

Justitiedepartementet
Enheten för familjerätt och
allmän förmögenhetsrätt
103 33 Stockholm

2012-01-16

Remissyttrande

Europeiska kommissionens förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om en gemensam europeisk köplag

Ert dnr Ju2011/7462/L2

NDM – Näringslivets Delegation för Marknadsrätt - är ett samarbetsorgan inom svenskt näringsliv, främst i frågor som rör konsumentpolitik och marknadsrätt. En medlemsförteckning bifogas.

NDM är ej remissinstans men önskar ändå framföra sina synpunkter på kommissionens förslag till Europaparlamentets och rådets förordning om en gemensam europeisk köplag.

Sammanfattning

Sammanfattningsvis avvisar NDM införandet av European Sales Law, såväl avseende avtal mellan näringsidkare som avtal mellan näringsidkare och konsument. Vad gäller avtal mellan näringsidkare finns överhuvudtaget inget behov av regleringen och inte heller någon efterfrågan.

Vad gäller konsumentavtal finns ett stort behov av ett enhetligt regelverk på den inre marknaden för att underlätta för gränsöverskridande handel. NDM anser dock inte att det behovet tillgodoses genom European Sales Law då förslaget är svårtillgängligt och av undermålig materiell och teknisk kvalitet. NDM avvisar således förslaget även avseende konsumentavtal.

Förslaget saknar balans mellan näringsidkar- och konsumentintresset, exempelvis bristen på reklamationsfrist liksom otydliga påföljds- och preskriptionsregler. Något som förstärks av att materien som sådan är tekniskt komplicerad och otillgängligt skriven, vilket kommer att föranleda tolkningsproblem. Reglerna om information, samtycke och bekräftelse bygger på verklighetsfrämmande föreställningar om vad som är rimligt och nyttigt. Näringsidkarens transaktionskostnader kommer att öka totalt sett, snarare än minska som kommissionen menar, då de obalanserade materiella bestämmelserna medför ökat ansvar och därmed ökade kostnader på näringsidkaren. NDM menar att risken för fler konflikter och tvister med konsumenter är stor och därigenom även ökade kostnader för badwill, juridisk rådgivning och tvistlösning. NDM kan för sin del inte se att European Sales Law kan rekommenderas för praktisk tillämpning.

Förutsättningen för att European Sales Law ska få den tänkta harmoniserande effekten på konsumentregelverket är att den används i praktiken, något som i sin tur kräver att såväl näringsidkare som konsumenter känner förtroende för regelverket. NDM ställer sig högst tveksam till att ett sådant förtroende kommer att finnas med tanke på förslagetets såväl tekniskt som materiellt undermåliga kvalitet. Komplexiteten parad med oklara definitioner och vaga bestämmelser strider som sådan mot politiken för regelförenkling. Att det är frivilligt att använda regelverket förtar inte dess brister.

NDM anser att ett införande av European Sales Law riskerar att minska såväl konsumenters som näringsidkares förtroende för den inre marknaden och det europeiska rättsliga systemet då regelmassan växer med ytterligare ett regelverk vars tillämpning och nytta i praktiken är högst begränsad.

Synpunkter på förslaget till förordning och bilaga (European Sales Law)

Syfte

Det grundläggande syftet med förslaget, att underlätta för den gränsöverskridande handeln på den inre marknaden, är vällovligt. Dock anser NDM inte att förslaget om European Sales Law uppfyller detta syfte. Snarare föreligger det en betydande risk för att effekten blir den motsatta, d v s att regelverket för gränsöverskridande handel blir än mer svårtillgängligt för såväl konsumenter som näringsidkare vilket i sin tur leder till ett minskat förtroende för den inre marknaden och det europeiska rättsliga systemet.

Lagstiftningsmetod och utformning

Vad gäller valet av lagstiftningsmetod, d v s att införa en parallell lagstiftning till befintliga nationella regler, medför det enligt NDM en hel del oklarheter. Dels avseende hur det ska fungera i praktiken i förhållande till de nationella rättssystemen, dels hur en enhetlig praxisutveckling i de olika medlemsstaterna ska kunna upprätthållas då förslagetets utformning ger stort utrymme för tolkning och missförstånd. Det är vidare oklart hur den parallella lagstiftningen ska tillämpas i samspel med nationell lagstiftning. Ska den nationella lagstiftningen "fylla ut luckor" i European Sales Law och i fall på vilket sätt?

