bevis som konsumenten kan åberopa för att hävda sin sak:

- Exempelvis skulle konsumenten kunna spara en kopia av det skickade e-postmeddelandet eller kvittot för den rekommenderade försändelsen.

5.4. **Konsekvenserna för personuppgifter vid utövande av ångerrätten**

I artikel 13 i konsumenträttighetsdirektivet beskrivs näringsidkarens skyldigheter vid frånträde av avtal. Genom direktiv (EU) 2019/2161 ändrades den artikeln, och bestämmelser om ångerrättens konsekvenser vad gäller hanteringen av personuppgifter infördes.

Artikel 13

4. Vad gäller konsumenternas personuppgifter ska näringsidkaren uppfylla de skyldigheter som är tillämpliga enligt förordning (EU) 2016/679.

5. Näringsidkaren ska avhålla sig från att använda något annat innehåll än personuppgifter som tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahålls av näringsidkaren, med undantag för innehåll som

- a) inte har något annat användningsområde än det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren,
- b) endast rör konsumentens verksamhet vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren,
- c) har aggregerats med andra uppgifter av näringsidkaren och inte kan delas upp eller endast kan delas upp med oproportionella ansträngningar, eller
- d) har genererats gemensamt av konsumenten och andra, och andra konsumenter kan fortsätta att använda innehållet.

6. Med undantag för de situationer som avses i punkt 5 a, b eller c ska näringsidkaren, på konsumentens begäran, för konsumenten tillgängliggöra eventuellt annat innehåll än personuppgifter som tillhandahållits eller skapats av konsumenten vid användning av det digitala innehåll eller den digitala tjänst som tillhandahållits av näringsidkaren.

7. Konsumenten ska ha rätt att hämta detta digitala innehåll kostnadsfritt, utan hinder från näringsidkarens sida, inom skälig tid och i ett allmänt använt, maskinläsbart format.”

Dessa bestämmelser är identiska med artikel 16.2–16.4 i direktivet om digitalt innehåll. Båda handlar om vad som händer när ett avtal hävs eller avslutas; konsumenträttighetsdirektivet vad gäller avtal som hävs genom att ångerrätten utövas och direktivet om digitalt innehåll vad gäller avtal som avslutas på grund av bristande avtalsenlighet.

Den allmänna dataskyddsförordningen reglerar **hur personuppgifter ska behandlas när avtal upphör**. De nya bestämmelserna i artikel 13 i konsumenträttighetsdirektivet (och artikel 16 i direktivet om digitalt innehåll) gäller uppgifter som konsumenten har lagt upp eller skapat vid användning av den digitala tjänsten och **som inte är personuppgifter**.

Enligt artikel 13.6 har näringsidkaren en skyldighet att på konsumentens begäran tillhandahålla dessa uppgifter i ett maskinläsbart format som är allmänt använt vid den tidpunkt då avtalet avslutas genom att konsumenten utövar sin ångerrätt.

Om konsumenter utövar sin ångerrätt enligt konsumenträttighetsdirektivet (eller rätten att få ett avtal hävt enligt direktivet om digitalt innehåll) **är det den allmänna dataskyddsförordningen som avgör om avtalets upphörande även innebär att den rättsliga grunden för behandling av personuppgifter upphör**. I många fall är det sannolikt att konsumentens uttryckta vilja att utöva sin ångerrätt och häva avtalet kan tolkas så att **även den rättsliga grunden upphävs** och att samtycket till att annan behandling av personuppgifter som inte behövs för att fullgöra avtalet i den mening som avses i den allmänna dataskyddsförordningen tas tillbaka. I denna typ av fall måste näringsidkaren/den personuppgiftsansvarige göra en bedömning av huruvida rättslig grund för sådan annan behandling av de personuppgifterna fortfarande föreligger, till exempel på grund av en rättslig förpliktelse. I de fall då någon giltig rättslig grund inte föreligger ska behandlingen upphöra.

Därutöver kompletterades konsumenträttighetsdirektivet genom direktiv (EU) 2019/2161 med särskilda regler för **näringsidkarens rättigheter och konsumentens skyldigheter vid utövande av ångerrätten**. Dessa bestämmelser i artiklarna 13.8 och 14.2a är identiska med artiklarna 16.5 och 17.1 i direktivet om digitalt innehåll.

Artikel 13

8. Vid frånträde av avtalet får näringsidkaren förhindra varje framtida användning av det digitala innehållet eller den digitala tjänsten från konsumentens sida, särskilt genom att göra det digitala innehållet eller den digitala tjänsten otillgängligt för konsumenten eller genom att avaktivera konsumentens användarkonto, utan att det påverkar tillämpningen av punkt 6.

Artikel 14

2a. Vid frånträde av avtalet ska konsumenten avhålla sig från att använda det digitala innehållet eller den digitala tjänsten och från att tillgängliggöra detta för tredje parter.

5.5. Ångerrätt för varor

5.5.1. Flera eller defekta varor

En konsument kan vilja **frånträda ett avtal delvis** när det rör sig om ett avtal för flera varor och om konsumenten vill häva köpet av endast en eller vissa av varorna.

Även om direktivet inte uttryckligen föreskriver en sådan rättighet hindrar det inte heller näringsidkaren och konsumenten från att komma överens om att **delvis frånträda** avtalet genom att konsumenten återsänder endast en enskild vara eller flera varor som sålts i en och samma beställning. Om de varor som levererats enligt samma avtal omfattar prissänkta artiklar bör näringsidkaren inte vara skyldig att gå med på att endast de artiklar som sålts till fullpris återsänds.

Situationen skulle vara annorlunda om konsumenten inte har gått med på att ta emot en gåva som näringsidkaren ändå har skickat. En sådan gåva kan betraktas som leverans utan föregående beställning och omfattas därmed av bestämmelserna om sådana leveranser. Enligt artikel 27 i konsumenträttighetsdirektivet och punkt 29 i bilaga I till direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder är det inte tillåtet att "[k]räva omedelbar eller uppskjuten **betalning för eller återsändande eller förvaring av produkter** som näringsidkaren tillhandahållit men som konsumenten inte beställt (leverans utan föregående beställning)".

Om konsumenten har erhållit en felaktig vara som inte är avtalsenlig i enlighet med direktivet om försäljning av varor bör konsumenten inom ångerfristen kunna välja att antingen få felet avhjälpt enligt det direktivet eller att frånträda avtalet.

5.5.2. Återsändande av varor

Artikel 14

1. Såvida näringsidkaren inte har erbjudit sig att själv hämta varorna ska konsumenten skicka tillbaka eller överlämna varorna till näringsidkaren eller till en person som näringsidkaren har gett befogenhet att ta emot varorna, utan dröjsmål och senast inom 14 dagar från den dag då konsumenten lämnar sitt meddelande om beslut att frånträda avtalet till näringsidkaren i enlighet med artikel 11. Tidsfristen ska anses ha iakttagits om konsumenten skickar tillbaka varorna innan denna fjortondagarsperiod löpt ut.

Konsumenten ska bära den direkta kostnaden för återlämnandet av varorna endast om näringsidkaren inte har gått med på att stå för denna kostnad eller näringsidkaren underlåtit att underrätta konsumenten om att konsumenten ska stå för den.

Vid avtal utanför fasta affärslokaler, där varorna levererats till konsumentens bostad när avtalet ingicks, ska näringsidkaren på egen bekostnad hämta sådana varor som på grund av sin karaktär normalt inte kan skickas tillbaka med post.

Enligt artikel 14.1 ska konsumenterna återsända varan till näringsidkaren genom att skicka tillbaka den inom 14 dagar från den dag då konsumenten upplyste näringsidkaren om att denne frånträder avtalet. Eftersom konsumenten ansvarar för hanteringen av varorna och deras minskade värde under den tid då ångerfristen löper (se även avsnitt 5.5.4) bör det dock ligga i konsumentens intresse att snarast möjligt återsända dem, i stället för att vänta till dess att tidsfristen löper ut.

Undantag görs för **avtal utanför fasta affärslokaler**. Om varorna har levererats till konsumentens bostad när avtalet ingicks ska näringsidkaren på egen bekostnad hämta sådana varor som "normalt inte kan skickas tillbaka med post".

Detta krav är följaktligen ett undantag från den allmänna regeln i artikel 6.1 i, enligt vilken näringsidkare måste **upplysa konsumenten** om kostnaderna för att återsända varor som "normalt inte kan skickas tillbaka med post" (se avsnitt 5.2).

De direkta kostnaderna för att återsända varorna betalas av konsumenten, såvida inte näringsidkaren har underlåtit att informera konsumenten om detta krav enligt artikel 6.1 i eller har gått med på att stå för kostnaderna. Dessa två uppgifter ingår också i blankettmallen för information om ångerrätt i bilaga I A, som näringsidkare kan använda för att uppfylla sin skyldighet att informera konsumenterna. Begreppet *direkta kostnader* bör inte omfatta de eventuella administrativa kostnader eller kostnader för hantering eller påfyllning av lager som näringsidkaren åsamkas i samband med återsändandet av varorna.

Ett erbjudande från näringsidkaren om att "**själv hämta varorna**" bör vara bindande för konsumenten endast om näringsidkaren har erbjudit sig att **stå för kostnaden**. Om detta inte är fallet och konsumenten hittar en mer kostnadseffektiv men ändå tillförlitlig metod för återsändande som erbjuds av en godkänd tjänsteleverantör behöver konsumenten enligt direktivet inte godta näringsidkarens erbjudande om att hämta varorna.

5.5.3. Återbetalning av de belopp som konsumenten har betalat

Artikel 13

1. Näringsidkaren ska, utan onödigt dröjsmål och senast 14 dagar från och med den dag då näringsidkaren underrättats om konsumentens beslut att i enlighet med artikel 11 frånträda avtalet, betala tillbaka alla belopp som konsumenten har betalat, inklusive, där så är tillämpligt, leveranskostnaderna.

Näringsidkaren ska verkställa ersättningen enligt första stycket med samma betalningsmedel som konsumenten använt vid den inledande transaktionen, om inte konsumenten uttryckligen accepterat ett annat betalningsmedel och under förutsättning att konsumenten inte får vidkännas några kostnader till följd av ersättningen.

2. Utan hinder av punkt 1 ska näringsidkaren inte vara skyldig att ersätta förhöjda leveranskostnader om konsumenten uttryckligen valt leverans av annat slag än den minst kostsamma standardleverans som erbjuds av näringsidkaren.

3. Såvida inte näringsidkaren har erbjudit sig att hämta varorna får näringsidkaren vid köpeavtal hålla inne med återbetalningen tills han har fått tillbaka varorna, eller tills konsumenten har styrkt att han har skickat tillbaka varorna, beroende på vad som inträffar tidigast.

Enligt artikel 13.1 ska näringsidkaren verkställa ersättningen utan onödigt dröjsmål och **senast 14 dagar** från den dag då konsumenten underrättar näringsidkaren om sitt beslut att frånträda avtalet.

Vid köpeavtal får näringsidkaren enligt artikel 13.3 endast **hålla inne med återbetalningen efter detta datum** antingen fram till dess att denne har fått tillbaka varorna eller tills konsumenten har styrkt att varorna har skickats tillbaka.

Om varorna eller det styrkande beviset inkommer efter det att denna fjortondagarsperiod har löpt ut ska näringsidkaren ersätta konsumenten utan onödigt dröjsmål. Vad som ska anses som "onödigt dröjsmål" måste avgöras från fall till fall. Under normala omständigheter bör det emellertid inte ta mer än några arbetsdagar att ombesörja återbetalningen.

Frasen "**har styrkt att han har skickat tillbaka varorna**" är viktig för tolkningen av artikel 13.3. Den bör i princip tolkas som att detta styrkande ska bestå av ett skriftligt bevis från en etablerad tillhandahållare av transport- eller posttjänster med uppgift om avsändare och mottagare.

I princip behöver detta styrkande inte med nödvändighet omfatta tredjepartsgarantier om att varorna i fråga har kontrollerats och verifierats. Sådana ytterligare tjänster skulle troligtvis vara dyra och kan därför avskräcka konsumenten från att utöva sin ångerrätt, vilket omnämns särskilt i direktivet (se skäl 47: "Konsumentens skyldigheter vid utövande av ångerrätten bör inte avskräcka konsumenten från att utöva sin ångerrätt.")

Enligt artikel 14.2 får näringsidkaren hålla konsumenten ansvarig för eventuell minskning av varans värde till följd av felaktig hantering under den tid då ångerfristen löper, men enligt artikel 13.3 måste näringsidkaren återbetala konsumenten efter att ha erhållit bevis för att varorna har skickats tillbaka.

Om konsumenten godtar näringsidkarens erbjudande om att hämta varorna eller om näringsidkaren har erbjudit sig att hämta dem på egen bekostnad bör näringsidkaren inte kunna åberopa rätten att innehålla återbetalningen enligt artikel 13.3. Detta bör ytterligare uppmuntra näringsidkaren att ordna med återsändandet av varorna så snart som möjligt.

I artikel 13.1 anges uttryckligen att näringsidkaren måste använda **samma betalningsmedel** för återbetalningen som konsumenten använde vid den inledande transaktionen. I synnerhet bör näringsidkaren betala tillbaka hela det belopp som konsumenten har betalat i den valuta som betalningen gjordes i:

- Om konsumenten till exempel betalade genom en överföring av 50 euro till näringsidkarens bankkonto bör näringsidkaren betala tillbaka konsumenten genom att överföra tillbaka samma belopp samt ett eventuellt ytterligare belopp som ersättning för de avgifter som konsumentens bank tar ut för den senare överföringen.
- Näringsidkaren ska emellertid inte behöva täcka eventuella bankavgifter som konsumenten betalade för den inledande betalningen.
- Om konsumentens bankkonto är i en valuta, men betalningen och återbetalningen görs i en annan valuta, bör näringsidkaren inte vara ansvarig för eventuella förluster till följd av den valutaväxling som utförs av konsumentens bank i samband med återbetalningen.

Enligt artikel 13.1 kan näringsidkaren och konsumenten uttryckligen komma överens om **en annan metod**, såsom ersättning genom bankcheck i stället för överföring eller ersättning i en annan valuta än den valuta som betalningen gjordes i, förutsatt att konsumenten inte får vidkännas några kostnader till följd av användningen av en annan metod:

- Om konsumenten till exempel godkänner att näringsidkaren utför återbetalningen via bankcheck i stället för banköverföring bör näringsidkaren betala alla extrakostnader för konsumenten, för till exempel valutaväxlingen eller bankavgifterna, som uppstår till följd av näringsidkarens användning av en annan betalningsmetod.

I skäl 46 anges följande med avseende på användningen av **tillgodokvitton**: "Återbetalning bör inte ske genom tillgodokvitto om inte konsumenten har använt tillgodokvitto vid den inledande transaktionen eller uttryckligen accepterar detta."

5.5.4. Konsumentens ansvar för felaktig hantering av varorna

Artikel 14

2. Konsumenten ska bara hållas ansvarig för varornas minskade värde till följd av annan hantering av varorna än vad som är nödvändigt för att fastställa varornas art, egenskaper och funktion. Konsumenten ska under inga omständigheter hållas ansvarig för varornas värdeminskning om näringsidkaren har underlåtit att upplysa om ångerrätten i enlighet med artikel 6.1 h.

5. Med undantag för vad som föreskrivs i artikel 13.2 och i denna artikel ska konsumenten inte ådra sig något ansvar till följd av utövandet av sin ångerrätt.

Såsom förklaras i skäl 47 kan konsumenterna fråntråda ett avtal oavsett hur varorna har hanterats under ångerfristen: "Vissa konsumenter utövar sin ångerrätt efter att ha använt en vara i större utsträckning än vad som är nödvändigt för att fastställa varornas beskaffenhet, egenskaper och funktionsduglighet. **Konsumenten bör i sådana fall inte förlora ångerrätten men vara ansvarig för en eventuell minskning av varans värde.**"

Enligt artikel 14.2 kan dock konsumenten hållas ansvarig "för **varornas minskade värde** till följd av annan hantering av varorna än vad som är nödvändigt för att fastställa varornas art, egenskaper och funktion". I skäl 47 beskrivs denna skyldighet ytterligare: "För att fastställa varornas beskaffenhet, egenskaper och funktionsduglighet **bör konsumenten endast tillåtas hantera och undersöka en vara på samma sätt som man skulle få göra i en affär**. Konsumenten bör exempelvis bara få prova ett klädesplagg och inte tillåtas använda det. Följaktligen bör konsumenten hantera och undersöka varan med tillbörlig omsorg under ångerfristen."

