

Erhvervsministeriet

Sendt på mail til tma@kfst.dk, emsa@jm.dk og
amakla@em.dk

Den 6. april 2022

Kommissionens forslag til direktiv vedr. styrkelse af forbrugernes rolle i den grønne omstilling gennem bedre beskyttelse mod visse former for praksis og bedre information (COM(2022) 143 final)

Dansk Erhverv har ved mail af 31. marts 2022 fået ovennævnte i høring og vi skal hermed komme med vores bemærkninger de fremsatte ændringer af direktiv 2005/29/EF og direktiv 2011/83/EU.

Generelle bemærkninger

Dansk Erhverv bakker overordnet op om Kommissionens målsætning om at gøre de europæiske forbrugere bedre i stand til at træffe bæredygtige valg gennem at sikre troværdige oplysninger om produkternes miljømæssige påvirkning. På samme måde finder vi det som udgangspunkt positivt, at forbrugerne får adgang til oplysninger om produkternes reparerbarhed og hvorvidt producenterne af produkterne har givet en garanti for produktets holdbarhed.

Samtidig skal det dog bemærkes, at det netop er producenterne, der har indflydelse på, hvordan produkterne produceres, hvorvidt de udbydes med en garanti og hvor lette de er at reparere. De foreslåede regler bør derfor i første omgang være rettet mod producenterne af produkterne og ikke forhandlerne, der er helt afhængige af de oplysninger, som de får fra producenterne og/eller importørerne af de pågældende produkter.

Det bør derfor præciseres i reglerne, at forhandlerne ved at efterleve reglerne ikke indestår for eventuelle producentgarantier og at forbrugerne som udgangspunkt må rette deres krav i henhold til garantierne mod producenten af produktet.

På samme måde bør det præciseres, at forhandlerne ikke kan straffes, hvis det viser sig, at de oplysninger, de har modtaget fra producenterne - og videregivet til forbrugerne - ikke er korrekte.

Dansk Erhverv foreslår desuden, at punkterne (eb) i artikel 5, (mb) i artikel 6 og (mb) i artikel 8.2 fjernes fra direktivet. Baggrunden for det er, at det kan virke forvirrende for forbrugerne at få oplysningen om, at producenten ikke har oplyst om eksistensen af en garanti, der strækker sig udover de to år, som er dækket af reklamationsfristen.

Dansk Erhverv er af den opfattelse, at punkterne (ea) og (ma), der netop oplyser om garantier, der strækker sig udover de to år, er den vigtigste oplysning for forbrugerne og at den oplysning derfor er dækkende.

Vi foreslår ligeledes, at det præciseres i punkt (i) i artikel 5 og punkt (u) i artikel 6, at en sådan score alene skal oplyses, hvis scoren benyttes i forhandlerens hjemland. Det gælder også selvom producenten måtte have oplyst forhandleren om en score, der benyttes i andre lande.

I 2014 udgav Forbrugerombudsmanden ”Vejledning om brug af miljømæssige og etiske påstande mv.”, og bl.a. Dansk Erhverv bidrog til udarbejdelse af vejledningen. Siden publiceringen af vejledningen har Dansk Erhverv, gennem artikler, arrangementer og kurser, arbejdet for, at Dansk Erhvervs medlemmer kender til indholdet af vejledning og er opmærksomme på de krav, der stilles ved udformning af deres markedsføring.

EU-Kommissionens foreslåede ændringer til direktiv 2005/29/EF for så vidt angår virksomhedernes markedsføring indeholdende bæredygtige eller miljø-, etiske eller klimamæssige påstande er i store træk overensstemmende eller sammenlignelige med de krav, der siden 2014 har været gældende efter Forbrugerombudsmanden vejledning.

Dansk Erhverv er det Danske Handelskammer og via denne funktion også en del af Det internationale handelskammer (ICC-International Chamber of Commerce). ICC repræsenterer erhvervsorganisationer i mere end 100 lande, og herigennem flere millioner erhvervsdrivende.

