

Till:
Finansdepartementet
Avdelningen för offentlig förvaltning,
Konsumentenheten
fi.remissvar@regeringskansliet.se
fi.ofa.ko@regeringskansliet.se

Datum 2021-07-05
Fi2021/01503

Remissvar Fi2021/01503 Delbetänkande Ett moderniserat konsumentskydd (SOU 2021:17)

Inledning

Från Sveriges Konsumenters sida välkomnar vi en modernisering av svensk konsumentskyddslagstiftning. Detta så att den bättre lever upp till den revidering av de fyra konsumentskyddsdirektiv gällande avtalsvillkor, prisinformation, otillbörliga affärsmetoder och konsumenträttsdirektivet som genomförts på EU nivå.

Från Sveriges Konsumenters sida har vi haft förmånen att sitta med i expertgruppen och redan i utredningsstadiet lämna våra synpunkter. Att kunskapen om konsumenters rättigheter och möjlighet till kompensation är låg, både hos konsumenter och näringsidkare, är något vi hör både från våra medlemsorganisationer och i vår konsumentvägledning. Både den kommunal och den vi erbjuder samtliga pensionärer som är medlem i någon av dom tre pensionärsorganisationerna PRO, SPF seniorerna och SKPF. Det är också något läsarna av vår tidning Råd&Rön vittnar om samt något vi märker då vi arbetar med vår Svarta Lista, där vi publicerar företag som inte följer Allmänna reklamationsnämndens beslut.

Vi tycker att utredningen i stort sett tillmötesgått dom nya krav som ställs på en ändamålsenlig och effektiv lagstiftning, som också uppfyller unionens moderniserade och reviderade direktiv 9313EEG och Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6EG, 2005/19EG och 2011/83/EU.

Moderniserade bestämmelser om otillbörlig marknadsföring

Striktare och mer tydliga regler vad som är otillbörlig marknadsföring är något vi ser fram emot. Detta gäller till exempel det vi kallar Dual quality, att en vara framställs som identisk med en som marknadsförs i ett annat EU-land trots att varornas sammansättning eller egenskaper skiljer sig åt. Detta är något vi sett exempel på i vårt projekt Nord Qual där vi undersökt 162 produkter inköpta i Finland, Sverige och Danmark, som skickas till labb och testas. Det vi nu tittat på är hur förekomsten av hushållskemikalier som ingår i våra vanliga städprodukter skiljer sig åt för samma produkt, som tillhandahålls i de olika länderna. Inom EU har man uppmärksammat fenomenet i flera år och sommaren 2019 presenterades resultatet av tester på 1 400 matprodukter från 19 olika medlemsländer.

Nära var tionde produkt med exakt likadana förpackningar hade olika innehåll, medan drygt var femte med nästan likadana förpackningar också hade olika innehåll. Totalt var tredje produkt alltså.

När det gäller bestämmelsen om köperbudande på en marknadsplats online så är det bra att en näringsidkare som tillhandahåller plattformen måste tala om huruvida den som erbjuder varan är näringsidkare eller ej. Just marknadsplatser online är något som skapat mycket problem då många konsumenter tror att dom handlar av den näringsidkare som tillhandahåller marknadsplatsen och inte från en tredje part som tillhandahåller varan. Särskilt förvirrande är det när det både kan vara en annan privatperson eller en näringsidkare som tillhandahåller varan, vilket betyder att det är helt olika lagstiftning som gäller, om det skulle bli problem eller man vill ångra sig. Detta är något som direktivet reglerar att näringsidkaren som tillhandahåller marknadsplatsen också ska informera om, att konsumenträttigheter inom unionen inte är tillämpliga när det inte är en näringsidkare som tillhandahåller varan.

Dock skulle vi vilja ha en starkare reglering såsom att en näringsidkare som levererar en marknadsplats online också ska vara skyldig att ange att en tredjepartsleverantör ensam är ansvarig för att säkerställa konsumenträttigheterna eller beskriva sitt eget specifika ansvar till exempel gällande leverans, betalningsförmedlare eller utövande av ångerrätt.