Värdeminskningarna av varorna kan i första hand bestå av rengörings- och reparationskostnader och, om varorna inte längre kan säljas som nya, en objektivet motiverad intäktsförlust för näringsidkaren när denne säljer den tillbakalämnade varan som andrahandsvara.

Huruvida konsumentens provning av varorna har gått utöver vad som är nödvändigt för att fastställa varornas art, egenskaper och funktion måste bedömas från fall till fall i händelse av tvist. Jämförelsen med vad konsumenter normalt kan göra i en vanlig butik tjänar som en god utgångspunkt:

- Innan de köper audio-/video- och inspelningsutrustning kan de oftast testa bild- eller ljudkvaliteten.

- Vid provning av ett plagg i en butik brukar tillverkarens lappar inte tas bort.
- Konsumenter skulle normalt inte kunna testa hushållsapparater praktiskt, till exempel köksmaskiner, eftersom den faktiska användningen oundvikligen skulle lämna spår.
- Konsumenter skulle inte kunna konfigurera programvara i en dator. Därför skulle rimliga kostnader för återställning av sådan utrustning också utgöra en värdeminskning.
- Konsumenter kan prova parfymer och liknande kosmetiska produkter som brukar kunna provas i butik genom att näringsidkaren tillsammans med produkten skickar med ett gratisprov. På så sätt behöver konsumenterna inte öppna förpackningen för att utöva sin rätt att fastställa produktens art och egenskaper. (Vissa kosmetiska produkter kan vara förslutna av hälsoskydds- eller hygienskäl. Se avsnitt 5.11.4.)

Man bör komma ihåg att "fastställandet av funktionen" hos varorna i detta sammanhang skiljer sig från kontrollen av att de är felfria i alla avseenden. Om varorna visar sig vara defekta vid senare användning skyddas konsumenten av direktivet om försäljning av varor (EU) 2019/771.

I princip bör konsumenten kunna **öppna förpackningen** för att få tillgång till innehållet om liknande varor normalt visas i butiker i oförpackat skick. Därför är skador på förpackningen som uppkommit bara genom att den har öppnats inte skäl nog för ersättning. **En skyddsfilm som påförts produkten bör dock endast avlägsnas om det är strikt nödvändigt för att prova produkten.**

Om varor lämnas tillbaka utan sin originalförpackning ⁽¹²⁶⁾ (till exempel kartongen till en elektronisk apparat), eller om förpackningen skadats på ett onormalt sätt, kan det anses som en minskning av varornas värde.

I mål C-681/17, slewo, fastslog domstolen att **madrasser** med skyddsfilm inte omfattas av undantaget från ångerrätten som anges i artikel 16 e, som gäller varor som är förslutna av hälsoskydds- eller hygienskäl och som har öppnats av konsumenten. Domstolen ansåg att madrasser är jämförbara med klädesplagg, som uttryckligen får provas. Madrasser vars skyddsfilm avlägsnats och som kan ha använts av konsumenten ansågs därför kunna säljas igen och användas av en ny köpare eftersom näringsidkaren genom en behandling som rengöring eller desinfektion **antas kunna återställa madrasser (eller klädesplagg) i sådant skick att de kan användas på nytt av en tredje man utan att det äventyrar kraven avseende hälsoskydd och hygien** ⁽¹²⁷⁾.

Samtidigt hänvisar domstolen särskilt till att det finns en marknad för begagnade madrasser ⁽¹²⁸⁾. Av ännu större vikt är att domstolen även hänvisar till **konsumentens ansvar för eventuell minskning av en varas värde** som uppstått till följd av annan hantering än vad som är nödvändigt för att fastställa varans beskaffenhet, egenskaper och funktionsduglighet i enlighet med artikel 14.2.

Utifrån dessa slutsatser förefaller det alltså som att sådant ansvar kan uppstå **om madrassen (eller klädesplagget eller liknande vara) av hälsoskydds- och hygienskäl måste rengöras** för att kunna säljas igen till en ny köpare. Ansvar kan även uppstå i de fall då en **sådan rengjord vara inte kan säljas som ny utan endast som begagnad vara** till ett (väsentligt) lägre pris. I ett sådant fall får näringsidkaren inte vilseleda den nya köparen av den rengjorda varan genom att inte upplysa denne om huruvida varan är ny eller begagnad eftersom det är en viktig del av produktens egenskaper, även enligt direktivet om otillbörliga affärsmetoder.

I fråga om ångerrätten enligt det ersatta distansförsäljningsdirektivet 97/7/EG slog domstolen i mål C-489/07, Messner ⁽¹²⁹⁾, fast att ångerrätten endast blir formell om **konsumenten** enligt nationell lagstiftning **har bevisbördan** för att denne inte har använt varan under den tid som ångerrätten kan utövas på ett sätt som går utöver vad som är nödvändigt för att kunna utöva sin ångerrätt på ett meningsfullt sätt.

Enligt artikel 14.5 ska konsumenten inte ådra sig något ansvar till följd av utövandet av sin ångerrätt med undantag för vad som föreskrivs i direktivet. I detta avseende bekräftar domen i målet Messner även att säljaren inte kan begära ersättning för värdet av användningen som konsumenten fått från varan innan den lämnas tillbaka till näringsidkaren ⁽¹³⁰⁾.

⁽¹²⁶⁾ Detta gäller förpackningar som är gjorda särskilt för produkten och som utgör en del av marknadsföringen av produkten. Konsumenterna bör ha rätt att ersätta allmänna förpackningar som endast är till för att skydda produkten under transport.

⁽¹²⁷⁾ C-681/17, slewo, ECLI EU:C:2019:255, punkterna 43–46.

⁽¹²⁸⁾ Ibid., punkt 42.

⁽¹²⁹⁾ C-489/07, Messner, ECLI:EU:C:2009:502, punkt 27.

⁽¹³⁰⁾ Se fotnot 129, punkterna 22–24.

Konsumenträttighetsdirektivet reglerar inte **hur konsumentens ansvar för varornas minskade värde ska utkrävas**. I synnerhet anges det i direktivet ingenting om huruvida detta ansvar endast innebär att näringsidkaren får väcka talan mot konsumenten eller om huruvida näringsidkaren för att kompensera för den påstådda minskningen av varans värde ensidigt kan ta betalt av konsumenten för skada eller dra av en viss del från eventuell återbetalning till konsumenten.

Dessa frågor regleras således av den allmänna avtals- och processrättsliga lagstiftning i medlemsstaterna som avses i artikel 3.5. Till exempel kan medlemsstaterna tillåta att näringsidkare minskar det belopp som betalas tillbaka för återsända varor för att kompensera för deras värdeminskning på grund av felaktig hantering under den tid då ångerfristen löper.

Enligt artikel 14.2 ska "[k]onsumenten [...] under inga omständigheter hållas ansvarig för varornas värdeminskning om näringsidkaren har underlåtit att upplysa om ångerrätten i enlighet med artikel 6.1 h".

Om sådan upplysning inte getts innebär det även enligt artikel 10 i direktivet att **ångerfristen förlängs med upp till tolv månader**. Detta innebär att en konsument kan frånträda avtalet efter en avsevärd tid, under vilken konsumenten faktiskt har använt varorna utan att ha något ansvar för det slitage som uppstått (se även avsnitt 5.3 om vilka konsekvenserna blir om konsumenten inte informeras om ångerrätten).

Artikel 6.1 h innehåller inget särskilt krav på att konsumenten måste informeras om ansvaret för varornas minskade värde när denne utövar sin rätt att återlämna varorna. Information om varornas värdeminskning ingår dock i blankettmallen för information om ångerrätt i bilaga I A. Att ge information om detta skulle vara bra för både konsumenter och näringsidkare även då näringsidkaren inte använder mallen.

5.5.5. Risk vid återsändande av varor till näringsidkaren

Direktivet reglerar inte vem som är ansvarig för **oavsiktlig skada eller förlust i samband med återsändandet av varor** om konsumenten frånträder avtalet. Även denna fråga regleras således av nationell lagstiftning, som till exempel kan föreskriva att den som står för risken i samband med återsändande av varor är konsumenten i de fall då risken har övergått till konsumenten i samband med leverans i enlighet med artikel 20.

I princip bör konsumenten, när varorna skickas tillbaka, vidta rimliga försiktighetsåtgärder, till exempel genom att välja en etablerad leverantör av transport- eller posttjänster, för att se till att varorna når näringsidkaren och inte skadas under transporten.

Om konsumenten **aldrig har tagit varan i fysisk besittning**, till exempel genom att denne vägrat att ta emot leveransen, antingen med eller utan ett uttryckligt meddelande till näringsidkaren om att avtalet frånträds, skulle näringsidkaren fortsätta att stå för risken för förlust eller skada, eftersom ingen övergång av risken till konsumenten enligt artikel 20 har ägt rum.

5.6. Ångerrätt vid avtal om allmännyttiga och andra tjänster

5.6.1. Konsumentens samtycke till omedelbart utförande

I artiklarna 7.3 och 8.8 i konsumenträttighetsdirektivet anges formella krav som måste uppfyllas när konsumenter vill att avtal utanför fasta affärslokaler eller distansavtal om allmännyttiga eller andra tjänster ska börja fullgöras innan ångerfristen har löpt ut. De två bestämmelserna är identiskt formulerade förutom att näringsidkaren enligt artikel 7.3 måste få konsumentens begäran om omedelbart fullgörande av avtalet på ett varaktigt medium.

Artiklarna 7.3 och 8.8

Om en konsument vill att utförandet av tjänster eller leverans av vatten, gas eller el, i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller leverans av fjärrvärme ska inledas under den ångerfrist som föreskrivs i artikel 9.2, och avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, ska näringsidkaren kräva att konsumenten inkommer med en **(*)uttrycklig begäran** [på ett varaktigt medium] (*) och begära att konsumenten medger att konsumentens ångerrätt går förlorad efter det att näringsidkaren fullständigt utfört avtalet.

(*) Betecknar text som återfinns i artikel 7.3 men inte i artikel 8.8.

Dessa bestämmelser gäller därför om konsumenten önskar att de allmännyttiga eller andra tjänsterna ska börja levereras under ångerfristen. Dessa regler bör dock inte hindra näringsidkaren från att aktivt föreslå att konsumenten gör en sådan begäran. Samtidigt är näringsidkaren inte skyldig att vare sig erbjuda denna möjlighet eller godta konsumentens begäran.

Enligt artikel 14.3 kan konsumenten frånträda avtal om leverans av allmännyttiga eller andra tjänster **även efter att ha lämnat in en uttrycklig begäran** om omedelbart utförande. Detta bekräftas också i skäl 50: "Å ena sidan bör konsumenten åtnjuta ångerrätt även om denne har begärt att en tjänst tillhandahålls innan ångerfristen löpt ut."

När det gäller **tjänsteavtal** enligt artikel 16 första stycket a går konsumentens ångerrätt förlorad när tjänsten utförts fullständigt och vissa villkor är uppfyllda.

Artikel 16

Medlemsstaterna får inte tillåta den ångerrätt som anges i artiklarna 9–15 när det gäller distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler med avseende på följande:

- a) Tjänsteavtal efter det att tjänsten fullständigt utförts men, om avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, enbart **om tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad** efter det att näringsidkaren fullständigt utfört avtalet.

Artiklarna 7.3 och 8.8 i konsumenträttighetsdirektivet ändrades genom direktiv (EU) 2019/2161. Ändringarna gjordes för att säkerställa enhetlighet med artikel 16 första stycket a. Nu innehåller artiklarna 7.3 och 8.8 samma två krav som artikel 16 första stycket a, nämligen 1) att kunden begärt att tjänsten ska börja utföras direkt och 2) att kunden medgett att denne inte längre har någon ångerrätt när näringsidkaren fullständigt har utfört avtalet.

I och med ändringarna förtydligas det även att kraven endast gäller för betalda tjänster. Detta förtydligande var nödvändigt för att kunna utöka konsumenträttighetsdirektivet så att det även omfattar digitala tjänster enligt artikel 3.1a ⁽¹³¹⁾.

Om näringsidkaren inte uppfyller kravet på att ha fått konsumentens begäran om omedelbart utförande av tjänsten blir konsekvenserna de som anges i artikel 14.4 a, det vill säga att konsumenten inte behöver stå för några kostnader för den allmännyttiga eller andra tjänsten. Se vidare avsnitt 5.8.

Konsumentens "uttryckliga samtycke" i artikel 16 första stycket a ska tolkas som den "uttryckliga begäran" som krävs enligt artiklarna 7.3 och 8.8.

I analogi med reglerna om tilläggsbetalningar i artikel 22 ska begreppen "uttrycklig begäran/uttryckligt samtycke" i detta sammanhang tolkas så som att det krävs **en aktiv handling från konsumentens sida**, till exempel att denne kryssar i en ruta på en webbplats. En på förhand ikryssad ruta eller en klausul i de allmänna villkoren innebär inte att dessa krav är uppfyllda ⁽¹³²⁾.

Konsumentens uttryckliga samtycke och medgivande **kan inhämtas innan avtal ingås, i samband med att avtal ingås eller efter att avtal ingåtts** så länge det inhämtas innan tjänsterna börjar utföras. Konsumentens begäran och medgivande kan uttryckas samtidigt. Kraven i artiklarna 7.3 och 8.8 och artikel 16 första stycket a kan till exempel uppfyllas genom följande formulering:

— Jag begär härmed att tjänsteavtalet fullgörs [omedelbart eller ett visst datum eller från och med ett visst datum] och medger att jag kommer att förlora rätten att frånträda avtalet när den avtalade tjänsten har utförts i sin helhet.

För avtal som ingås utanför fasta affärslokaler enligt artikel 7.3 bör kravet på "varaktigt medium" kunna anses uppfyllt om konsumentens begäran och medgivande registreras på ett medium där parterna kan lagra informationen på ett sådant sätt att den kan nås för framtida referens och reproduceras i oförändrad form (läs mer i avsnitt 4.4). I allmänhet bör det räcka med att konsumenten kryssar i en ruta på beställningsdokumentet så länge begäran och medgivandet finns med i den kopia av beställningsdokumentet som ges till konsumenten.

⁽¹³¹⁾ I skäl 42 i direktiv (EU) 2019/2161 anges varför ändringarna behövde göras.

⁽¹³²⁾ I mål C-673/17, Planet49, ECLI:EU:C:2019:801, punkt 65, om behandling av personuppgifter ansåg domstolen till exempel att kravet på samtycke inte uppfylldes om den aktuella rutan på förhand var ikryssad av den personuppgiftsansvarige.

5.6.2. Konsumentens ersättningskyldighet

Artikel 14

3. I de fall en konsument utövar sin ångerrätt efter att ha lämnat in en begäran i enlighet med artiklarna 7.3 eller 8.8 ska konsumenten betala näringsidkaren ett belopp som står i proportion till omfattningen av de tjänster som tillhandahållits, fram till dess att konsumenten underrättar näringsidkaren om att han utövar sin ångerrätt, jämfört med samtliga prestationer som föreskrivs i avtalet. Det proportionella beloppet som konsumenten ska betala till näringsidkaren ska beräknas utgående från det sammanlagda pris som överenskommit i avtalet. Om det sammanlagda priset är oskäligt högt ska det proportionella beloppet beräknas utgående från marknadsvärdet av det som levererats.

Om konsumenten frånträder avtalet under den tid då ångerfristen löper efter att ha begärt att den avtalade tjänsten ska utföras omedelbart ska konsumenten enligt artikel 14.3 betala näringsidkaren **ett belopp som står i proportion** till omfattningen av de tjänster som tillhandahållits utgående från det sammanlagda pris som överenskommit:

— En konsument som frånträder ett avtal för mobiltelefonitjänster efter att ha utnyttjat tjänsterna under tio dagar skulle till exempel behöva betala näringsidkaren en tredjedel av månadsabonnemanget ⁽¹³³⁾ plus priset för alla ytterligare tjänster som mottagits under denna period.