ICC har i årtier udviklet deres kodeks for reklame og markedskommunikation, og seneste i november 2021, udgivet en ny vejledning om brug af miljømæssige påstande i markedsføring. Dansk Erhverv anbefaler, at EU-Kommissionen i deres ændringer til direktiv 2005/29 sørger for, at de ændringer, der gennemføres af direktivet i videst muligt omfang, flugter med ICC's vejledning, eftersom både erhvervslivet i DK og resten af EU agerer globalt.

EU-Kommissionen foreslår, at bilaget til direktiv 2005/29/EF, der udgør en forbudsliste over former for handelspraksis, lovgiver på forhånd har vurderet som ulovlige, udvides med række forbud, der vedrører de erhvervsdrivendes markedsføring indeholdelse påstande om bæredygtighed eller miljø-, etiske, klimamæssige forhold. Dansk Erhverv anser det som væsentligt, at markedsføringen i sin helhed er troværdig og underbygget af dokumentation, og erhvervsdrivende som bevidst vildleder (greenwasher) skal sanktioneres.

Udvidelsen af bilaget kan dog skabe problemer for de erhvervsdrivende, der ikke selv producerer og/eller emballerer de produkter, de sælger, idet påstande om produkters bæredygtighed eller påstande om produktets miljø-, etiske- og klimamæssige forhold er en del af produktet, emballagen eller øvrige beskrivelser, der følger med produktet. Der er behov for at sikre, at salgsleddet i fornævnte tilfælde udelukkende kan blive ansvarlige for overtrædelse af de foreslåede ændringer til direktivet, herunder bilaget, såfremt salgsleddet i egen markedsføring aktivt anvender en producent eller øvrige tidligere leds markedsføring/anprisninger.

Specifikke bemærkninger

Ændringer til direktiv om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugere på det indre marked – direktiv 2005/29/EF

Ændringer til artikel 2 – definitioner

Med den foreslåede artikel 2(o) tilføjes en definition af miljømæssige påstande (environmental claim), der er meget vidtrækkende og omfatter væsentlige mere end den nuværende fortolkning af miljømæssige påstande efter Forbrugerombudsmandens vejledning fra 2014, som er:

”Med miljømæssige påstande forstås brug af udsagn m.v., som giver indtryk af, at et produkt eller en aktivitet hos en erhvervsdrivende har mindre belastende effekt på miljøet, herunder klimaet. Miljømæssige påstande kan vedrøre påvirkninger af miljøet generelt eller som konsekvens af specifikke udledninger til dele af miljøet såsom luft, vand, jord eller undergrund. Miljømæssige påstande kan også angå støjniveau eller lignende”.

EU-Kommissionens definition omfatter bl.a. brandnavne, virksomhedsnavne og produktnavne, hvilket kan få meget utilsigtede konsekvenser for erhvervslivet.

For allerede på markedet veletablerede virksomheder eller mærker, er der tale om meget væsentlige ændringer, der udhuler det kendskab, goodwill, og økonomi som er knyttet til virksomheden, mærket/brand eller produktnavnet, og som det ofte har taget mange år at opnå, og som også har været forbundet med ikke uvæsentlige investeringer. Dansk Erhverv anser det derfor for vidtgående at lade brandnavne, produktnavne eller virksomhedsnavne omfatte af definitionen.

Ændringer i betragtninger – ny betragtning 3 (se side 18)

EU-Kommissionen foreslår følgende betragtning tilføjet direktivet:

In order to deter traders from deceiving consumers as regards the environmental or social impact, durability or reparability of their products, including through the overall presentation of the products, Article 6(1) of Directive 2005/29/EC should be amended by adding the environmental or social impact, durability and reparability of the product to the list of the main characteristics of the product in respect of which the trader’s practices can be considered misleading, following a case-by-case assessment. Information provided by traders on the social sustainability of products, such as working conditions, charity contributions or animal welfare, should not mislead consumers either. [Dansk Erhvervs understregning]

Ved at omfattet det i betragtningen nævnte til oplysninger om “produktets væsentligste egenskaber”, udvides de erhvervsdrivendes oplysningsforpligtelser markant, og kravet er ikke proportionalt, hvorfor Dansk Erhverv foreslår det modificeres.

