

Barne- og familiedepartementet
Postboks 8036 DEP
0032 OSLO

Vår ref.: Mee Eline Eriksson
Saksnr.: 21-6992
Sted: Oslo
Dato: 16.02.2021

Høringsinnspill tilknyttet forslag til gjennomføringen av direktivet (EU) 2019/2161 om endring av direktivet 93/13/EØF og direktiv 98/6/EF, 2005/29/EF og 2011/83/EU om bedre håndheving og modernisering av EU-reglene om forbrukerbeskyttelse (moderniseringsdirektivet)

Virke representerer over 24 000 virksomheter innenfor handels- og tjenestenæringen i Norge. Implementeringen av moderniseringsdirektivet er derfor relevant for våre virksomheter.

Med dette ønsker vi på vegne av våre medlemmer å gi innspill forslaget om gjennomføring.

Salgsmarkedsføring

Moderniseringsdirektivet artikkel 2 endrer prismerkingsdirektivet og foreslår en ny artikkel 6a som regulerer markedsføring der den næringsdrivende gir inntrykk av at prisene er satt ned sammenlignet med egen førpris, såkalt «salgsmarkedsføring».

Den nye bestemmelsen om salgsmarkedsføring i prismerkingsdirektivet krever for det første at enhver *«meddelelse om prisnedssettelse skal angive den pris, som den erhvervsdrivende tidligere har anvendt i en bestemt periode forud for prisnedssettelsen»*, jf. artikkel 6a nr. 1. Den tidligere prisen må være den *«laveste pris, som den erhvervsdrivende har anvendt i løbet af en periode, der ikke er kortere end 30 dage, før prisnedssettelsen»*, jf. artikkel 6a nr. 2.»

Bestemmelsen kom inn ved forhandlingene om direktivet og er ikke omtalt i fortalen til moderniseringsdirektivet. Måten lovgiver i EU har innført denne regelen på er etter Virkes oppfatning nokså sterkt problematisk sett ut fra de sentrale hensynene som ligger til grunn for Moderniseringsdirektivet og EUs New Deal for Consumers. I fortalen til Moderniseringsdirektivet, under punkt 2, bruker kommisjonen mye plass på å beskrive hvordan mer harmonisert EU-regelverk på forbrukerrettens område har bidratt til et mer velfungerende indre marked og økt rettslig forutberegnelighet for både forbrukere og næringsdrivende, særlig for de som driver med grenseoverskridende handel.

Når lovgiver i EU, ved forhandlingen om direktivet, likevel har valgt å i praksis flytte regelen om salgsmarkedsføring fra det totalharmoniserte direktivet om urimelig handelspraksis til det minimumsharmoniserte prismerkingsdirektivet, er ikke det bare problematisk ut fra de overordnede hensynene bak Moderniseringsdirektivet om et velfungerende indre marked, men også klart egent til å skape uklarhet om hva som faktisk reguleres av prismerkingsdirektivet og hva som fortsatt reguleres av direktivet om urimelig handelspraksis.

Etter Virkes oppfatning bør man derfor ved implementeringen av denne bestemmelsen være spesielt varsom med å innføre nasjonale særregler som ytterligere kan komplisere bildet for aktører som i sin hverdag og virksomhet skal forholde seg til regelen.

Hva omfattes av prismerkingsdirektivets artikkel 6 a?

Departementet ber i høringsnotatets pkt. 4.3.2 om høringsinstansenes syn på spørsmålet og om det er behov for nasjonale regler som stiller krav til hvor lenge en næringsdrivende lovlig kan markedsføre med salg. Virke deler på dette spørsmålet departementets syn om at dette ikke bør reguleres konkret, men overlates til de generelle reglene i markedsføringslovens §§ 6 til 8.

Som tidligere påpekt har lovgiverne i EU skap et unødvendig komplekst rettslig bilde ved å flytte deler av den generelle regelen om salgsmarkedsføring fra det fullharmoniserte direktivet om urimelig handelspraksis til det minimumsharmoniserte prismerkingsdirektivet. Hovedfokus ved implementeringen av bestemmelsen nasjonalt bør derfor nettopp være på å unngå å komplisere dette bildet ytterligere. Etter Virkes oppfatning vil dette best oppnås ved å legge seg så nært opp til direktivteksten som mulig ved implementeringen, slik at man i minst mulig grad skaper nasjonale særregler som ytterligere kompliserer et allerede komplekst rettslig bilde for aktører som i sin hverdag og virksomhet må forholde seg til bestemmelsen.