När tillhandahållandet av tjänsterna innebär engångskostnader för näringsidkaren för att göra tjänsterna tillgängliga för konsumenten kan näringsidkaren räkna in dessa kostnader i ersättningen:

— Näringsidkaren kan till exempel inkludera kostnaden för det installationsarbete i konsumentens bostad som utförs som en del av ett avtal för fasta, elektroniska kommunikationstjänster innan konsumenten frånträder avtalet.

Ersättningen bör dock fastställas på grundval av **marknadsvärdet** för vad som har tillhandahållits om det sammanlagda priset är alltför högt. Användbara förklaringar för hur marknadsvärdet kan fastställas ges i skäl 50: "Det proportionella beloppet bör beräknas utgående från det avtalade priset, om inte konsumenten påvisar att det sammanlagda priset i sig är oskäligt, i vilket fall beloppet bör beräknas utgående från marknadsvärdet av den tjänst som levererats. Marknadsvärdet bör definieras med hjälp av en jämförelse med priset på en likvärdig tjänst som tillhandahållits av andra näringsidkare vid tiden för avtalets ingående."

I skäl 14 hänvisas till tillämpning av medlemsstaternas bestämmelser om "oskäligt höga priser och ockerpriser", som kan vara relevanta vid tillämpningen av artikel 14.3.

Vad gäller tillämpningen av **artikel 14.3** fastslog domstolen i mål C-641/19, PE Digital, att det i princip är lämpligt att det proportionella belopp, som konsumenten ska betala till näringsidkaren i de fall då konsumenten frånträder ett avtal efter att ha begärt att den avtalade tjänsten ska börja utföras under ångerfristen, fastställs utifrån priset för hela den avtalade tiden och att **beloppet som ska betalas bör beräknas proportionellt i förhållande till tiden**.

Det är endast om det i avtalet uttryckligen föreskrivs att i) en eller flera av tjänsterna ska **tillhandahållas i sin helhet från början** av avtalets genomförande, ii) till ett pris som ska **betalas separat**, som hela det pris som föreskrivs för en sådan tjänst ska beaktas vid beräkningen av det belopp som ska betalas till näringsidkaren enligt artikel 14.3 ⁽¹³⁴⁾.

Domstolen slog vidare fast i mål PE Digital att **marknadsvärdet ska tjäna som jämförelse vid fastställandet av om ersättningen som näringsidkaren begär är oskäligt hög. Enligt artikel 14.3, jämförd med skäl 50 i samma direktiv, ska hänsyn i denna analys tas till det pris som näringsidkaren i fråga kräver av andra konsumenter på samma villkor, liksom till priset för en motsvarande tjänst som tillhandahållits av andra näringsidkare vid tidpunkten för avtalets ingående** ⁽¹³⁵⁾.

⁽¹³³⁾ Se även artikel 3.2 d i förordning (EEG, Euratom) nr 1182/71, där följande anges: "Om en tidsfrist omfattar delar av en månad, skall vid beräkningen av dessa delar månaden anses ha **trettio dagar**."

⁽¹³⁴⁾ C-641/19, PE Digital, ECLI:EU:C:2020:808, punkterna 29 och 32.

⁽¹³⁵⁾ Se fotnot 115, punkt 37.

När tjänster **tillhandahålls enligt ett köpeavtal** anges följande i skäl 50: "Vid avtal som berör både varor och tjänster bör detta direktivs föreskrifter om återsändande av varor gälla för varorna och **systemet med ersättning för tjänster gälla för tjänsterna.**"

Systemet med ersättning för tjänster som utförs under ångerfristen beskrivs i artiklarna 14.3 och 14.4 a. Se även avsnitt 5.8.2. I de fall då en tjänst tillhandahålls under den tid då ångerfristen löper enligt köpeavtalet (till exempel när installationsarbete utförs samtidigt som varor levereras) bör näringsidkaren alltså även se till att få **konsumentens uttryckliga begäran om utförande av tjänsten** under den tid då ångerfristen löper om näringsidkaren vill få ersättning för denna tjänst i händelse av att konsumenten frånträder köpeavtalet:

— *I distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler kan till exempel leverans och installation av en vitvara ingå. Om konsumenten uttryckligen begär att näringsidkaren ska installera vitvaran direkt när den har levererats men sedan bestämmer sig för att frånträda avtalet inom ångerfristen (14 dagar från leverans) har näringsidkaren rätt till ersättning för installationskostnaderna (utöver ersättning för vitvarans eventuella värdeminskning).*

Näringsidkarens skyldighet att begära att konsumenten medger att dennes ångerrätt går förlorad om näringsidkaren fullständigt har utfört avtalet, som lades till i artiklarna 7.3 och 8.8 genom direktiv (EU) 2019/2161, **gäller inte för tjänster som tillhandahålls enligt ett köpeavtal.** Denna skyldighet gäller endast vid tjänsteavtal eftersom endast tjänsteavtal omfattas av undantaget från ångerrätten i artikel 16 första stycket a.

5.7. Ångerrätt vid avtal om digitalt innehåll på internet

Ångerrätten vid avtal om digitala tjänster behandlas i avsnitt 5.6 som handlar om tjänsteavtal i allmänhet.

De särskilda begränsningar av ångerrätten som gäller vid **avtal om digitalt innehåll på internet** anges i artikel 16 första stycket m.

Genom direktiv (EU) 2019/2161 ändrades denna bestämmelse genom tillägg av ett tredje villkor som näringsidkaren måste uppfylla för att konsumenten ska förlora sin ångerrätt. Det är i överensstämmelse med artikel 14.4 b, där det beskrivs vilka konsekvenserna blir om informationskraven och de formella kraven inte uppfylls.

Artikel 16

Medlemsstaterna får inte tillåta den ångerrätt som anges i artiklarna 9–15 när det gäller distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler med avseende på följande:

[...] m) Avtal om tillhandahållande av digitalt innehåll som inte levereras på ett fysiskt medium om utförandet inletts och, om avtalet innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, om

- i) konsumenten har lämnat ett uttryckligt förhandssamtycke till att utförandet inleds under ångerfristen,
- ii) konsumenten medgett att ångerrätten därigenom går förlorad, och
- iii) näringsidkaren gett bekräftelse i enlighet med artikel 7.2 eller 8.7.

Syftet med artikel 16 första stycket m liknar syftet med regeln i artikel 16 första stycket i, nämligen att plomberade materiella databärare (cd, dvd etc.) ska vara undantagna från ångerrätten om konsumenten bryter plomberingen. Till skillnad från vad som gäller när en konsument frånträder ett avtal om tjänster (se avsnitt 5.6) innebär detta att **konsumenten inte i något av dessa fall har rätt att "prova" det digitala innehållet** under den tid då ångerfristen löper.

Konsumenten mister därmed sin ångerrätt när fullgörandet av avtalet har påbörjats med konsumentens samtycke och medgivande av förlusten av ångerrätten förutsatt att näringsidkaren har tillhandahållit en bekräftelse på avtalet. Enligt artikel 7.2 avseende avtal utanför fasta affärslokaler och artikel 8.7 avseende distansavtal måste denna bekräftelse även omfatta en bekräftelse av konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande (se även avsnitt 4.4 om bekräftelse på avtal).

Den avtalade prestationen påbörjas när en bild- eller ljudfil laddas ned eller börjas spelas upp. Om en näringsidkare tillhandahåller en webblänk för att starta en direktuppspelning eller nedladdning förlorar konsumenten ångerrätten först när denne aktiverar länken.

Konsumentens uttryckliga samtycke och medgivande kan inhämtas innan avtal ingås, i samband med att avtal ingås eller efter att avtal ingåtts så länge det inhämtas innan tjänsterna börjar utföras. I artiklarna 7.2 och 8.7 i konsumenträttsdirektivet anges det uttryckligen att bekräftelsen på avtalet måste inkludera en bekräftelse av konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och medgivande i enlighet med artikel 16 första stycket m. Om konsumenten ger sitt samtycke till att den avtalade tjänsten ska utföras direkt och sitt medgivande om förlorad ångerrätt efter att näringsidkaren har tillhandahållit en bekräftelse på avtalet måste näringsidkaren därmed tillhandahålla en ny, separat bekräftelse på samtycket och medgivandet innan den avtalade tjänsten börjar utföras.

Uttrycket *uttryckligen* i artikel 16 första stycket m bör tolkas i analogi med reglerna om uttryckligt samtycke i artikel 22 om tilläggsbetalningar för extra tjänster. Det innebär att konsumenten måste **göra något aktivt**, som att kryssa i en ruta på näringsidkarens webbplats. Om samtycke och medgivande ges genom en på förhand ikryssad ruta eller genom att konsumenten godkänner de allmänna villkoren uppfylls inte kravet i artikel 16 första stycket m.

Konsumenten kan ge sitt uttryckliga samtycke och medgivande i samma intyg, som även kan innehålla information om undantaget från ångerrätten enligt artikel 6.1 k. Intyget kan till exempel formuleras enligt följande:

— *Jag samtycker härmed till ett omedelbart fullgörande av avtalet och medger att jag kommer att förlora rätten att frånträda avtalet när nedladdningen eller direktuppspelningen av det digitala innehållet har påbörjats.*

Näringsidkaren måste uppfylla kraven på att informera om ångerrätten enligt artikel 6.1 h. Endast vid avtal om digitalt innehåll på internet där **fullgörandet inleds direkt** och där konsumentens samtycke och medgivande innebär att **prestationen börjar** behöver inte näringsidkaren tillhandahålla information enligt artikel 6.1 h eller standardblanketten för utövande av ångerrätten i bilaga I B.

5.8. **Konsekvenser om kraven på information om ångerrätten inte uppfylls**

Enligt artikel 6.1 måste näringsidkaren förse konsumenten med klar och tydlig information innan avtal ingås. Om konsumenten har ångerrätt ska näringsidkaren enligt artikel 6.1 h informera konsumenten om villkoren, tidsfristen och förfarandena för att utöva ångerrätten, samt om standardblanketten för utövande av ångerrätten i bilaga I B⁽¹³⁶⁾. Om näringsidkaren inte tillhandahåller denna information **förlängs ångerfristen** med tolv månader för alla avtal enligt artikel 10.1.

Artikel 10

1. Om näringsidkaren i strid med artikel 6.1 h inte har informerat konsumenten om ångerrätten ska ångerfristen löpa ut 12 månader efter utgången av den ursprungliga ångerfristen, fastställd i enlighet med artikel 9.2.

I artikel 10.2 beskrivs vad som händer om näringsidkaren tillhandahåller den information som krävs enligt artikel 6.1 h **inom 12 månader** efter utgången av den ursprungliga ångerfristen som fastställts i enlighet med artikel 9.2. I sådana fall **löper ångerfristen ut 14 dagar efter den dag då konsumenten mottar informationen**.

Artikel 10

2. Om näringsidkaren har informerat konsumenten enligt punkt 1 i den här artikeln inom 12 månader räknat från den dag som avses i artikel 9.2 ska ångerfristen löpa ut 14 dagar eller, om medlemsstaterna har antagit bestämmelser i enlighet med artikel 9.1a, 30 dagar efter den dag då konsumenten mottagit informationen.

⁽¹³⁶⁾ Enligt vissa regler som anges i artikel 8.4. Se avsnitt 5.2.3.

5.8.1. Konsekvenser vid avtal om varor

Utöver ovanstående förlängning av ångerfristen **för varor** anges i artikel 14.2 att konsumenten **inte ska hållas ansvarig för varornas värdeminskning** om näringsidkaren inte har informerat konsumenten om ångerrätten i enlighet med artikel 6.1 h.

Artikel 14

2. Konsumenten ska bara hållas ansvarig för varornas minskade värde till följd av annan hantering av varorna än vad som är nödvändigt för att fastställa varornas art, egenskaper och funktion. Konsumenten ska under inga omständigheter hållas ansvarig för varornas värdeminskning om näringsidkaren har underlåtit att upplysa om ångerrätten i enlighet med artikel 6.1 h.

Vad gäller varor som tillverkats specifikt för en viss kund och färskvaror (se avsnitten 5.11.2 och 5.11.3) som utan förbehåll är **undantagna från ångerrätten enligt artikel 16 första stycket c och d** innehåller konsumenträttighetsdirektivet inga bestämmelser om vilka konsekvenserna blir om näringsidkaren inte uppfyller kravet på att informera konsumenten om att denne inte har någon ångerrätt enligt artikel 6.1 k. Att inte informera konsumenten om avsaknaden av ångerrätt i en sådan situation skulle kunna betraktas som en otillbörlig affärsmetod (vilsedande underlåtenhet) som enligt direktivet om otillbörliga affärsmetoder 2005/29/EG är förbjuden om det leder till att konsumenten fattar ett affärsbeslut som denne inte annars skulle ha fattat.

5.8.2. Konsekvenser vid avtal om allmännyttiga och andra tjänster

Vad gäller allmännyttiga och andra tjänster (inbegripet digitala tjänster) ska konsumenten enligt artikel 14.4 a inte stå för några kostnader. Det innebär att konsumenten antingen har rätt att få tillbaka det belopp som har betalats eller att inte betala **om näringsidkaren inte har tillhandahållit all information om ångerrätten som krävs enligt artikel 6.1 h eller j** eller om **konsumenten inte uttryckligen har begärt att tjänsten ska börja utföras under ångerfristen i enlighet med artikel 7.3 eller artikel 8.8.**

Artikel 14

4. Konsumenten ska inte stå för några kostnader för

- a) delvis eller helt utförda tjänster under den tid ångerfristen löper, inklusive leverans av vatten, gas och el, i de fall när försäljningen inte sker i en begränsad volym eller en fastställd kvantitet, eller fjärrvärme, om
- i) näringsidkaren inte gett sådan information som avses i artikel 6.1 h eller j eller
- ii) om konsumenten inte uttryckligen begärt att tjänsterna ska börja utföras under ångerfristen i enlighet med artiklarna 7.3 och 8.8,

I fall som dessa kan konsumenten således frånträda avtalet om allmännyttiga eller andra tjänster om tjänsterna **har börjat utföras och fortfarande utförs** under den förlängda period om **tolv månader** efter utgången av den ursprungliga ångerfristen som fastställts enligt artikel 9.2 **utan att behöva betala** för de tjänster som har tillhandahållits.

Om **näringsidkaren informerar konsumenten om ångerrätten inom tolv månader** efter utgången av den ursprungliga ångerfristen som fastställts enligt artikel 9.2 kan konsumenten frånträda avtalet 14 dagar efter den dag då konsumenten har mottagit denna information **utan att behöva betala för de tjänster som har tillhandahållits fram till den tidpunkt då konsumenten informerades om ångerrätten**

Konsumenten ska inte heller stå för några kostnader för det som har tillhandahållits i de fall då de allmännyttiga eller andra tjänsterna **har tillhandahållits i sin helhet (avtalet har fullgjorts)** innan konsumenten utövar sin ångerrätt, även om det är under den förlängda ångerfristen som beskrivs i artikel 10, förutom i de fall då näringsidkaren har uppfyllt de formella kraven i artikel 7.3 eller artikel 8.8 som medför att konsumenten förlorar sin ångerrätt i enlighet med artikel 16 första stycket a (läs mer i avsnitt 5.6.1).

5.8.3. Konsekvenser vid avtal om digitalt innehåll på internet

Vad gäller avtal om digitalt innehåll på internet gäller artikel 14.4 b om något av de tre villkoren i artikel 16 första stycket m inte är uppfyllt (se avsnitt 5.7) och konsumenten utövar sin ångerrätt, och konsumenten har då rätt att inte betala för det innehåll som har tillhandahållits eller få tillbaka det belopp som har betalats:

Artikel 14

4. Konsumenten ska inte stå för några kostnader för

[...]

b) tillhandahållande, helt eller delvis, av digitalt innehåll som inte tillhandahålls på ett fysiskt medium

- i) om inte konsumenten gett sitt uttryckliga förhandssamtycke till att tjänsterna börjar utföras före utgången av den 14-dagarsperiod som avses i artikel 9,
- ii) om inte konsumenten medgett att ångerrätten går förlorad i och med att konsumenten ger sitt samtycke, eller
- iii) om inte näringsidkaren gett bekräftelse i enlighet med artikel 7.2 eller 8.7.