Valet av lagstiftningsmetod innebär att lagstiftningens genomslag är beroende av konsumenters och näringsidkares förtroende för regelverket. Ett problem är då förslagets omfattning, komplexitet och undermåliga tekniska kvalitet. European Sales Law, som är en bilaga till förordningen, är indelad i Delar, Kapitel, Avsnitt, Artiklar och därefter punktlistor i upp till tre nivåer. Strukturen avviker väsentlig från strukturen i CISG (konventionen med den internationella köplagen), och därigenom också köp- respektive konsumentköplagen. Språket är inte stringent och begrepps användningen överensstämmer inte med gängse terminologi, exempelvis kallas det som vanligen benämns hävning för uppsägning, och med hävning avses istället det som vanligen benämns ogiltighet. Som ytterligare exempel på svårtillgängligheten kan nämnas de olika begrepp som används avseende avtalsparter; näringsidkare, konsument, säljare, köpare, kund, tjänsteleverantör, mottagare, den andre parten, borgenär och gäldenär. Att utröna vad som gäller i en viss situation kräver koncentration, grundlig analys och troligen juridisk skolning. Förslagets upplägg och utformning låter sig svårtligen förenas med politiken för regelförenkling. Tanken att detta skulle vara mindre allvarligt, eftersom det är frivilligt att använda regelverket måste avvisas helt.

Balans mellan näringsidkare och konsument

Vad gäller balansen mellan konsument- och näringsidkarintressen anser NDM att den helt har satts ur spel. Många gånger får regleringen orimliga och icke försvarbara konsekvenser.

Ett exempel på detta är avseende avsaknaden av skyldigheten för konsumenten att reklamera ett fel i en vara inom en viss tid. Av artikel 118 och 119 följer att det vid konsumentavtal inte finns någon skyldighet att reklamera ett fel och därigenom inte heller någon frist inom vilken en konsument ska reklamera. Konsumenten behöver således inte underrätta näringsidkaren om ett fel för att kunna åtnjuta sina rättigheter. En skyldighet för konsumenten att reklamera inom skälig tid är väsentlig för balansen mellan konsument och näringsidkare. Det är i annat fall omöjligt för en näringsidkare att veta om att det föreligger ett fel och vidta rättelse. Att inte föreskriva en reklamationsskyldighet begränsad i tiden kan också ifrågasättas ur konsumentnyttoperspektiv.

Genom att inte föreligger en skyldighet att reklamera inom en viss tid kommer konsumenter att avvakta in i det längsta med att reklamera. Detta försämrar väsentligen läget för näringsidkaren att kunna åtgärda felet på ett effektivt sätt. En konsument som fortsätter att använda en felaktig vara riskerar att förvärpa felet och därigenom försämra möjligheterna till avhjälpande. Ett fel som om konsumenten reklamerat inom skälig tid lätt kunnat avhjälpas till en låg kostnad, kan bli avsevärt dyrare och svårare att avhjälpa om konsumenten reklamerar först efter lång tid. Exempelen är många; kärvande växellåda på en bil som konsumenten fortsätter att köra, en dator som konsumenten fortsätter att använda trots att fläkten gått sönder osv. Möjligheterna till omleverans försämrar också då det blir svårare för näringsidkaren att kunna leverera en ny vara ju längre tiden går från köpet.

Vidare framgår av artikel 105 punkt 1 och 2 att säljaren är ansvarig för fel som föreligger vid riskens övergång och som uppdagas inom sex månader presumeras vara ursprungligt. NDM menar att i praktiken medför denna bestämmelse och bristen på reklamationskyldighet att näringsidkaren har bevisbördan för att ett fel inte varit ursprungligt under hela preskriptionstiden. Detta då konsumenten alltid kan hävda att ett fel uppkommit inom sex månader från riskens övergång men att denne inte reklamerat förrän senare, något som näringsidkaren inte kommer kunna motbevisa.

Vad gäller preskriptionstidens längd kan NDM inte utläsa när den korta respektive den långa preskriptionstiden, två respektive tio år, ska tillämpas på konsumentavtal. Detta gör att konsekvenserna av en tillämpning av European Sales Law blir än mindre förutsägbara för näringsidkaren.

Ytterligare exempel på brister i balansen mellan näringsidkar- och konsumentintresset är borttagandet av väsentlighetskravet för hävning, begränsningen till möjligheten göra nyttjandeavdrag när konsumenten häver ett köp, konsumentens rätt till prisskillnad upp till marknadspriset och näringsidkarens omfattande informationsskyldighet.

Information

Den näringsidkare som önskar tillämpa European Sales Law ska informera konsumenten och säkerställa dennes uttryckliga samtycke och bekräftelse med olika dokument på ett sätt som medför en betydande hanteringsomgång och därmed kostnader. Förfarandet bygger dessutom på en orealistisk uppfattning om vad en konsument är beredd att försöka sätta sig in i och vad som i den stora mängden ordinära transaktioner kan vara till nytta.

Avtal mellan näringsidkare

NDM ser ingen anledning till att European Sales Law ska omfatta avtalsförhållanden mellan näringsidkare då det överhuvudtaget inte finns något behov av regleringen och inte heller någon efterfrågan. Användningen av standardiserade leveransvillkor och CISG har skapat en ordning som är välfungerande. CISG används mer sällan i så måtto att parter avtalar om att tillämpas CISG i sin helhet. Däremot har den haft stort inflytande på utformningen av leveransvillkor, avtal och handelsbruk som har framförhandlats mellan näringsidkare och andra aktörer vid internationella förhållanden. Många näringsidkare sluter avtal med andra näringsidkare såväl inom som utanför den europeiska unionen och tillämpar då oftast samma avtal/leveransvillkor. Att dessa näringsidkare skulle ha ett intresse av att anpassa sina överenskommelser med andra näringsidkare och rutiner till European Sales Law som inte kan användas i internationella överenskommelser förefaller högst osannolikt.