Faktiske salg

I høringsnotatets pkt. 4.3.3.2 foreslås det at det ved implementeringen av bestemmelsen i prisopplysningsforskriften stille krav til faktiske salg til den opplyste førprisen. Som departementet er inne på i sitt høringsnotat kan det stilles spørsmål om et slikt krav følger av direktivets ordlyd.

Selv om Virke deler departementets syn på at det er viktig å hindre at næringsdrivende opererer med kunstig høye priser for å kunne gi forbrukerne inntrykk av at et fremtidig salg er spesielt gunstig, er vår oppfatning at også dette er bedre egnet fortsatt regulert gjennom de alminnelige reglene i markedsføringsloven §§ 6 til 8. Kravet til faktisk salg vil da følge av den konkrete vurderingen om dette vil være en urimelig handelspraksis etter de gjeldende bestemmelse. Vi mener dette er å foretrekke fremfor å innføre dette som et tilleggskrav ved implementeringen av regelen til prisopplysningsforskriften.

På dette punktet mener vi også at man som et minimum bør ses hen til hvordan de øvrige nordiske landene løser dette ved sin implementering av bestemmelsen, slik at man unngår å skape ulikheter som skaper ulikheter og unødvendige hindringer for handel over landegrensene disse landene imellom.

Tidsperioden

Etter prismerkingsdirektivet artikkel 6a må førprisen det skal opplyses om være den laveste prisen i en periode på minst 30 dager forut for prisnedsettelsen. Departementet foreslår at perioden som legges til grunn skal være lik for alle varer og at den skal være seks uker.

Virke deler departementets syn på om at det er en fordel at reglene på dette området er så klare og tydelige som mulig. Vi deler også departementets syn på at det derfor vil være hensiktsmessig at tidsperioden som settes bør være lik for alle varer.

Virke er imidlertid sterk kritiske til forslaget om å utvide perioden på 30 dager som foreslått i direktivet til en forlenget periode på seks uker ved vår nasjonale implementering.

Vår generelle oppfatning at man alltid bør være varsom med å innføre nasjonale særregler ved implementering av EU regelverk på forbrukerrettens område, da slike nasjonale særregler normalt vil skape mer kompleksitet for aktørene i markedet, være dyrere og administrere og potensielt derfor også fungere som hindringer for et velfungerende indre marked, og som til syvende og sist også vil kunne ramme tilbudet til norske forbrukere. Som vi tidligere har redegjort for er vår oppfatning også forholdene rundt måten denne regelen kom til på i lovgivningsprosessen taler for å utvise særlig varsomhet med å innføre nasjonale særregler på dette området.

Tradisjonelt legger de fleste medlemsland seg på samme terskel som direktivet i sin implementering av slikt regelverk, noe som taler for at det å legge seg på direktivets periode på 30 dager vil være det som er best egnet til å oppfylle hensynet til klarhet i regelen for alle berørte aktører. Skal man først etablere en nasjonal særregel som utvider perioden fra 30 dager til 6 uker her er må en slik særregel i dette tilfellet være særlig godt utredet, forankret og begrunnet, noe vi ikke kan se at den foreslåtte regelen er.

Det sentrale hensynet om klare og tydelige regler på området oppnås i like stor grad ved å legge seg på den foreslåtte minimumsperioden i direktivet på 30 dager som ved å innføre en norsk særregel som forlenger denne perioden med to uker. Vi kan heller ikke se at det foreligger et reelt behov for hvorfor perioden som satt i direktivet skal forlenges med to ekstra uker her i Norge, eller det at et særlig behov for å regulere inn en slik ekstraperiode nasjonalt er redegjort for og grunngitt i høringsnotatet.

Vår oppfatning er da at man, av hensyn til klarhet i regelverket og i tråd med de overordnede hensynene bak moderniseringsdirektivet og EUs New deal for Consumers om et velfungerende indre marked til fordel for både næringsdrivende og forbrukere, ikke bør innføre en nasjonal særregel der man utvider perioden som foreslått, men legge seg tidsperiode som definert i prismerkingsdirektivet på 30 dager.

Med vennlig hilsen

Mee Eline Eriksson

seniorrådgiver arbeidslivs- og næringspolitikk / politikk

mee.eline.eriksson@virke.no

+47 959 27 897

VIRKE

virke.no