5.9. Hävning av avtal till följd av utövande av ångerrätten

Artikel 12

Utövande av ångerrätten ska innebära att parternas skyldigheter upphör i fråga om

- a) att fullgöra distansavtalet eller avtalet utanför fasta affärslokaler, eller
- b) att ingå ett distansavtal eller avtal utanför fasta affärslokaler, i de fall då konsumenten har lämnat ett anbud.

I artikel 12 anges att utövandet av ångerrätten innebär att parternas skyldighet att fullgöra avtalet upphör, i synnerhet konsumentens skyldighet att betala eller att ingå avtalet om det är konsumenten som har lämnat ett anbud.

Enligt artikel 3.2 ska denna artikel dock inte påverka andra sektorsspecifika EU-bestämmelser om hävning av avtal.

— Om en kund önskar byta leverantör måste till exempel de berörda aktörerna enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/944 om den inre marknaden för el⁽¹³⁷⁾ och direktiv 2009/73/EG om den inre marknaden för naturgas⁽¹³⁸⁾ utföra bytet inom högst tre veckor, förutsatt att avtalsvillkoren följs.

Om en konsument beslutar sig för att frånträda ett avtal om el eller gas och byta till en ny leverantör kan den tidigare leverantören och konsumenten således fortsätta att vara bundna av sitt avtal i upp till tre veckor, vilket innebär ett undantag från bestämmelserna i artikel 14.3 om ersättning för vad som har tillhandahållits fram till frånträdet.

⁽¹³⁷⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2019/944 av den 5 juni 2019 om gemensamma regler för den inre marknaden för el och om ändring av direktiv 2012/27/EU (EUT L 158, 14.6.2019, s. 125), artikel 12.1: "Byte av leverantör eller marknadsaktör som deltar i aggregering ska genomföras inom kortast möjliga tid. Medlemsstaterna ska säkerställa att en kund som önskar byta leverantör eller marknadsaktör som deltar i aggregering har rätt till ett sådant byte inom högst tre veckor från begäran, förutsatt att avtalsvillkoren följs."

⁽¹³⁸⁾ Direktiv 2009/73/EG, artikel 3.6: "Medlemsstaterna ska säkerställa
a) att om en kund under iakttagande av de avtalsenliga villkoren önskar byta gashandlare, den eller de berörda operatörerna genomför detta byte inom tre veckor, och
b) att kunderna har rätt att erhålla samtliga relevanta förbrukningsuppgifter."

5.10. **Biavtal**

Artikel 15

1. *Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 15 i Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/48/EG av den 23 april 2008 om konsumentkreditavtal, ska biavtal automatiskt hävas utan kostnad för konsumenten, fränsett kostnader som föreskrivs i artiklarna 13.2 och 14 i detta direktiv, om konsumenten utövar sin ångerrätt och frånträder ett distansavtal eller ett avtal utanför fasta affärslokaler i enlighet med artiklarna 9–14 i detta direktiv.*
2. *Medlemsstaterna ska meddela närmare föreskrifter om hävning av sådana avtal.*

I artikel 2.15 definieras biavtal som "ett avtal genom vilket konsumenten förvärvar varor eller tjänster i samband med ett distansavtal eller ett avtal utanför fasta affärslokaler, när dessa varor levereras eller dessa tjänster tillhandahålls av näringsidkaren eller en tredje part på grundval av en överenskommelse mellan den tredje parten och näringsidkaren". Det kan till exempel röra sig om

- ett avtal om leverans, underhåll eller installation,
- ett försäkringsavtal eller ett kreditavtal för finansiering av köpet,
- extra garanti.

Även om de i allmänhet inte ingår i direktivets tillämpningsområde enligt artikel 3.3 d hävs eventuella biavtal avseende försäkring eller kredit i enlighet med artikel 15.

För att avgöra vilket som är huvudavtalet och vilket som är biavtalet bör förhållandet mellan de två olika men sammankopplade avtalen utvärderas.

- *Om en konsument genom separata avtal med samma näringsidkare till exempel köper mobiltelefonitjänster och en mobiltelefon som delbetalas varje månad tillsammans med abonnemanget bör tjänsteavtalet betraktas som huvudavtal. Detta bör inte hindra konsumenten från att endast frånträda biavtalet som rör köpet och ändå behålla tjänsteavtalet.*

Om biavtalet omfattas av direktivet (om det till exempel är ett avtal om leverans eller installation) bör konsumenten ersätta näringsidkaren för kostnaden för vad som har tillhandahållits i enlighet med artiklarna 13.2 och 14.

Om biavtalet generellt ligger utanför direktivets tillämpningsområde (om det till exempel är ett försäkrings- eller kreditavtal) regleras konsekvenserna av hävningen däremot av de sektorsspecifika eller allmänna avtalsrättsliga bestämmelserna i medlemsstaterna.

Närmare bestämmelser om hävning av biavtal ska fastställas av medlemsstaterna. Det kan till exempel vara bestämmelser om att näringsidkaren har skyldighet att underrätta alla andra berörda näringsidkare när en konsument underrättar näringsidkaren om att konsumenten har beslutat att frånträda huvudavtalet.

5.11. **Undantag från ångerrätten**

I artikel 16 första stycket anges 13 avtal/situationer där konsumenten inte har någon ångerrätt eller under vissa omständigheter förlorar denna rätt.

Utöver detta införs genom direktiv (EU) 2019/2161 två lagstiftningsval för medlemsstaterna vad gäller avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, liksom vad gäller reparationer som konsumenten uttryckligen har begärt.

Nedan beskrivs ett antal situationer eller avtal som förtjänar särskild uppmärksamhet i detta sammanhang. De undantag som gäller för helt fullgjorda tjänsteavtal och avtal om digitalt innehåll på internet behandlas för sig i avsnitt 5.6 respektive 5.7.

5.11.1. *Varor och tjänster vars pris beror på svängningar på finansmarknaden*

Artikel 16

- b) *Tillhandahållande av varor eller tjänster vars pris beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka och som kan uppstå under den tid då ångerfristen löper.*

I skäl 43 i direktiv (EU) 2019/2161 förtydligas att avtal om enskilda leveranser av energi som inte tillhandahålls genom energinätet bör vara undantagna från ångerrätten enligt artikel 16 första stycket b "eftersom priset på sådan energi är beroende av svängningar på råvaru- eller energimarknaderna som näringsidkaren inte kan påverka och som kan uppstå under den tid då ångerfristen löper".

5.11.2. Varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel

Artikel 16

c) Tillhandahållande av varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel.

En vara som tillverkas enligt konsumentens anvisningar definieras i artikel 2 i konsumenträttighetsdirektivet som "en vara som inte är tillverkad på förhand och vars tillverkning sker på basis av konsumentens individuella val eller beslut". I skäl 49 i konsumenträttighetsdirektivet anges "specialtillverkade gardiner" som ett exempel på varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel.

Eftersom denna bestämmelse utgör ett undantag från den mer allmänna regeln i konsumenträttighetsdirektivet, som ger konsumenterna rätt att frånträda distansavtal/avtal utanför fasta affärslokaler bör den tolkas restriktivt.

Detta undantag bör därför omfatta till exempel följande:

- Varor för vilka konsumenten har lämnat anvisningar, till exempel mått för möbler eller storlek på ett tyg.
- Varor för vilka konsumenten har begärt särskilda personliga inslag, till exempel en viss design för en bil som tillverkas på beställning eller en specifik komponent för en dator, som måste köpas in separat för den specifika beställningen och som inte ingår i näringsidkarens allmänna utbud till allmänheten.
- Adresslappar med konsumentens kontaktuppgifter.

Med anvisningar/personlig prägel menas i detta sammanhang att varorna i princip är unika och tillverkas enligt de personliga önskemål och krav som anges av konsumenten och avtalas med näringsidkaren.

I de fall då konsumenten bara anpassar varorna genom att välja bland de standardalternativ (som är fastställda på förhand) som tillhandahålls av näringsidkaren bör det däremot inte vara möjligt att tala om varken "anvisningar" eller "personlig prägel" i den snäva mening som avses i denna bestämmelse. Undantag bör därmed inte gälla vid köp av följande:

- Möbler där en särskild färg eller klädsel väljs från en tillverkarens utbud.
- En bil med extra utrustning som väljs från tillverkarens utbud.
- En möbelgrupp som satts samman av standarddelar.

Undantaget ska inte heller gälla för avtal om **tjänster som leder till ett fysiskt resultat**. I mål C-208/19, NK (privat byggprojekt), slog domstolen fast att ett avtal mellan en arkitekt och en konsument, enligt vilket den förstnämnde ska ta fram ritningar till en ny byggnad som ska uppföras, inte kan anses omfattas av artikel 16 c i konsumenträttighetsdirektivet. Även om ritningarna skulle kunna tillhandahållas i fysisk form på papper eller i digital form rör avtalet i sak en intellektuell tjänst, nämligen att rita ett hus, och den påföljande leveransen har bara en underordnad funktion ⁽¹³⁹⁾.

Domstolens resonemang visar på vikten av den kreativa process som behövs för att ett fysiskt resultat ska uppstå när det gäller att avgöra vilken typ av avtal det rör sig om. Ett liknande resonemang skulle kunna användas för andra intellektuella tjänster (till exempel rådgivning om redovisning eller juridiska frågor eller fotografering vid familjehögtider), vars resultat kan presenteras i fysisk form.

I de fall då undantaget gäller är begränsningen av rätten att frånträda avtal om varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel däremot absolut och **beror inte på om näringsidkaren har börjat arbeta på beställningen eller inte**. Detta bekräftades i mål C-529/19, Möbel Kraft, där domstolen konstaterade att detta var den enda tolkningen av artikel 16 c i konsumenträttighetsdirektivet som leder till att rättssäkerhet uppnås, vilket är ett av målet med direktivet i enlighet med skälen 7 och 40 ⁽¹⁴⁰⁾. Om konsumenten har ångerrätt skulle kunna ifrågasättas om denna ångerrätt berodde på hur långt näringsidkaren har kommit i sitt fullgörande

⁽¹³⁹⁾ C-208/19, NK (privat byggprojekt), ECLI:EU:C:2020:382, punkterna 58–59.

⁽¹⁴⁰⁾ C-529/19, Möbel Kraft, ECLI:EU:C:2020:846, punkterna 27–29.

av avtalet, vilket konsumenten i allmänhet inte känner till och i ännu mindre grad har något inflytande över. En sådan tolkning skulle inte heller vara förenlig med näringsidkarens skyldighet att tillhandahålla tydlig information innan avtal ingås.

5.11.3. Varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla

Artikel 16

d) Tillhandahållande av varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.

”Snabbt kan försämrats eller bli för gamla” är en egenskap hos den berörda varan som kan bedömas objektivt. Följande är uppenbara exempel på varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla och som omfattas av led d:

- Livsmedel med kort hållbarhet, inbegripet sådana som ska förvaras kyllda.
- Mat som hämtas eller levereras från restauranger.
- Färska blommor.

Vad gäller **abonnemangsavtal för regelbundna leveranser av mat från restauranger** finns det ingen ångerrätt för den faktiska leveransen, men konsumenten kan ändå säga upp abonnemanget enligt reglerna om ångerrätt vid ”regelbunden leverans av varor” enligt artikel 9.2 b iii, det vill säga inom 14 dagar från den dag då den första varan tas emot.

Växter har naturligt en begränsad livslängd då deras egenskaper förblir bevarade. Det krävs att någon (till exempel transportföretaget eller konsumenten) gör något aktivt för att bevara växternas egenskaper, och det gör i princip växter objektivt annorlunda än andra varor (som textilier, elektronisk utrustning och liknande). Dessa andra varor lär inte snabbt försämrats eller bli för gamla om de förvaras under lämpliga förhållanden och det enda som konsumenten behöver göra för att inte hållas ansvarig enligt artikel 14.2 är att se till att de inte utsätts för onormala förhållanden innan de skickas tillbaka.

Vilken omvårdnad växter behöver för att deras egenskaper ska bevaras under en längre tid, även då konsumenten skickar tillbaka dem, måste därför bedömas från fall till fall. Det är alltså bara i de fall då växterna i fråga inte snabbt kan försämrats eller bli för gamla som ångerrätten bör gälla.

5.11.4. Varor som är förslutna av hälsoskydds- och hygienskäl

Artikel 16

e) Tillhandahållande av förslutna varor som av hälsoskydds- eller hygienskäl inte lämpligen kan returneras och som öppnats av konsumenten efter det att de levererats.

För att en vara ska vara undantagen från ångerrätten enligt led e ska det finnas verkliga hälsoskydds- och hygienskäl för att förse varan med förslutning i form av till exempel skyddsomslag eller skyddsfilm. Undantag bör gälla för exempelvis följande varor om förslutningen har brutits av konsumenten:

- Kosmetiska produkter, till exempel läppstift.
- Tandborstar, rakapparater och liknande hygienartiklar.

I mål C-681/17, *slewo*, slog domstolen fast att undantaget inte gäller för madrasser. Domstolen hävdade särskilt att det är en varas art som kan motivera att dess förpackning försluts av hälsoskydds- eller hygienskäl och att den omständigheten att en sådan förpackning öppnas därmed medför att garantin för hälsoskydd och hygien för den vara som förpackningen innesluter förverkas ⁽¹⁴¹⁾.

⁽¹⁴¹⁾ C-681/17, *slewo*, ECLI:EU:C:2019:255, punkt 37.

Undantaget från ångerrätten enligt artikel 16 första stycket e gäller följaktligen endast om det, när en försluten varuförpackning har öppnats, är så att den vara som förpackningen innesluter **definitivt inte längre kan säljas av hälsoskydds- eller hygienskäl**, till följd av att varans art i sig medför att det blir omöjligt eller orimligt svårt för näringsidkaren att vidta åtgärder som gör det möjligt att sälja varan på nytt utan att det äventyrar något av dessa krav ⁽¹⁴²⁾.

5.11.5. *Varor som blandas med andra föremål på så sätt att de inte kan skiljas från varandra*

Artikel 16

f) *Tillhandahållande av varor som, till sin natur, efter leverans blandas med andra föremål på så sätt att de inte kan skiljas från varandra.*

I skäl 49 i konsumenträttighetsdirektivet nämns leveranser av "bränsle" som exempel på varor som inte kan skiljas från andra varor.

5.11.6. *Tjänster som ska tillhandahållas en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod*

Artikel 16

l) *Tillhandahållande av logi för andra ändamål än permanent boende, varutransport, tjänster som avser biluthyrning, catering eller tjänster som avser fritidsverksamhet när det i avtalet anges att tjänsterna ska tillhandahållas en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod.*

För att detta undantag ska gälla ska det stå i avtalet att den aktuella tjänsten ska tillhandahållas "en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod". Eftersom detta är ett undantag ska tolkningen även här vara restriktiv ⁽¹⁴³⁾. Undantaget bör därför tillämpas med beaktande av de skäl som anges i skäl 49: "Beviljande av ångerrätt för konsumenten kan också vara olämplig för vissa tjänster där **ingäendet av ett avtal innebär att kapacitet reserveras** som näringsidkaren kan få svårt att fylla om ångerrätt utövas. Detta skulle vara fallet till exempel vid bokning av hotell och fritidshus eller vid kulturella evenemang och sportevenemang." Begränsningen av ångerrätten enligt artikel 16 första stycket l bör således inte gälla för avtal för fritidsverksamhet, där näringsidkarens kapacitet inte begränsas.