Slutsatser

NDM ifrågasätter om näringsidkare i allmänhet kommer att lägga ner de kostnader i form av tid och juridisk rådgivning som krävs för att ta till sig European Sales Law. Risken är därutöver överhängande för att de som gör det ändå väljer bort European Sales Law eftersom de materiella reglerna föranleder väsentligen ökade kostnader och risk för konflikter och tvister med konsumenter till följd av oklarheter och

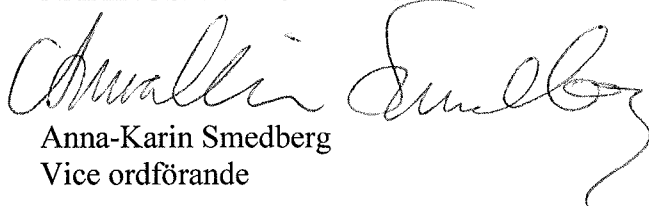
tolkningsvårigheter. Mot denna bakgrund kan NDM för sin del inte se att European Sales Law kan rekommenderas vare sig för enskilda avtal eller som grund för standardavtal. NDM noterar att förslaget också förkastats i uttalanden från ledande konsumentorganisationer på EU-nivå. Det är därför svårt att se hur regelverket ska kunna få något verkligt fotfäste i praktisk tillämpning.

NDM ser inte att European Sales Law kan få någon harmoniserande effekt på konsumentregelverket på den inre marknaden och avvisar således förslaget i sin helhet.

NDM ser även en risk för att European Sales Law i förlängningen kommer att införas som obligatorisk lagstiftning och ersätta de nationella lagstiftningarna. Något som indikeras i artikel 15 i förordningen enligt vilken kommissionen efter fem år ska göra en översyn över tillämpningen av förordningen bl a med hänsyn till den framtida utvecklingen av unionens regelverk. Enligt NDMs mening skulle en sådan, önskad, utveckling förorsaka betydande problem och kostnader för näringsidkare som säljer gränsöverskridande.

NDM anser att ett införande av European Sales Law riskerar att minska såväl konsumenters som näringsidkares förtroende för den inre marknaden och det europeiska rättsliga systemet då regelmassan växer med ytterligare ett regelverk vars tillämpning och nytta i praktiken är högst begränsad. Vidare skulle det vara olyckligt om kommissionen genom att införa European Sales Law anser sig ha tillsett att det finns lämpliga och enhetliga konsumentregler på den inre marknaden. Arbete för fullharmonisering riskerar då att avstanna.

NÄRINGS LIVETS DELEGATION FÖR MARKNADSRÄTT



Anna-Karin Smedberg
Vice ordförande

NDMs medlemmar

BIL Sweden

(BIL Sweden – manufacturers/importers of cars, trucks & buses)

Direkthandels Förening

(Swedish Direct Selling Association)

Finansbolagens Förening

(Association of Swedish Finance Houses)

Företagarna

(Swedish Federation of Business Owners)

Försäkringsförbundet

(Swedish Insurance Federation)

IAB Sverige

(Interactive Advertising Bureau)

Lantbrukarnas Riksförbund

(Federation of Swedish Farmers)

Läkemedelsindustriföreningen

(Swedish Association of the Pharmaceutical Industry)

Motorbranschens Riksförbund

(Swedish Association for Motor Retail Trades and Repairs)

Stockholms Handelskammare

(Stockholm Chamber of Commerce)

SWEDMA

(Swedish Direct Marketing Association)

Svensk Distanshandel

(Swedish Distance Sellers (SDS))

Svenska Franchiseföreningen

(The Swedish Franchise Association)

Svensk Handel

(Swedish Trade Federation)

Svenska Bankföreningen
(Swedish Bankers' Association)

Svenska Tidningsutgivareföreningen
(Swedish Newspaper Publishers' Association)

Sveriges Marknadsförbund
(Swedish Marketing Federation)

Sveriges Annonsörer
(Association of Swedish Advertisers)

Sveriges Callcenter Förening SCCF
(Swedish Callcenter Federation)

Sveriges Kommunikationsbyråer
(Swedish Association of Communication Agencies)

Svenskt Näringsliv
(Confederation of Swedish Enterprise)

Tobaksleverantörsföreningen
(Swedish Tobacco Association)

Samarbetsavtal med:

Coop Sverige

NDMs ordförande: Anders Stenlund, Svenskt Näringsliv

NDMs vice ordförande: Anna-Karin Smedberg, Svensk Handel

NDMs sekreterare: Jan Fager, Sveriges Marknadsförbund

Adress:

NDM

c/o Sveriges Marknadsförbund

Sveavägen 17, 5 tr

111 57 Stockholm