Nya striktare regler föreslås också i de fall konsumenter har möjlighet att söka digitalt efter produkter som erbjuds. Då ska näringsidkaren informera om de kriterier som främst bestämmer rankningen av de produkter som presenteras och deras betydelse jämfört med andra kriterier. Något som kommer att underlätta möjligheten till mer informerade och hållbara köp.

Samma sak gäller om näringsidkare tillhandahåller konsumentrecensioner av produkter. Då ska näringsidkaren informera om hur det säkerställs att recensionerna kommer från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i sådant fall på vilket sätt det görs. Detta kommer förhoppningsvis att minska antalet ”falsa” recensioner och ge konsumenten en mer korrekt bild av andra konsumenters erfarenhet.

Moderniserade bestämmelser i Prisinformationslagen

Det föreslås en ny bestämmelse om prissänkningar i prisinformationslagen (2004:347). Den innebär att när priset har sänkts på en produkt, även ska framgå vad den kostade tidigare. Något som kommer att ge både konsumenter och näringsidkare tydliga regler vad som gäller då man vill bjuda ut varor och tjänster till lägre priser än näringsidkarens ordinarie pris. Det har hittills rått något av djungelns lag när näringsidkare, särskilt vid Black Friday, sommar- och vinterreor, överträffat varandras prissänkningar, fast det i många fall inte alls skett en prissänkning och där man jämfört priset med ett ordinarie pris som varan aldrig bjudits ut till.

Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokal

Tillämpningsområdet för andra kapitlet distansavtalslagen föreslås gälla för avtal där en näringsidkare mot betalning överlåter eller upplåter lös egendom till eller utför en tjänst åt en konsument. Likaså för digitalt innehåll som levereras på något annat sätt än på ett fysiskt medium och när en digital tjänst utförs, om avtalet inte innebär att konsumenten betalar, men ska tillhandahålla sina personuppgifter, utom när näringsidkaren behandlar personuppgifterna bara för att uppfylla rättsliga krav eller för att kunna fullgöra avtalet. Det här innebär i praktiken att avtal om gåvor och gratistjänster inte längre kommer att omfattas av kapitlet, vilket vi inte har några synpunkter på, då det i praktiken inte kommer att innebära att konsumenten förpliktigar sig

till något. Vi tycker att det är bra att även tillhandahållandet av personuppgifter också ses som en sådan förpliktelse som innebär att distansavtalslagens regler blir tillämpliga.

Enligt utredningens förslag ges också näringsidkare en större skyldighet att lämna konsumenter information innan avtal ingås. Exempelvis ska en näringsidkare utöver information om sin e-postadress, även informera konsumenten om andra medel för kommunikation via internet som näringsidkaren tillhandahåller och som gör det möjligt för konsumenten att bevara uppgifter i en läsbar och varaktig form. Något vi ser positivt på.

Däremot är vi kritiska till att Sverige ska använda sig av möjligheten att undanta vissa reparationstjänster från ångerrätten. Det innebär att ångerrätt inte ska gälla för en tjänst som har fullgjorts och konsumenten ska betala för, om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationer och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.

Förslag om att införandet av 2 kap 11 § punkt 14 distansavtalslagen om att undanta ångerrätten för ”en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten på eget initiativ har kontaktat näringsidkaren och uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.” kan innebära att det blir omöjligt för konsumenter att ångra tjänster från oseriösa företag. Vi har förståelse för att det i normalfallet, kan vara lämpligt att sådana reparationstjänster inte går att ångra. Ångerrätten vid denna typ av tjänster har ibland fått orimliga konsekvenser där en konsument har kunnat ångra t ex en balkonginglasning, som man ändå fått behålla kostnadsfritt, då det varit för dyrt för företaget att montera ner den. Detta eftersom företaget missat att lämna korrekt information om ångerrätten. Ibland har även denna regel använts i stället för hävning, där konsumenten inte kunna visa att det är ett så väsentliga fel så att regeln gällande hävning är tillämplig. Något som inte kan ha varit lagstiftarens syfte från början.