I skäl 49 ges följande exempel på fall då undantaget enligt artikel 16 första stycket l gäller:

- *Bokningar av hotell och fritidshus.*
- *Kulturella evenemang och sportevenemang.*
- *Catering till en födelsedags- eller bröllopsfest en bestämd dag.*

På samma sätt bör frasen "varutransport" tolkas generöst. I mål C-336/03, *easyCar*, som gäller direktiv 97/7/EG om distansförsäljning slog domstolen fast att "transport(er)" även omfattar att ställa transportmedel till konsumentens förfogande ⁽¹⁴⁴⁾. Enligt denna tolkning kan uthyrning av lastbilar för varutransport på en bestämd dag omfattas av undantaget för "varutransport" i artikel 16 första stycket l.

Även om artikel 16 första stycket l omfattar avtal för varutransport skulle den inte gälla lagringstjänster, även om de tillhandahålls på bestämda dagar.

⁽¹⁴²⁾ Ibid., punkt 40. Se även avsnitt 6.5.4 som innehåller mer information om mål C-681/17.

⁽¹⁴³⁾ Ytterligare vägledning om ångerrätten vad gäller fritidsaktiviteter förväntas komma från det pågående målet C-96/21, *CTS Eventim*, som handlar om ett fall där näringsidkaren inte själv är den som direkt utför tjänsten som avser fritidsverksamhet som konsumenten köpt utan endast säljer en rätt till tillträde till denna tjänst.

⁽¹⁴⁴⁾ Se C-336/03, *easyCar*, ECLI:EU:C:2005:150, särskilt punkterna 26 och 31.

5.11.7. Reparationer som begärs av konsumenten

Artikel 16

h) Avtal där konsumenten uttryckligen uppmanat näringsidkaren att uppsöka konsumenten i bostaden för att där vidta brådskande reparations- eller underhållsåtgärder. Om näringsidkaren vid ett sådant hembesök tillhandahåller andra tjänster än de som konsumenten uttryckligen begärt att få eller andra varor än reservdelar som är nödvändiga för utförandet av underhållet eller reparationerna ska ångerrätten gälla för dessa andra tjänster eller varor.

Undantaget från ångerrätten enligt artikel 16 första stycket h i konsumenträttighetsdirektivet gäller brådskande reparationer och underhåll.

För alla andra reparationer som inte är brådskande har konsumenten ångerrätt, och näringsidkaren måste informera konsumenten om denna rätt. Om näringsidkaren inte har informerat kunden om ångerrätten, eller gjorde det med fördröjning, gäller artikel 10 och artikel 14.4 a. Konsumenten kan utöva ångerrätten inom 14 dagar från det att avtal ingås. Enligt artikel 16 första stycket a förlorar dock konsumenten ångerrätten om (reparations)tjänsten fullständigt har utförts. För att denna begränsning ska gälla måste näringsidkaren ha fått 1) konsumentens uttryckliga förhandssamtycke och 2) konsumentens medgivande till att ångerrätten går förlorad när tjänsten har utförts. Dessa två villkor för att näringsidkaren ska kunna börja utföra tjänsten under ångerfristen anges i artikel 7.3 för avtal utanför fasta affärslokaler och artikel 8.8 för distansavtal.

Artikel 16

I fråga om tjänsteavtal som innebär en betalningsskyldighet för konsumenten, där konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer, får medlemsstaterna föreskriva att konsumenterna förlorar ångerrätten efter det att tjänsten fullständigt utförts, under förutsättning att tjänsten har börjat utföras med konsumentens uttryckliga förhandssamtycke.

Detta lagstiftningsval, som lades till i artikel 16 tredje stycket genom direktiv (EU) 2019/2161⁽¹⁴⁵⁾, ger medlemsstaterna möjlighet att avvika från villkoren om att ångerrätten går förlorad enligt artikel 16 första stycket a genom att föreskriva att det för reparationer enligt artikel 16 tredje stycket räcker om näringsidkaren får uttryckligt förhandssamtycke från konsumenten innan denne börjar utföra tjänsten. I detta fall måste näringsidkaren alltså inte inhämta konsumentens medgivande om att ångerrätten går förlorad enligt artikel 7.3 eller artikel 8.8.

5.12. Lagstiftningsval för icke begärda besök eller utflykter

5.12.1. Inledning

Genom direktiv (EU) 2019/2161 ändrades både direktivet om otillbörliga affärsmetoder och konsumenträttighetsdirektivet så att medlemsstaterna nu får anta bestämmelser som ska skydda konsumenternas berättigade intressen vad gäller aggressiva eller vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter, förutsatt att dessa bestämmelser är proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet. Den logiska grunden för sådana bestämmelser förklaras i skäl 54–57 i direktiv (EU) 2019/2161, där subsidiaritetsprincipen och målet att underlätta upprätthållandet av efterlevnaden betonas.

Direktivet om otillbörliga affärsmetoder innehåller allmänna bestämmelser, enligt vilka medlemsstaterna kan anta proportionella, icke-diskriminerande och motiverade nationella bestämmelser för att skydda konsumenter från aggressiva eller vilseledande icke begärda besök och/eller utflykter som organiseras av en näringsidkare (se avsnitt 1.1 i vägledningen till direktivet om otillbörliga affärsmetoder för mer information).

⁽¹⁴⁵⁾ Se skäl 42 i direktiv (EU) 2019/2161.

Utöver de allmänna bestämmelserna i direktivet om otillbörliga affärsmetoder har medlemsstaterna enligt konsumenträttsdirektivet rätt att anta nationella bestämmelser med mer generösa regler för ångerrätt. Vad gäller artiklarna 9.1a, 10.2, 14.4 och 16 i konsumenträttsdirektivet kan medlemsstaterna till exempel bestämma att ångerfristen ska vara 30 dagar (i stället för 14) eller avvika från flera av de befintliga undantagen från ångerrätten vid icke begärda besök eller utflykter.

Enligt artikel 29.1 i konsumenträttsdirektivet ska medlemsstaterna senast den 28 november 2021 informera kommissionen om nationella åtgärder som avviker från ångerrätten och om alla eventuella senare ändringar. De ska alltså förklara exakt vilka nationella bestämmelser det rör sig om i en särskild anmälan och inte bara lämna information i den allmänna anmälan om införlivandeåtgärder.

5.12.2. Förlängning av ångerfristen

Enligt artikel 9.1a får medlemsstaterna förlänga ångerfristen från 14 till 30 dagar för avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter.

Artikel 9

1a. *I syfte att skydda konsumenternas berättigade intressen vad gäller aggressiva eller vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder, får medlemsstaterna anta bestämmelser om att den ångerfrist på 14 dagar som avses i punkt 1 förlängs till 30 dagar för avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet.*

Artiklarna 6.4, 9.2, 10.2 och 14.4, där ångerfristen omnämns, ändrades också genom direktiv (EU) 2019/2161, så att de nu innehåller hänvisning till möjligheten att förlänga denna frist till 30 dagar.

Artikel 6.4

4. Informationen i punkt 1 h, i och j i den här artikeln får lämnas med hjälp av blankettmallen för information om ångerrätt i bilaga I A. Om näringsidkaren har tillhandahållit denna informationsblankett korrekt ifylld till konsumenten är informationskraven i punkt 1 h, i och j i den här artikeln uppfyllda. **Hänvisningarna till ångerfristen på 14 dagar i blankettmallen för information om ångerrätt i bilaga I A ska ersättas med hänvisningar till en ångerfrist på 30 dagar i fall då medlemsstater har antagit bestämmelser i enlighet med artikel 9.1a.**

Artikel 9.2

2. Utan att det påverkar tillämpningen av artikel 10 ska den ångerfrist som avses i punkt 1 i den här artikeln löpa ut efter 14 dagar **eller, om medlemsstaterna har antagit bestämmelser i enlighet med punkt 1a i den här artikeln, 30 dagar** räknat från

Artikel 10.2

2. Om näringsidkaren har informerat konsumenten enligt punkt 1 i den här artikeln inom 12 månader räknat från den dag som avses i artikel 9.2 ska ångerfristen löpa ut 14 dagar **eller, om medlemsstaterna har antagit bestämmelser i enlighet med artikel 9.1a, 30 dagar** efter den dag då konsumenten mottagit informationen.

Artikel 14.4

4. *Konsumenten ska inte stå för några kostnader för*

b) tillhandahållande, helt eller delvis, av digitalt innehåll som inte tillhandahålls på ett fysiskt medium

i) om inte konsumenten gett sitt uttryckliga förhandssamtycke till att tjänsterna börjar utföras före utgången av den 14- eller 30-dagarsperiod som avses i artikel 9,

5.12.3. Avvikelse från undantagen från ångerrätten

Artikel 16

I syfte att skydda konsumenternas berättigade intressen vad gäller aggressiva eller vilseledande marknadsförings- eller försäljningsmetoder, får medlemsstaterna avvika från undantagen från ångerrätten enligt första stycket a, b, c och e i fråga om avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter. Sådana bestämmelser ska vara proportionella, icke-diskriminerande och motiverade med hänsyn till konsumentskyddet.

För avtal som ingås i samband med en näringsidkares icke begärda besök i konsumentens hem eller utflykter som organiseras av en näringsidkare, vars syfte eller resultat är marknadsföring eller försäljning av produkter till konsumenter får medlemsstaterna avvika från följande undantag från ångerrätten:

- Tjänsteavtal efter det att tjänsten fullständigt utförts (artikel 16 första stycket a).
- Tillhandahållande av varor eller tjänster vars pris beror på sådana svängningar på marknaden som näringsidkaren inte kan påverka och som kan uppstå under den tid då ångerfristen löper (artikel 16 första stycket b).
- Tillhandahållande av varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel (artikel 16 första stycket c).
- Tillhandahållande av förslutna varor som av hälsoskydds- eller hygienskäl inte lämpligen kan returneras och som öppnats av konsumenten efter det att de levererats (artikel 16 första stycket e).

Avvikelsen behöver **inte nödvändigtvis innebära att undantaget från ångerrätten inte tillämpas alls**. Det kan även röra sig om en ändring av ett befintligt undantag så att det blir mer förmånligt för konsumenten samtidigt som man säkerställer att det är proportionellt (även med hänsyn till näringsidkarnas berättigade intressen), icke-diskriminerande och motiverat med hänsyn till konsumentskyddet.

6. Leverans

Artikel 18

1. Såvida parterna inte har kommit överens om något annat i fråga om leveranstiden ska näringsidkaren leverera varorna genom att överföra den fysiska besittningen av eller kontrollen över varorna till konsumenten utan onödigt dröjsmål och senast 30 dagar efter det att avtalet ingåtts.

2. Om näringsidkaren inte fullgör sin skyldighet att leverera varorna inom den tidsfrist som överenskommit med konsumenten eller inom den tidsfrist som anges i punkt 1, ska konsumenten uppmana näringsidkaren att genomföra leveransen inom en ytterligare tidsperiod som är lämplig mot bakgrund av omständigheterna. Om näringsidkaren inte levererar varorna inom denna ytterligare tidsperiod har konsumenten rätt att häva avtalet.

Första stycket är inte tillämpligt på köpeavtal där näringsidkaren har vägrat att leverera varorna eller där leverans inom den överenskomna fristen är avgörande med hänsyn tagen till alla omständigheter i samband med att avtalet ingicks eller där konsumenten informerar näringsidkaren, innan avtalet ingås, om att leverans en bestämd dag eller senast en bestämd dag är avgörande. I sådana fall ska konsumenten, om näringsidkaren inte levererar varorna inom den tidsfrist som överenskommit med konsumenten eller inom den tidsfrist som anges i punkt 1, ha rätt att omedelbart häva avtalet.

3. Då ett avtal hävs ska näringsidkaren utan onödigt dröjsmål återbetala alla belopp som erlagts i enlighet med avtalet.

4. Utöver att häva avtalet i enlighet med punkt 2 kan konsumenten eventuellt ha tillgång till andra medel som anges i nationell lagstiftning.

Artikel 18 gäller endast köpeavtal, vilket uttryckligen slås fast i artikel 17.1. Bestämmelserna i artikel 18 om tidpunkten för leverans är kopplade till kravet i artiklarna 5.1 d och 6.1 g om att ange tidpunkten för leveransen av varorna.

Enligt artikel 6.1 g om **distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler** ska näringsidkaren informera konsumenten om "datum för när näringsidkaren åtar sig leverera varan eller tillhandahålla tjänsten". Vid **avtal i fasta affärslokaler** enligt artikel 5.1 d ska denna information lämnas "i förekommande fall".

Därför behöver denna information inte lämnas vid **avtal i fasta affärslokaler** om varorna levereras eller tjänsten utförs omedelbart. För köpeavtal i fasta affärslokaler behöver denna information inte heller lämnas om säljaren planerar att leverera varorna inom den tidsfrist på 30 dagar som anges i artikel 18.1 (se även avsnitt 3 om information som ska tillhandahållas innan avtal ingås).

Det är viktigt att notera att direktivet inte innehåller några särskilda bestämmelser för tjänsteavtal i de fall då näringsidkaren underlåter att ange tidpunkt för när tjänsterna ska utföras. Följderna av ett sådant utelämnande kan regleras i nationell lagstiftning.

Om näringsidkaren inte genomför leveransen inom den angivna tidsfristen eller inom den tid som uppgetts för konsumenten ska konsumenten enligt artikel 18.2 komma överens med näringsidkaren om att förlänga leveransperioden. Om näringsidkaren fortfarande inte levererar innan förlängningen löper ut har konsumenten rätt att häva avtalet.

Om den uppgivna leveransperioden eller den vanliga 30-dagarsperioden är avgörande (till exempel för leverans av en brudklänning, se skäl 52) och näringsidkaren underlåter att leverera i tid bör konsumenten ha rätt att häva avtalet omedelbart efter utgången av den tidsfrist som ursprungligen avtalades.

Nationell lagstiftning kan reglera hur konsumenten bör underrätta näringsidkaren om hävningen av avtalet (se skäl 52).

Enligt artikel 18.4 får nationell lagstiftning ge konsumenten tillgång till andra medel. Exempel på sådana medel ges i skäl 53: "Utöver konsumentens rätt att häva avtalet om näringsidkaren inte har fullgjort sin skyldighet att leverera varan i enlighet med detta direktiv, får konsumenten, i enlighet med tillämplig nationell lagstiftning, tillgripa andra medel **såsom att förlänga leveransfristen för näringsidkaren, kräva att avtalet fullgörs, innehålla betalning och begära skadestånd.**"

Enligt artikel 18.3 ska näringsidkaren om avtalet hävs betala tillbaka alla belopp som betalats utan onödigt dröjsmål. Direktivet anger inte någon tidsfrist för återbetalningen. Om det uppstår en tvist mellan en konsument och en näringsidkare om tidpunkten för återbetalningen kommer de behöriga nationella organen och domstolarna att behöva göra en bedömning från fall till fall. I princip bör näringsidkaren kunna ombesörja återbetalning inom några arbetsdagar.

7. Riskens övergång

Artikel 20

Vid avtal där näringsidkaren sänder varorna till konsumenten ska risken för att varor kommer bort eller skadas övergå till konsumenten när konsumenten eller en tredje part, dock ej transportföretaget, som konsumenten har utsett för detta ändamål fysiskt har tagit varorna i besittning. Utan att det påverkar konsumentens rättigheter mot transportföretaget ska risken emellertid övergå till konsumenten efter leveransen till transportföretaget, om det är konsumenten som anlitat transportföretaget för transporten av varorna och det inte är näringsidkaren som erbjudit detta transportalternativ.

Enligt artikel 20 övergår risken också till konsumenten vid leveransen till transportföretaget om transportföretaget väljs av konsumenten och inte erbjuds av näringsidkaren.

Regelbunden leverans av varor som beställs via e-handel, postorder etc. sker ofta utan att konsumenten omedelbart kontrollerar den vara som levereras. Enligt direktivet ska risken övergå till konsumenten då varan tas i fysisk besittning, oavsett om den har kontrollerats för defekter eller inte. Det finns dock ett krav på felfri leverans enligt direktiv (EU) 2019/771 om försäljning av varor. I artikel 11 i det direktivet fastställs regler för bevisbördan vid eventuell brist på avtalsenlighet.

8. Avgifter för olika betalningssätt

Artikel 19

Medlemsstaterna ska förbjuda näringsidkarna att ta ut större avgifter av konsumenterna för användningen av något visst betalningssätt än vad näringsidkarna själva fått vidkännas till följd av att ifrågasvarande betalningssätt använts.