Ændringer til Forbrugerrettighedsdirektivet – direktiv 2011/83/EU

Ændringerne til artikel 5 og 6

De foreslåede ændringer til artiklerne 5 og 6 er stort set identiske og oplysningerne skal dermed gives ved alle typer af forbrugeraftaler, hvad enten aftalen indgås i en fysisk butik, via fjernsalg eller udenfor fast forretningssted. Nedenstående bemærkninger gælder derfor også for såvel artikel 5 som artikel 6.

I forhold til (eb) og (mb), der alene gælder for energiforbrugende produkter, er der efter Dansk Erhvervs opfattelse en risiko for, at oplysningen om, at producenten ikke har givet information om en garanti, der dækker mere end to år, kan virke forvirrende for forbrugerne.

Alle forbrugere er dækket af en reklamationsfrist på minimum to år og det er vores frygt, at der kan opstå forvirring hos forbrugerne om, hvorvidt de fortsat er dækket af den almindelige reklamationsfrist, når det i forbindelse med præsentationen af produktet oplyses, at producenten ikke har givet information om en garanti, der løber ud over to år. Der er desværre allerede i dag en udbredt forvirring hos forbrugerne for så vidt angår forskellen på en reklamationsfrist og en garanti.

Vi mener, at (ea) og (ma), der gælder for alle produkter er mere end dækkende for forbrugernes informationsbehov, da de netop oplyser forbrugerne om de produkter, hvor producenterne har givet en frivillig garanti, der går ud over de to år og hvor lang garantien er. Det vil derfor være let for forbrugerne at se, hvilke produkterne der giver dem en yderligere beskyttelse udover den to-årige reklamationsfrist.

Samtidig vil vi opfordre til, at oplysningerne om eksistensen af en garanti fra producenten kan gives på så let en måde som overhovedet muligt. Det kan for eksempel være via et piktogram, hvis forhandleren vurderer, at det er den letteste måde at gøre det på. Jo mere tekststung informationen bliver, desto større risiko er der for, at forbrugerne ikke får læst det.

For så vidt angår punkterne (ec), (ed), (mc), (md), (i), (j), (u) og (v) er det vigtigt at understrege, at forhandlerne alene forpligtes til at videregive de oplysninger, som de modtager fra producenterne og at forhandlerne som udgangspunkt ikke er ansvarlige for rigtigheden af oplysningerne.

I forhold til punkterne (i) og (u) skal det bemærkes, at Dansk Erhverv ikke er bekendt med, at der i Danmark skulle være en score, der angiver, hvor lette produkterne er at reparere. Det bør derfor overvejes, om en dansk forhandler skal forpligtes til at oplyses en eventuel score, hvis producenten oplyser en sådan, men den tager udgangspunkt i reglerne i producentens hjemland.

Dansk Erhverv foreslår derfor, at det præciseres, at kravet om at oplyse en score for produkternes reparabilitet ikke finder anvendelse i lande, hvor en sådan scorer ikke eksisterer – heller ikke selvom producenten oplyser forhandleren om en score, der eventuelt måtte være gældende i et andet land.

Hvis der oplyses en score, vil det være naturligt, at forbrugerne spørger ind til betydningen af en sådan score og det er ikke rimeligt, at den danske detailhandel skal sætte sig ind i systemerne i de øvrige EU-lande for at sælge varer til danske forbrugere.

Ændringerne til artikel 8

Da Dansk Erhverv forslår, at punkterne (eb) og (mb) udgår af artikel 5 og 6, foreslår vi ligeledes, at punkt (mb) udgår af artikel 8.2. Det er som nævnt vores opfattelse, at den vigtigste oplysning for forbrugerne er oplysningen om, på hvilke produkter producenterne giver en garanti, der strækker sig udover reklamationsrettens to år.

Med venlig hilsen

Bo Dalsgaard
Chefkonsulent