Men problemet är att utredningens förslag går alldeles för långt och kommer att gynna ett betydande antal byggföretag, som verkar inom den grå och svarta sektorn i Sverige, bland annat inom takläggnings och asfaltläggningsbranschen. Många av dessa företag återkommer med olika firmanamn, organisationsnummer och ansvariga, trots att det är samma huvudmän. Detta är något vi bland annat kan se då vi på vårt dotterbolag Råd&Rön sammanställer vår Svarta lista gällande företag som inte följer Allmänna reklamationsnämndens beslut.

Dessa oseriösa företag som åsyftas använder sig av säljstrategier, där den vanligaste är att mötesbokare ringer upp konsumenten för att få konsumenten att på sitt initiativ få företaget att komma på besök. Besöket syftar till att konsumenten ska beställa företagets tjänst. Både mötesbokare, säljare och besiktningmän jobbar enligt samma strategi. Telefonsamtalet görs oftast utifrån kontaktlistor, men påfallande ofta kontaktar man äldre och personer med intellektuell funktionsnedsättning. Detta är något vi sett exempel på i vår konsumentvägledning, både till kommuner och våra tre pensionärsorganisationer. Vid samtalet säger man ofta att företaget håller på med ett arbete på ett annat hus i närområdet och att företaget vill erbjuda konsumenten att tillsammans med andra närboende få en gratis undersökning. Men även om konsumenten säger att det inte är några problem med tex taket och att de problem som möjligen har funnits är lösta, vill ändå mötesbokaren besiktiga taket för att se att alla problem är lösta och att inga nya har uppkommit.

Och oavsett vad konsumenten säger, kan företaget skrämman konsumenten och till exempel säga att väntar ni med att åtgärda det, så kan ni drabbas av onödiga extrakostnader”. Sedan gör företaget allt vad det kan för att få konsumenten att skriva på ett avtal om att omgående lägga om

taket. Arbetena brukar påbörjas nästa dag och priserna jämfört med en seriös takläggare, kan vara det dubbla eller tredubbla. Dessutom är dom sällan fackmässigt korrekt utförda, om ens färdigställda.

Förutom att konsumenten får betala för en onödig takomläggning, kan konsumenten råka ut för svårigheter att kommunicera med företaget och dess hantverkare, undermåliga jobb, hot, dyra räkningar eller dubbelfakturering.

Det är inte ovanligt att byggföretagen av misstag, eller okunskap missar att informera om den ångerrätt som konsumenten har. Ångerrätt som förutom när man kommer överens på distans (till exempel på telefon och nätet) också gäller när byggföretagen kommer hem till konsumentens bostad eller arbetsplats och man där ingår själva avtalet. Ångerrätten gäller inte när arbetet är klart, om konsumenten uttryckligen har samtyckt till att hantverkaren börjar jobbet och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när byggföretaget är klart. Ges samtycket i standardvillkor, anses dock ett sådant samtycke inte vara tillräckligt.

Lagändringen riskerar att legitimera oseriösa företags affärsmodell. Idag riskerar oseriösa företagen att inte få betalt från de konsumenter som känner till reglerna gällande ångerrätten, vågar utnyttja sin ångerrätt och bestrida betalningsskyldigheten.

Konsekvensen av att företaget inte uppfyller kraven när det gäller att informera om ångerrätten, är att konsumenten inte är skyldig att betala något för tjänsten. Konsumenten behöver alltså inte heller betala, när konsumenten inte uttryckligen har begärt att tjänsten ska börja utföras under ångerfristen och gått med på att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts. Så har konsumenten i en standardblankett gått med på att tjänsten ska börja utföras under ångerfristen och att det inte finns någon ångerrätt när tjänsten har fullgjorts, är ändå konsumenten inte skyldig att betala. Det är företaget som ska visa att konsumenten har fått all ångerrättsinformation och på ett i lagens mening bindande sätt har begärt att tjänsten ska börja utföras under ångerfristen och gått med på att någon ångerrätt inte finns när hantverkaren är klar.