8.1. Inledning

Artikel 19 handlar om "betalningssätt". Eftersom detta begrepp inte definieras på något sätt bör artikel 19 gälla alla betalningssätt, inklusive kontanter.

Det bör noteras att betaltjänster i sig ingår kategorin "finansiella tjänster" som uttryckligen inte ingår i konsumenträttighetsdirektivets tillämpningsområde enligt artikel 3.3 d. Betaltjänstleverantörer omfattas alltså inte av kraven i direktivet. Kravet i artikel 19 gäller inte betaltjänstleverantörer utan andra näringsidkare som ingår avtal med konsumenter som omfattas av konsumenträttighetsdirektivet. Enligt denna bestämmelse får dessa näringsidkare inte ta ut större avgifter av konsumenterna för användning av något visst betalningssätt än vad som är brukligt vid användning av det betalningssättet.

Tillämpningsområdet för artikel 19 har väsentligen begränsats genom det ändrade betaltjänstdirektivet (det andra betaltjänstdirektivet) som började gälla den 13 januari 2018. I artikel 62.4 i det andra betaltjänstdirektivet anges att inga tilläggsavgifter får tas ut för följande:

- Betalningsinstrument vars förmedlingsavgifter ⁽¹⁴⁶⁾ regleras i Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2015/751 om förmedlingsavgifter för kortbaserade betalningstransaktioner ⁽¹⁴⁷⁾. Detta förbud gäller betalningar med debet- och kreditkort för konsumenter, som står för mer än 95 procent av alla transaktioner på EU:s kortmarknad.
- Betalningstjänster som Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 260/2012 (Sepaförordningen) ⁽¹⁴⁸⁾ tillämpas på, det vill säga betalningar och autogireringar i euro.

Därmed gäller artikel 19 i konsumenträttighetsdirektivet endast de kort för vilka det inte finns något förbud mot tilläggsavgifter, det vill säga företagskort och kort som ges ut av så kallade trepartsbetalningsordningar, där korten ges ut av ordningen själv, som samtidigt kan betraktas som en bank, samt kontantbetalningar.

Det bör dock noteras att medlemsstaterna enligt artikel 62.5 i det andra betaltjänstdirektivet har möjlighet att förbjuda eller begränsa tilläggsavgifter för särskilda betalningsinstrument som inte omfattas av förordningen om förmedlingsavgifter för kortbaserade betalningstransaktioner, som ovan nämnda företagskort och kort som ges ut av trepartsbetalningsordningar.

8.2. Definitionen av avgifter

Artikel 19 bör gälla för alla typer av avgifter som är kopplade till något betalningssätt, oavsett hur avgifterna benämns för konsumenterna.

- Avgifter som benämns **administrations-, boknings- eller hanteringsavgifter** bör till exempel omfattas av artikel 19 om de kan undvikas om ett visst betalningssätt används.

Rabatter som ges till konsumenterna för användning av ett visst betalningssätt, oftast autogirering, bör inte automatiskt betraktas som avgifter som tas ut för andra tillgängliga betalningssätt i den mening som avses i artikel 19. Detta beror på att en sådan rabatt kan grundas på näringsidkarens legitima intresse av att uppmuntra användningen av vissa betalningssätt som är effektivare för dennes företagsstruktur ⁽¹⁴⁹⁾.

⁽¹⁴⁶⁾ Multilaterala förmedlingsavgifter är multilateralt överenskomna avgifter som delas upp mellan betalarens/konsumentens betaltjänstleverantör och betalningsmottagarens/säljarens betaltjänstleverantör.

⁽¹⁴⁷⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2015/751 av den 29 april 2015 om förmedlingsavgifter för kortbaserade betalningstransaktioner (EUT L 123, 19.5.2015, s. 1).

⁽¹⁴⁸⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 260/2012 av den 14 mars 2012 om antagande av tekniska och affärsmässiga krav för betalningar och autogireringar i euro och om ändring av förordning (EG) nr 924/2009 (EUT L 94, 30.3.2012, s. 22).

⁽¹⁴⁹⁾ Autogirering gör det till exempel möjligt för näringsidkaren att förutse kassaflödet. Rabatten för att använda autogirering får därför ges mer för att uppmuntra konsumenten att betala regelbundet på en bestämd dag, snarare än för att använda ett särskilt betalningssätt.

Det kan dock inte uteslutas att tilläggsavgifter, i den mening som avses i artikel 19, kan uppnås genom att ge identiska eller olika rabatter för olika betalningssätt och till exempel endast lämna en eller två betalningssätt utanför rabattsystemet. Varje enskilt rabattsystems förenlighet med artikel 19 behöver bedömas var för sig.

Artikel 19 gäller avgifter som tas ut för användning av något visst betalningssätt. Näringsidkare kan dock ta ut olika priser för samma varor eller tjänster när de säljs genom olika försäljningskanaler.

— *Till exempel kan ett högre pris tas ut för en konsertbiljett som köps direkt vid teatern och ett lägre pris tas ut i andra försäljningslokaler.*

8.3. **Definitionen av den kostnad som "näringsidkarna själva fått vidkännas"**

8.3.1. *Handlarens serviceavgift och andra direkta kostnader*

Direktivet innehåller ingen definition eller information om begreppet "vad näringsidkarna själva fått vidkännas" som anges i artikel 19.

För de flesta näringsidkare är det **handlarens serviceavgift** som utgör den största enskilda delen i kostnaden för att ta emot kortbetalningar. Handlarens serviceavgift omfattar i allmänhet

- 1) den förmedlingsavgift som näringsidkarens bank (den inlösende banken) betalar till kortutgivaren ⁽¹⁵⁰⁾,
- 2) de avgifter som näringsidkarens bank betalar till ordningen (till exempel Visa eller Mastercard),
- 3) den marginal som behålls av näringsidkarens bank för att täcka kostnader och vinst.

För kreditkortstransaktioner är handlarens serviceavgift vanligtvis en procentandel av transaktionens värde, medan det för betalkortstransaktioner oftast, men inte alltid, är ett schablonbelopp. Handlarens serviceavgift varierar avsevärt beroende på omsättning, bransch och varje näringsidkares specifika omständigheter.

Det kan dessutom finnas **transaktionsavgifter eller avgifter för omkostnader som näringsidkaren betalar till den inlösende banken eller till en förmedlande betaltjänstleverantör.**

Förmedlande betaltjänstleverantörer hjälper vissa detaljhandlare att ta emot säkra betalningar och får ta ut avgifter för att tillhandahålla betalningsfunktioner, bedrägeriupptäckt och hanteringstjänster och/eller tjänster som vanligtvis tillhandahålls av inlösende banker ⁽¹⁵¹⁾.

8.3.2. *Allmänna kostnader för att driva företag*

Näringsidkare har vanligtvis andra verksamhetskostnader som kan vara indirekt kopplade till mottagning eller hantering av betalningar för olika betalningssätt. Dessa är i huvudsak administrativa kostnader, avgifter för installation och montering av utrustning och kostnader som härrör från bedrägeri- och riskhantering.

8.3.3. *Kostnader som motiverar en avgift för användning av ett betalningssätt*

Endast **avgifter som debiteras näringsidkaren direkt** för användning av ett betalningssätt ska betraktas som avgift som näringsidkaren själv fått vidkännas för det betalningssättet i den mening som avses i artikel 19.

De kostnader för näringsidkaren som rättmätigt kan motivera att avgifter debiteras konsumenterna är **handlarens serviceavgift och de transaktionsavgifter eller avgifter för omkostnader som betalas till förmedlande betaltjänstleverantörer för vissa eller alla tjänster för sälj företag som vanligtvis tillhandahålls av inlösende banker.** I dessa fall sköter den förmedlande betaltjänstleverantören vanligtvis kontakten med den inlösende banken och fungerar som en kontaktpunkt för handlare och debiterar ett pålägg på den inlösende bankens avgifter för de berörda tjänsterna.

⁽¹⁵⁰⁾ Enligt förordning Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2015/751 om förmedlingsavgifter för kortbaserade betalningstransaktioner (EUT L 123, 19.5.2015, s. 1) får förmedlingsavgiften inte överstiga 0,2 procent av transaktionsvärdet för konsumenters betalkort och 0,3 procent för konsumenters kreditkort. Detta avgör tydligt en del av den kostnad som näringsidkarna själva vidkänns.

⁽¹⁵¹⁾ Förmedlande betaltjänstleverantörer hjälper vissa detaljhandlare att ta emot säkra betalningar via internet eller i andra situationer då "kortinnehavaren inte är närvarande", såsom via teletjänstcentraler eller postorder. Förmedlande betaltjänstleverantörer kan ta ut avgifter för i) tillhandahållande av sådan utrustning och sådana tjänster som behövs för att ta emot onlinebetalningar och andra distansbetalningar, till exempel betalningsfunktioner för detaljhandlars webbplatser och/eller ii) tillhandahållande av tjänster för bedrägeriupptäckt och bedrägerihantering (som vissa förmedlande betaltjänstleverantörer är specialiserade på) och/eller tillhandahållande av vissa eller alla av de tjänster för sälj företag som vanligtvis tillhandahålls av inlösende banker, upp till fullständig transaktionsbehandling. I dessa fall sköter den förmedlande betaltjänstleverantören vanligtvis kontakten med den inlösende banken och fungerar som en kontaktpunkt för handlaren och debiterar ett pålägg på den inlösende bankens aktuella avgifter.

Näringsidkaren väljer själv om denne vill köpa in till exempel följande varor/tjänster:

- Inköp och underhåll av kassasystem, som kortterminaler.
- Bedrägeriövervakning och kontroll av att betalkortsbranschens datasäkerhetsstandarder, PCI DSS, uppfylls för att förebygga bedrägerier, vilket är ett krav från alla större kortnätverk.
- Utveckling och drift av infrastrukturen för hantering av kortbetalningar, såsom betalningsfunktioner för webbplatser eller teletjänstcentraler.
- Personalutbildning.

Kostnaden för betalningsutrustning och tjänster för upptäckt av bedrägerier och funktionstjänster (eller liknande) bör i stället betraktas som allmänna kostnader som uppstår i samband med driften av ett företag oavsett om näringsidkaren betalar för dem direkt eller om varorna/tjänsterna utkontrakteras. Om de är utkontrakterade debiteras de vanligtvis separat från de vanliga avgifterna för omkostnader och handlarens serviceavgift.

Hanteringen av kort- och kontantbetalningar innebär **personalkostnader** som är svåra att kvantifiera eftersom de ofta ingår i de allmänna administrativa kostnaderna. De kostnader som härrör från **bedrägeri- och riskhantering** varierar avsevärt mellan olika sektorer och näringsidkare men betraktas i allmänhet som sjunkande tack vare ny teknik för elektroniska betalningar. Eftersom dessa kostnader är desamma för oavsett typ av verksamhet (även om de rör säkerställande av regelefterlevnad) bör de inte heller betraktas som kostnader som "näringsidkarna själva får vidkännas för användning av ett visst betalningssätt" enligt artikel 19 utan bör i stället betraktas som ingående i de allmänna kostnaderna för att driva företag.

Detta argument är särskilt relevant för företag som bara säljer varor eller tjänster på nätet och som endast använder elektroniska betalningssätt. För sådana företag är de personalkostnader som uppstår i samband med hantering av elektroniska betalningar och bedrägeri- eller riskhantering grundläggande inslag i deras affärsmodell.

Om kostnader "som näringsidkarna själva får vidkännas för användning av ett visst betalningssätt" skulle inbegripa alla möjliga typer av kostnader som även indirekt kan kopplas till ett betalningssätt **skulle dessutom artikel 19 ur mer praktisk synvinkel bli svår att upprätthålla och den skulle inte ha praktisk ändamålsenlig verkan**. Detta gäller med tanke på att det till exempel finns mycket lite offentligt tillgänglig information om administrativa kostnader och att den exakta kostnaden för utrustning och/eller installation endast kan beräknas genom att dela upp den på ett okänt antal transaktioner. Näringsidkarna bör därför täcka dessa kostnader genom de priser de tar för sina varor och tjänster i stället för att ta ut tilläggsavgifter för vissa typer av betalningssätt.

8.4. **Kontantbetalningar i utländsk valuta**

Kontantbetalningar i utländsk valuta är också ett "betalningssätt" i den mening som avses i artikel 19. Därför bör en näringsidkare inte använda valutaomräkning som ett sätt att faktiskt ta ut tilläggsavgifter av konsumenten som inte motiveras av de faktiska kostnader som uppstår genom att näringsidkaren erbjuder möjligheten att betala kontant i utländsk valuta (det vill säga de kostnader som näringsidkaren vidkänns för att växla de kontanter som erhållits).

- *Om en näringsidkare som driver en restaurang i ett avlägset område som ett undantag tar emot en kontant betalning från en turist i utländsk valuta kan valutakursen till exempel vara något högre än den faktiska kursen för att täcka näringsidkarens extraordinära kostnad för att resa till närmaste bank samt bankens eventuella valutaväxlingsavgifter.*
- *Om näringsidkaren tar betalt med en alltför hög valutakurs i ovanstående scenario skulle det dock vara en överträdelse av artikel 19 eftersom intäkterna från en sådan transaktion väsentligen skulle överstiga de extraordinära kostnaderna.*
- *Om näringsidkaren däremot brukar ta emot kontantbetalningar i utländsk valuta kan sannolikt endast de vanliga valutaväxlingsavgifterna räknas som kostnader som vidkänns av näringsidkaren. Så skulle antagligen vara fallet för en restaurang i en turistort där turister ofta betalar i utländsk valuta.*

9. Telefonkommunikation

Artikel 21

Om näringsidkaren har en telefontjänst för kundkontakter i anslutning till avtal som ingåtts ska medlemsstaterna se till att konsumenterna som ringer upp näringsidkaren inte debiteras mer än grundläggande samtalstariff.

Första stycket ska inte påverka rätten hos dem som tillhandahåller telekommunikationstjänster att ta ut avgifter för sådana samtal.

Syftet med denna bestämmelse är att skydda konsumenterna mot tilläggsavgifter om de behöver ringa den näringsidkare som de har ingått ett avtal med, till exempel om de har ett klagomål. Konsumenten ska inte behöva betala mer än "den grundläggande samtalstariffen" för sådana samtal. Genom direktiv (EU) 2019/2161 ändrades artikel 3.3 k i konsumenträttsdirektivet så att även passagerartransporttjänster omfattas av artikel 21.

Även om konsumenträttsdirektivet inte innehåller någon uttrycklig definition av "grundläggande samtalstariff" är den logiska grunden att det ska finnas krav på att näringsidkarna ser till att konsumenterna inte behöver betala mer än den **rena kostnaden** för den elektroniska kommunikationstjänst för samtal som omfattas av artikel 21. Detta bekräftades av domstolen i mål C-568/15 som konstaterar att "normaltaxan" motsvarar den normala kostnad som en konsument kan förvänta sig för ett vanligt samtal och som inte utlöser näringsidkarens skyldighet att informera konsumenten om denna kostnad⁽¹⁵²⁾. Samtalsavgiften får med andra ord inte överstiga kostnaden för ett samtal till ett **vanligt (geografiskt bundet) nummer i det fasta nätet eller till ett vanligt mobilnummer**.

Nummer som inte är geografiskt bundna men som leverantörer av elektroniska kommunikationstjänster normalt inkluderar i sina erbjudanden om "paket" med minuter till ett fast pris per månad samt nummer som inte debiteras mer än taxan för samtal till geografiskt bundna nummer skulle också kunna utgöra exempel på nummer som debiteras med grundläggande samtalstariff.

Nummer som **specialtaxa** vanligtvis tas ut för kan sannolikt inte betraktas som "grundläggande samtalstariff". Genom **betalsamtal** kan användarna (näringsidkarna) få intäkter för att helt eller delvis täcka kostnaderna för en teletjänstcentral eller få extra intäkter från dessa telefonsamtal genom att dela på intäkterna med teleoperatören. I praktiken är det högst osannolikt att samtal till betalnummer debiteras enligt "grundläggande samtalstariff". Samtidigt har domstolen i mål C-568/15 förtydligat att så länge regeln om "grundläggande tariff" respekteras har det ingen betydelse huruvida näringsidkaren gör en vinst genom sådana telefonsamtal⁽¹⁵³⁾.

Även om kostnaden för telefonsamtal begränsas av artikel 21 kommer det faktiska priset för att ringa näringsidkaren för de syften som avses i artikel 21 att fortsätta att variera för olika konsumenter beroende på vilken leverantör av elektroniska kommunikationstjänster som väljs för samtalet.

Begreppet "grundläggande samtalstariff" i konsumenträttsdirektivet bör inte tolkas så att näringsidkare måste använda gratisnummer, som i allmänhet inte kostar något alls för den som ringer dem. Det bör heller inte tolkas så att näringsidkare måste välja en viss teleoperatör eller byta från mobil till fast telefon eller tvärtom.

Artikel 21 bör inte påverka de befintliga skillnaderna mellan tarifferna för nationella, internationella och mobila roamingsamtal som tas ut av leverantörerna av elektroniska kommunikationstjänster. En konsument som ringer en försäljare i en annan medlemsstat kan alltså få betala mer för det samtalet än näringsidkarens inhemska kunder.

Domstolens dom i mål C-332/17, Starman⁽¹⁵⁴⁾, handlade om ett fall där näringsidkaren tillhandahåller två nummer som näringsidkarens kunder kan ringa för de syften som avses i artikel 21, ett som debiteras enligt grundläggande samtalstariff och ett kortnummer till en högre samtalstariff än den grundläggande samtalstariffen vid uppringning från mobiltelefon. Domstolen ansåg att en näringsidkare enligt artikel 21 inte heller i en sådan situation kan debitera en konsument en högre tariff än den grundläggande samtalstariffen. Detta gäller oavsett om näringsidkaren har informerat konsumenten på ett begripligt och lättillgängligt sätt om att det finns ett alternativt telefonnummer som denne kan ringa till grundläggande samtalstariff och konsumenten ändå av fri vilja har valt att använda ett annat nummer för kontakt i sådana situationer som avses i artikel 21:

⁽¹⁵²⁾ C-586/15, Centrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main, ECLI:EU:C:2017:154, punkt 22.

⁽¹⁵³⁾ Se fotnot 121, punkterna 31 och 32.

⁽¹⁵⁴⁾ C-332/17, Starman, ECLI:EU:C:2018:721.

”Artikel 21 första stycket i direktiv 2011/83 ska tolkas så, att bestämmelsen utgör hinder för att – för det fall en näringsidkare erbjuder alla sina kunder ett eller flera kortnummer till en högre samtalstariff än den grundläggande samtalstariffen – de konsumenter som redan ingått avtal med näringsidkaren debiteras mer än den grundläggande samtalstariffen när de ringer upp näringsidkaren per telefon angående frågor som handlar om avtalet”⁽¹⁵⁵⁾.

Även om en konsument (av misstag) har ringt det dyrare telefonnumret i stället för det nummer som debiteras enligt grundläggande samtalstariff ska den konsumenten alltså endast debiteras den grundläggande samtalstariffen för det aktuella samtalet. För att kunna utöva den rätt som konsumenten har enligt artikel 21 ska konsumenten i ett fall som detta ha rätt att enligt den aktuella medlemsstatens nationella rätt kräva ersättning för det belopp som denne har betalat utöver den grundläggande samtalstariffen.

Inget i domstolens beslut förbjuder näringsidkare att i sig erbjuda olika typer av nummer för andra syften än de som avses i artikel 21, till exempel för att göra bokningar. Om näringsidkare gör så måste de dock vara noga med att se till att konsumenten ringer rätt nummer, det vill säga numret som debiteras enligt grundläggande samtalstariff, när denne ringer i det syfte som avses i artikel 21.

10. Tilläggsbetalningar

Artikel 22

Innan ett avtal eller erbjudande blir bindande för konsumenten ska näringsidkaren begära konsumentens uttryckliga samtycke till alla extra betalningar utöver den ersättning som avtalats för näringsidkarens huvudsakliga avtalsförpliktelse. Om näringsidkaren inte har fått konsumentens uttryckliga samtycke utan har utgått från detta genom att tillämpa standardval som konsumenten är tvungen att avvisa för att undvika kompletterande betalningar, ska konsumenten ha rätt att få tillbaka sådana betalningar.

Enligt artikel 3.3 k gäller förbudet i artikel 22 mot att använda förkryssade rutor för att tillhandahålla och ta betalt för kompletterande varor/tjänster också för passagerartransporttjänster. Dessutom gäller förbudet oavsett om den kompletterande tjänsten själv allmänt omfattas av direktivet eller inte. Förkryssade rutor som är förbjudna enligt artikel 22 kan exempelvis gälla

- ett snabbleveransalternativ eller ett underhållsavtal vid köp av it-utrustning,
- ett försäkringsavtal när man köper en flygbiljett.

11. Efterlevnad av bestämmelserna

11.1. Offentliga respektive privata organisationers rätt att väcka talan

Enligt artikel 23 ska medlemsstaterna se till att det **finns lämpliga och effektiva medel** för att säkerställa att bestämmelserna i direktivet efterlevs.

Artikel 23

1. Medlemsstaterna ska se till att det finns lämpliga och effektiva medel för att säkerställa efterlevnaden av bestämmelserna i detta direktiv.
2. De medel som avses i punkt 1 ska omfatta bestämmelser varigenom ett eller flera av följande organ, i enlighet med vad som fastställs i nationell lagstiftning, enligt den nationella lagstiftningen får väcka talan inför domstol eller behöriga förvaltningsmyndigheter för att se till att de nationella införlivandebestämmelserna för detta direktiv tillämpas:
 - a) Offentliga organ eller deras företrädare.
 - b) Konsumentorganisationer som har ett berättigat intresse av att skydda konsumenter.
 - c) Branschorganisationer som har ett berättigat intresse av att vidta åtgärder.

⁽¹⁵⁵⁾ Ibid., punkt 33.

Flera av bestämmelserna i konsumenträttighetsdirektivet föreskriver avhjäljande åtgärder för de fall då en näringsidkare inte uppfyller sina skyldigheter. Enligt artiklarna 6.6, 10, 18.2 och 22 i konsumenträttighetsdirektivet har konsumenten vissa rättigheter om näringsidkaren inte uppfyller sina skyldigheter, medan näringsidkaren enligt artikel 21 inte får ombe konsumenten att betala mer än den "grundläggande samtalstariffen" för telefonsamtal som rör ett ingånget avtal, och enligt artikel 27 är konsumenten befriad från betalningsskyldighet vid leveranser utan föregående beställning. Såsom anges i skäl 14 ska konsumenträttighetsdirektivet inte påverka nationell lagstiftning på avtalsrättens område för avtalsrättsliga aspekter som inte regleras i detta direktiv, inbegripet nationell lagstiftning om allmänna rättsmedel i avtalsfrågor. Medlemsstaterna kan alltså lagstifta om andra avhjäljande åtgärder på det avtalsrättsliga området i sin nationella lagstiftning.

Konsumenter kan driva sina anspråk genom enskild talan. Genom Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2020/1828 ⁽¹⁵⁶⁾ om grupptalan för att skydda konsumenters kollektiva intressen infördes dessutom möjligheten att väcka **grupptalan** vid brott mot konsumenträttighetsdirektivet i alla medlemsstater. Sådan talan ska kunna väckas av godkända enheter som ansöker om åtgärder för förbuds föreläggande eller gottgörelse för de berörda konsumenterna ⁽¹⁵⁷⁾.

11.2. Tillämpning på näringsidkare i tredjeländer

Konsumenträttighetsdirektivets tillämpning på näringsidkare utanför EU regleras i Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 864/2007 ⁽¹⁵⁸⁾ om tillämplig lag för utomobligatoriska förpliktelser (Rom II) och förordning (EG) nr 593/2008 om tillämplig lag för avtalsförpliktelser (Rom I). Rom I och Rom II är båda tillämpliga vid privaträttsliga tvister. Konsumenträttighetsdirektivet innehåller både utomobligatoriska förpliktelser (i synnerhet krav på information innan avtal ingås och förbud mot på förhand ikryssade rutor med flera) och avtalsförpliktelser (i synnerhet ångerrätt, regler om leverans av varor och bekräftelser av avtal).

För utomobligatoriska förpliktelser, särskilt kravet på information innan avtal ingås i konsumenträttighetsdirektivet, skulle den tillämpliga lagen enligt Rom II-förordningen vara den lag som skulle ha tillämpats för avtalet om avtalet hade ingåtts ⁽¹⁵⁹⁾. Enligt Rom I-förordningen är det samma kriterier som gäller för att fastställa vilken lag som är tillämplig för utomobligatoriska förpliktelser som för avtalsförpliktelser på privaträttens område. **Det innebär att den tillämpliga lagen för både avtalsförpliktelser och utomobligatoriska förpliktelser är densamma** om avtalsparterna inte kommer överens om något annat. Det finns dock begränsningar för lagvalsöverenskommelser i Rom I- respektive Rom II-förordningen.

När en konsument ingår avtal med en näringsidkare i ett annat land som på något sätt riktar sin kommersiella verksamhet till det land där konsumenten bor ska avtalet vanligtvis vara underkastat lagen i det land där konsumenten har sin vanliga vistelseort enligt artikel 6.1 b i Rom I-förordningen. Vad som avses med att "rikta" sin affärs- eller yrkesverksamhet till konsumentens land förklaras ytterligare i avsnitt 3.1.8.

Om avtalsparterna väljer en annan tillämplig lag får det enligt artikel 6.2 i Rom I-förordningen dock inte medföra att konsumenten berövas det skydd som tillförsäkras konsumenten genom lagbestämmelser i det land där denne har sin vanliga vistelseort, som parterna inte kan förhandla bort.

Rättigheterna och skyldigheterna i konsumenträttighetsdirektivet utgör sådana "tvingande regler" eftersom konsumenterna enligt artikel 25 inte får avstå från de rättigheter som de ges genom de nationella bestämmelser som införlivar detta direktiv i nationell lagstiftning. När en näringsidkare från ett tredjeland riktar sig till konsumenter i en eller flera medlemsstater i EU måste näringsidkaren således uppfylla kraven i konsumenträttighetsdirektivet, särskilt kraven på information innan avtal ingås och ångerrätten.

⁽¹⁵⁶⁾ Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2020/1828 av den 25 november 2020 om grupptalan för att skydda konsumenters kollektiva intressen och om upphävande av direktiv 2009/22/EG (EUT L 409, 4.12.2020, s. 1).

⁽¹⁵⁷⁾ Se artikel 4 i direktiv (EU) 2020/1828.

⁽¹⁵⁸⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 864/2007 av den 11 juli 2007 om tillämplig lag för utomobligatoriska förpliktelser (Rom II) (EUT L 199, 31.7.2007, s. 40).

⁽¹⁵⁹⁾ Artikel 12.1 i Rom II-förordningen.

11.3. Sanktioner

Artikel 24 i konsumenträttighetsdirektivet handlar om sanktioner vid överträdelse av de nationella bestämmelser som införlivar detta direktiv i nationell lagstiftning. Enligt punkt 1 ska medlemsstaterna fastställa bestämmelser om sanktioner vid överträdelse av de nationella bestämmelser som antas enligt konsumenträttighetsdirektivet. Enligt artikeln är det upp till medlemsstaterna att avgöra vilken typ av sanktioner som ska finnas och hur förfarandena för föreläggande av sanktioner ska se ut, så länge sanktionerna är effektiva, proportionella och avskräckande.

Bestämmelserna om sanktioner skiljer sig från, och kompletterar, ovan nämnda bestämmelser om avhjälpan åtgärder som enskilda berörda konsumenter har möjlighet att kräva.

Genom direktiv (EU) 2019/2161 infördes ytterligare krav i artikel 24. För det första anges ett antal icke-uttömmande och vägledande kriterier som ska beaktas vid åläggandet av sanktioner (punkt 2). För det andra införs särskilda bestämmelser (punkterna 3 och 4) om sanktionsavgifter vid större överträdelse som rör fler än en medlemsstat och som är föremål för samordnade tillsynsinsatser enligt Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394⁽¹⁶⁰⁾ om konsumentskydds-samarbete.

Enligt skäl 15 i direktiv (EU) 2019/2161 bör medlemsstaterna överväga att öka skyddet av konsumenternas allmänna intressen samt andra skyddade allmänintressen när de fördelar intäkterna från sanktionsavgifter.

Enligt punkt 5 ska medlemsstaterna till kommissionen anmäla de nationella bestämmelserna och alla eventuella senare ändringar av dem. De ska alltså förklara exakt vilka nationella bestämmelser det rör sig om i en särskild anmälan och inte bara lämna information i den allmänna anmälan om införlivandeåtgärder.

11.3.1. Kriterier för föreläggande av sanktioner

Artikel 24.2 innehåller ett antal icke-uttömmande och vägledande kriterier som de behöriga myndigheterna och domstolarna i medlemsstaterna ska beakta när de ålägger sanktioner. De gäller alla överträdelse "i lämpliga fall", både inhemska och gränsöverskridande.

Artikel 24

2. Medlemsstaterna ska säkerställa att följande icke-uttömmande och vägledande kriterier beaktas vid åläggandet av sanktioner, i lämpliga fall:

- a) Överträdelsens art, allvar, omfattning och varaktighet.
- b) Eventuella åtgärder som vidtagits av näringsidkaren för att mildra eller avhjälpa den skada som konsumenterna drabbats av.
- c) Eventuella tidigare överträdelse som begåtts av näringsidkaren.
- d) Den ekonomiska vinst som näringsidkaren erhållit eller förlust som denna undvikit på grund av överträdelsen, om relevanta uppgifter finns tillgängliga.
- e) I gränsöverskridande fall, sanktioner som näringsidkaren ålagts för samma överträdelse i andra medlemsstater i fall då information om sådana sanktioner finns tillgänglig via den mekanism som inrättas genom Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394.
- f) Eventuella andra försvarande eller förmildrande faktorer som är tillämpliga på omständigheterna i fallet.

I skäl 7 i direktiv (EU) 2019/2161 förklaras några av kriterierna. I skäl 8 förtydligas att det är möjligt att de "inte är relevanta när det beslutas om sanktioner avseende varje överträdelse, särskilt i fråga om överträdelse som inte är allvarliga". Vidare anges att medlemsstaterna också bör "ta hänsyn till andra allmänna rättsprinciper som är tillämpliga vid åläggande av sanktioner, såsom principen *ne bis in idem*".

Om överträdelsen är uppsåtlig är en viktig faktor i tillämpningen av kriterierna i leden a-f. Uppsåt är dock **inte** en förutsättning för att sanktioner ska kunna föreläggas vid överträdelse.

Kriteriet i led c handlar om den aktuella näringsidkarens tidigare överträdelse av konsumenträttighetsdirektivet som varit av samma eller annat slag.

⁽¹⁶⁰⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/2394 av den 12 december 2017 om samarbete mellan de nationella myndigheter som har tillsynsansvar för konsumentskyddslagstiftningen och om upphävande av förordning (EG) nr 2006/2004, EUT L 345, 27.12.2017, s. 1.

Kriteriet i led e handlar om fall där samma överträdelse har begåtts i flera medlemsstater. Det gäller endast i de fall då information om sanktioner som förelagts av andra medlemsstater för samma överträdelse finns att få tag på genom samarbetsmekanismerna som inrättades genom förordningen om konsumentskyddssamarbete.

Beroende på omständigheterna kan sanktionen eller sanktionerna som förelagts näringsidkaren i en eller flera andra medlemsstater för samma överträdelse både leda till större omfattning och allvar enligt led a och/eller anses vara en "tidigare överträdelse" enligt led c. Om sanktioner har förelagts i andra medlemsstater för samma överträdelse kan det därför ses som en försvarande faktor. Sanktioner som förelagts i andra medlemsstater för samma överträdelse kan även beaktas som försvarande omständigheter enligt det andra kriteriet i led f, som innehåller en allmän hänvisning till "försvarande eller förmildrande faktorer". En sanktion som en annan medlemsstat har förelagt samma näringsidkare för samma överträdelse kan dock även vara av betydelse vid tillämpning av principen *non bis in idem* i enlighet med nationell rätt och artikel 10.2 i förordningen om konsumentskyddssamarbete ⁽¹⁶¹⁾.