Sveriges Konsumenter anser det vara lämpligt att behålla nuvarande lagstiftning, som slår mot dessa oseriösa företag och gör att de inte har rätt till betalning, samt att konsumenterna har möjlighet att kostnadsfritt backa ur avtalen. Både Konsumentverket, landets konsumentvägledare och Villaägarnas Riksförbund har fått ett stort antal anmälningar rörande dessa företag. Det skulle vara stötande om en lagändring införs, som direkt gynnar dessa oseriösa företag.

Frågan är vad 2 kap 11 § punkt 14 innebär i praktiken, när konsumenten inte kan ångra

”en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.”

En takomläggning är typiskt sett en slags reparationsåtgärd och faller därför under nämnda paragraf.

Problemet handlar om hur uttrycket ”begärt ett besök” i föreslagen lagtext ska tolkas? Föreslagen lagtext skiljer sig från utredningens uttryck på sidan 159, ”på eget initiativ begär ett besök”. När en konsument blir uppringd av en mötesbokare, till exempel från något av de tvivelaktiga taklägningsföretagen, och sedan bestämmer tid för besök med taklägningsföretaget, är risken

att konsumenten anses ha begärt besöket från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder. Frågan blir om en sådan tjänst går att ångra.

Sveriges Konsumenter vill därför - med hänsyn till att 2 kap 11 § punkt 14 distansavtalslagen, kan innebära att det blir omöjligt för konsumenterna att ångra tjänster från oseriösa företag i byggbranschen - att nämnda lagrum förtydligas i enlighet med nedanstående tillägg. Detta innebär i så fall att ångerrätten inte gäller för

”en tjänst som har fullgjorts, om konsumenten på eget initiativ har kontaktat näringsidkaren och uttryckligen har begärt ett besök från näringsidkaren i syfte att utföra reparationsåtgärder och uttryckligen har samtyckt till att tjänsten börjar utföras.”

Med Sveriges Konsumenters förslag kan konsumenter som blir uppringda och övertalade att begära besök av näringsidkare, alljämt ångra sådana tjänster.

Utvidgade möjligheter att påföra marknadsstörningsavgift och fler sanktionsmöjligheter

Utredningen föreslår dessutom ett antal förändringar gällande marknadsstörningsavgift och andra sanktionsmöjligheter. Till exempel föreslår utredningen att marknadsstörningsavgift även ska kunna påföras vid överträdelse av generalklausulen i marknadsföringslagen, samt bestämmelser om obeställd reklam, information om garantier och information innan ett konsumentavtal ingås. Det här innebär alltså en generell möjlighet att påföra avgift vid överträdelse av marknadsföringslagen.

Man föreslår också att det införs bestämmelser om sanktionsavgifter i lagen om avtalsvillkor i konsumentförhållanden. Patent- och marknadsdomstolen ska på talan av Konsumentombudsmannen, KO, kunna besluta att en näringsidkare ska betala en sanktionsavgift om näringsidkaren eller någon som handlar på näringsidkarens vägnar uppsåtligt eller av oaktsamhet har använt ett avtalsvillkor, som med hänsyn till pris och övriga omständigheter är oskäligt. Syftet med det stärkta sanktionssystemet vid överträdelse av det marknadsrättsliga regelverket, är att det ska verka avskräckande för företag som inte följer reglerna och gynna seriösa företag. Något som vi välkomnar och tror kommer att gynna konsumenterna.

Tanken med föreslagna ändringar är att de ska ligga i linje med en tydligare och mer enhetlig reglering inom EU när det gäller marknadsföring och information till konsumenter, särskilt när avtal ingås digitalt. Förhoppningen är att ändringarna underlättar och leder till kostnadsbesparingar framför allt för företag som bedriver e-handel. Likaså bättre konkurrens och lägre priser för konsumenter. Enhetliga regler som när ligger så nära direktiven som möjligt tror vi på Sverige Konsumenter kommer att ge bättre förutsättningar för konsumenter att känna sig trygga när man handlar inom hela EU.

Dag som ovan

Jan Bertoft generalsekreterare/Maria Wiezell konsumentjuridisk expert