11.3.2. Sanktioner i samband med samordnade tillsynsinsatser enligt förordningen om konsumentskyddssamarbete

Artikel 24.3 och 24.4 innehåller fler, mer normativa bestämmelser (jämfört med den allmänna bestämmelsen i punkt 1) om sanktioner som måste finnas i nationell rätt för **överträdelser som är föremål för samordnade tillsynsinsatser enligt förordningen om konsumentskyddssamarbete**.

Enligt artikel 21 i förordningen om konsumentskyddssamarbete ska de behöriga myndigheter som berörs av den samordnade insatsen **vidta tillsynsåtgärder, bland annat förelägga sanktioner, på ett ändamålsenligt, effektivt och samordnat sätt mot den näringsidkare som är ansvarig för den utbredda överträdelser eller den utbredda överträdelserna med en unionsdimension**. "Utbredda överträdelser" och "utbredda överträdelser med en unionsdimension" är gränsöverskridande överträdelser som definieras i artikel 3.3 och 3.4 i förordningen om konsumentskyddssamarbete ⁽¹⁶²⁾.

För denna typ av överträdelser ska medlemsstaterna enligt artikel 24.3 säkerställa att det finns **möjlighet att ålägga sanktionsavgifter och det högsta beloppet för sådana sanktionsavgifter ska vara minst 4 % av näringsidkarens årliga omsättning**. Medlemsstaterna kan alltså sätta ett tak för sanktionsavgifterna som är högre än 4 % av näringsidkarens årliga omsättning. De kan även välja att räkna fram sanktionsavgiften utifrån en större referensomsättning, till exempel näringsidkarens globala omsättning. De kan även utöka sanktionerna som kan åläggas i samband med samordnade insatser enligt förordningen om konsumentskyddssamarbete så att även inhemska överträdelser ingår.

När det inte går att få tag på information om näringsidkarens årliga omsättning, till exempel för att det rör sig om ett nystartat företag, ska medlemsstaterna enligt artikel 24.4 införa en möjlighet att ålägga **sanktionsavgifter till ett högsta belopp på minst 2 miljoner euro**. Även här kan medlemsstaterna alltså sätta ett tak för sanktionsavgifterna som är högre än två miljoner euro.

Syftet med denna harmonisering av nationella bestämmelser om sanktionsavgifter är att se till så att tillsynsåtgärder är möjliga och enhetliga i alla medlemsstater som deltar i en samordnad tillsynsinsats enligt förordningen om konsumentskyddssamarbete.

⁽¹⁶¹⁾ Artikel 3.4 i förordningen om konsumentskyddssamarbete: "Genomförandet och utövandet av de befogenheter som anges i artikel 9 vid tillämpning av denna förordning ska vara proportionellt och förenligt med unionsrätt och nationell rätt, inklusive med tillämpliga rättssäkerhetsgarantier och principerna i Europeiska unionens stadga om de grundläggande rättigheterna. Utrednings- och tillsynsåtgärder som vidtas vid tillämpning av denna förordning ska vara lämpliga i förhållande till karaktären hos och den övergripande faktiska eller potentiella skadan av överträdelserna av unionslagstiftning som skyddar konsumenternas intressen."

⁽¹⁶²⁾ Artikel 3.4 i förordningen om konsumentskyddssamarbete: "*utbredd överträdelse*: a) varje handling eller underlåtenhet som strider mot unionslagstiftning som skyddar konsumenternas intressen, och som har skadat, skadar eller sannolikt kommer att skada de kollektiva intressena för konsumenterna som är bosatta i minst två andra medlemsstater än den där i) handlingen eller underlåtenheten har sitt ursprung eller ägde rum, ii) den näringsidkare som är ansvarig för handlingen eller underlåtenheten är etablerad, eller iii) bevis eller näringsidkarens tillgångar som hänför sig till handlingen eller underlåtenheten finns, eller b) varje handling eller underlåtenhet som strider mot unionslagstiftning som skyddar konsumenternas intressen, och som har skadat, skadar eller sannolikt kommer att skada konsumenternas kollektiva intressen och som uppvisar gemensamma drag, till exempel genom att innebära bruk av samma olagliga metoder eller åsidosättande av samma intresse och som begås av samma näringsidkare och begås samtidigt i minst tre medlemsstater."

Artikel 3.4 i förordningen om konsumentskyddssamarbete: "*utbredd överträdelse med en unionsdimension*: en utbredd överträdelse som har skadat, skadar eller sannolikt kommer att skada konsumenternas kollektiva intressen i minst två tredjedelar av de medlemsstater som tillsammans representerar minst två tredjedelar av unionens befolkning."

Vid åläggande av sanktionsavgifter enligt artikel 24.3 och 24.4 ska kriterierna i artikel 24.2 beaktas, särskilt "överträdelsens art, allvar och varaktighet" och tidsmässiga verkningar. **Den faktiska sanktionsavgiften som den behöriga myndigheten eller domstolen utdömer i ett specifikt fall kan vara lägre** än de högsta belopp som anges ovan beroende på överträdelsernas art och allvar och andra relevanta faktorer.

I enlighet med samordningskyldigheterna i förordningen om konsumentskyddssamarbete kan den behöriga myndigheten eller domstolen förelägga löpande viten tills näringsidkaren upphör med överträdelsen. Den behöriga myndigheten eller domstolen kan även fatta beslut om vitesföreläggande som innebär att näringsidkaren måste upphöra med överträdelsen inom en angiven tid för att vitet inte ska dömas ut.

Den omsättning som ska gälla som underlag för beräkningen av sanktionsavgiften är omsättningen i den medlemsstat som förelägger sanktionsavgiften. Enligt artikel 24.3 är det även möjligt att fastställa sanktionsavgiftens storlek utifrån näringsidkarens omsättning **i alla medlemsstater som är berörda av den samordnade insatsen** om samordningen enligt förordningen om konsumentskyddssamarbete leder fram till att en viss medlemsstat förelägger en sanktionsavgift för alla medverkande medlemsstaters räkning.

I skäl 10 i direktiv (EU) 2019/2161 klargörs att näringsidkaren i vissa fall även kan "vara en grupp av företag". I de fall då **näringsidkaren som är ansvarig för överträdelsen är en grupp av företag** är det således gruppens samlade omsättning i de aktuella medlemsstaterna som ska ligga till grund för beräkningen av sanktionsavgiftens storlek.

Direktivet innehåller ingen uppgift om vilket år som ska tjäna som referensår för den årliga omsättningen. De nationella myndigheterna kan därför när de ska fastställa sanktionsavgiftens storlek använda till exempel de **senaste uppgifterna om årlig omsättning** som finns att tillgå vid den tidpunkt då beslut om sanktionsavgift fattas (det vill säga föregående räkenskapsår).

BILAGA

**Förteckning över mål i domstolen som omnämns i detta tillkännagivande
(ordnade efter det år då dom meddelades)**

Målets nummer och namn	Fråga/frågor	Avsnitt i tillkännagivandet
1999		
C-423/97, Travel-Vac	Direktiv 85/577/EEG – Tillämpningsområde – Avtal om andelsrätt – Rätt att säga upp avtalet	2.1 Avtal som ingås utanför näringsidkarens fasta affärslokaler
2005		
C-20/03, Burmanjer	Ambulerande försäljning – Ingående av avtal om prenumeration på tidskrifter – Förhandstillstånd	1.4 Blandade avtal
2009		
C-489/07, Messner	Direktiv 97/7/EG – Konsumentskydd – Distansavtal – Konsumentens utnyttjande av ångerrätten – Säljarens rätt till ersättning för värdet av användandet av varan	5.5.4 Konsumentens ansvar för felaktig hantering av varorna
2012		
C-49/11, Content Services	Direktiv 97/7/EG – Distansavtal – Konsumentinformation – Information som lämnats eller fått – Varaktigt medium – Begrepp – Hyperlänk på leverantörens webbplats – Ångerrätt	4.4 Bekräftelse av avtalet
2016		
C-149/15, Wathelet	Direktiv 1999/44/EG – Försäljning av konsumentvaror och härmed förknippade garantier – Tillämpningsområde – Begreppet säljare – Mellanhand – Särskilda omständigheter	3.2.2 Näringsidkarens identitet och kontaktuppgifter
2017		
C-375/15, BAWAG	Direktiv 2007/64/EG – Betaltjänster på den inre marknaden – Ramavtal – Allmän förhandsinformation – Skyldighet att tillhandahålla denna information på papper eller på något annat varaktigt medium – Överföring av information genom en e-postbrevlåda på internetbankens webbplats	4.4 Bekräftelse av avtalet
C-586/15, Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 21 – Telefonkommunikation – Näringsidkare som har en telefontjänst för att konsumenterna ska kunna kontakta denne för kundservice i anslutning till avtal som ingåtts – Förbud mot att tillämpa en tariff som överstiger den grundläggande samtalstariffen – Begreppet grundläggande samtalstariff	9. Telefonkommunikation
2018		
C-105/17, Kamenova	Direktiv 2005/29/EG – Artikel 2 b och d – Direktiv 2011/83/EU – Artikel 2 led 2 – Begreppen 'näringsidkare' och 'affärsmetoder'	1.1 Definition av "näringsidkare" och "konsument" 3.4.2 Avtalspartens status

C-332/17, Starman	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 21 – Konsumentavtal – Telefonkommunikation – En teleoperatör erbjuder de kunder som redan ingått avtal med teleoperatören att ringa upp via ett kort assistansnummer till en högre tariff än den grundläggande samtalstariffen	9. Telefonkommunikation
C-485/17, Verbraucherzentrale Berlin	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 2 led 9 – Begreppet 'fasta affärslokaler' – Kriterier – Köpeavtal som har ingåtts i ett stånd som innehas av en näringsidkare på en handelsmessa	2.1 Avtal som ingås utanför näringsidkarens fasta affärslokaler
2019		
C-430/17, Walbusch Walter Busch	Direktiv 2011/83/EU – Distansavtal – Artikel 6.1 h – Informationskrav avseende ångerrätten – Artikel 8.4 – Avtal som ingås med hjälp av ett medel för distanskommunikation som endast medger ett begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen – Begreppet begränsat utrymme eller en begränsad tid för att visa informationen – Folder som bifogats en tidskrift – Beställningstalong med en hyperlänk som länkar till information om ångerrätten	4.2.2 Krav gällande bekräftelseknappen 5.2 Information om ångerrätten
C-649/17, Amazon EU	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 6.1 c – Informationskrav vid distansavtal och avtal utanför fasta affärslokaler – Skyldighet för näringsidkaren att ange sitt telefon- och telefaxnummer 'där sådan[a] finns'	3.1.2 Tydlighet i informationen och koppling till direktivet om otillbörliga affärsmetoder 3.2.2 Näringsidkarens identitet och kontaktuppgifter 5.2 Information om ångerrätten
C-681/17, slewo	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 6.1 k och artikel 16 e – Distansavtal – Ångerrätt – Undantag – Begreppet 'förslutna varor som av hälsoskydds- eller hygienskäl inte lämpligen kan returneras och som öppnats av konsumenten efter det att de levererats' – En madrass vars skyddsfilm har tagits bort av konsumenten efter det att den levererats	5.4.4 Konsumentens ansvar för felaktig hantering av varorna
C-465/19, B & L Elektrogeräte	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 2 leden 8 c och 9 – Avtal utanför fasta affärslokaler – Begreppet fasta affärslokaler – Avtal som ingåtts i en monter på en handelsmessa omedelbart efter det att konsumenten, som befunnit sig i ett allmänt utrymme i mässhallen, tilltalats av näringsidkaren	2.2 Avtal som ingåtts efter det att konsumenten tilltalats utanför de fasta affärslokalerna
C-673/17, Planet49	Direktiv 95/46/EG – Direktiv 2002/58/EG – Förordning (EU) 2016/679 – Behandling av personuppgifter och integritetsskydd inom sektorn för elektronisk kommunikation – Kakor (cookies) – Begreppet den registrerades samtycke – Förklaring om samtycke genom en på förhand ikryssad ruta	5.6.1 Konsumentens samtycke till omedelbart utförande

2020

C-583/18, DB Vertrieb GmbH	Direktiv 2011/83/EU – Tillämpningsområde – Tjänsteavtal – Artikel 2 led 6 – Avtal om passagerartransport – Artikel 3.3 k – Kort som ger dess innehavare rätt att komma i åtnjutande av prisrabatter vid ett senare ingående av avtal om passagerartransport – Onlineförsäljning av sådana kort utan någon information till konsumenten om ångerrätten	1.7.5 Passagerartransporter
C-208/19, NK (privat byggprojekt)	Direktiv 2011/83/EU – Tillämpningsområde – Artikel 3.3 f – Begreppet 'avtal om uppförande av nya byggnader' – Artikel 16 c – Begreppet 'varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel' – Avtal mellan en arkitekt och en konsument avseende utarbetande av ritningar för ett enfamiljshus	1.7.1 Hyresavtal och byggavtal 5.11.2 Varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel
C-266/19, EIS	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 6.1 c och h samt 6.4 – Bilaga I A – Ångerrätt – Information som näringsidkaren ska lämna angående villkoren, tidsfristen och förfarandet för att utöva ångerrätten – Skyldighet för näringsidkaren att ange sitt telefonnummer när detta är 'tillgängligt' – Räckvidd	5.2 Information om ångerrätten
C-329/19, Condominio di Milano, via Meda	Direktiv 93/13/EEG – Oskäliga villkor i konsumentavtal – Artikel 1.1 – Artikel 2 b – Begreppet konsument – Samägd fastighet	1.1 Definition av "näringsidkare" och "konsument"
C-380/19, Deutsche Apotheke	Direktiv 2011/83/EU – Alternativ tvistlösning – Artikel 13.1 och 13.2 – Obligatorisk information – Tillgång till information	3.3.4 Förfaranden för prövning utanför domstol
C-529/19, Möbel Kraft	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 16 c – Ångerrätt – Undantag – Varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel – Varor som näringsidkaren börjat tillverka	5.11.2 Varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har getts en tydlig personlig prägel
C-641/19, PE Digital	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 2 led 11, artikel 14.3 och artikel 16 m – Distansavtal – Tillhandahållande av digitalt innehåll och digitala tjänster – Ångerrätt – Konsumentens skyldigheter vid frånträde av avtal – Fastställande av det belopp som ska betalas av konsumenten för de tjänster som tillhandahållits innan ångerrätten utövades – Undantag från ångerrätten vad avser tillhandahållande av digitalt innehåll	1.5 Åtskillnad mellan digitala tjänster och digitalt innehåll på internet 5.6.2 Konsumentens ersättningskyldighet

2021

C-922/19, Waternet Stichting	Direktiv 97/7/EG – Artikel 9 – Direktiv 2011/83/EU – Artikel 27 – Direktiv 2005/29/EG – Artikel 5.5 – Bilaga I punkt 29 – Otillbörliga affärsmetoder – Begreppet 'leverans utan föregående beställning' – Distribution av dricksvatten	1.2 Begreppet "avtal"
------------------------------	--	-----------------------

C-536/20, Tiketa	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 2.2 – Begreppet näringsidkare– Artikel 8.1 – Informationskrav	3.1.2 Tydlighet i informationen och koppling till direktivet om otillbörliga affärsmetoder 3.2.2 Näringsidkarens identitet och kontaktuppgifter
C-96/21, CTS Eventim	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 16.1 – Ångerrätt kulturevenemang – Mellanhand via internet	5.11.6 Tjänster som ska tillhandahållas en bestämd dag eller under en bestämd tidsperiod
C-179/21, Victorinox	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 6.1 m – Information om garanti	3.2.6 Garantier och service efter försäljningen
C-249/21, Fuhrmann-2	Direktiv 2011/83/EU – Artikel 8.2 andra stycket – Märkning av knapp för att bekräfta beställning eller liknande funktion	4.2.1 Information som ska presenteras direkt innan beställningen görs