

OECD RETNINGSLINJER FOR FORBRUKERVERN VED ELEKTRONISK HANDEL

(vedtatt av Rådet under dets 96. møte den 9. desember 1999)

Lovgivning, politikk og praksis på forbrukerrettens område setter grenser for uhederlig, villedende og urimelig forretningsskikk. Slik beskyttelse er uunnværlig for å skape tillit hos forbrukerne og etablere et mer balansert forhold mellom foretak og forbrukere i handelstransaksjoner.

Datateknologien og de digitale nettverkene som den elektroniske markedsplassen er en del av, er i sitt vesen internasjonale. Det kreves derfor en global innfallsvinkel til forbrukervern som en del av et klart og forutsigbart juridisk regelverk for elektronisk handel, basert på egenkontroll. De verdensomspennende nettverkene er en utfordring for de enkelte lands og jurisdiksjoners evne til å sikre tilstrekkelig forbrukervern ved elektronisk handel. Sprik mellom forskjellige lands politikk kan være til hinder for vekst innen elektronisk handel, og det mest effektive kan derfor være å behandle forbrukervernsaker gjennom internasjonalt samråd og samarbeid. Myndighetene i OECDs medlemsland har innsett at internasjonalt samordnet innsats kan være nødvendig for å utveksle informasjon og etablere en allmenn forståelse av hvordan disse spørsmålene bør håndteres.

Statene utfordres til å legge forholdene til rette for sosial utvikling og økonomisk vekst basert på ny nettverksteknologi og å gi sine innbyggere et effektivt og klart regelverk for forbrukervern ved elektronisk handel. Det finnes et mangfold av forbrukervernlover som regulerer handelsnæringen. Mange OECD-medlemsland er i gang med å vurdere nåværende lovgivning og praksis på forbrukervernområdet med tanke på å fastslå om det er nødvendig å gjennomføre endringer for å ivareta de særegne aspektene ved elektronisk handel. Medlemslandene ser også på hvordan ordninger med egenkontroll kan bidra til et effektivt og rimelig forbrukervern i denne sammenheng. For å nå disse målene kreves det innsikt og innspill fra hele det sivile samfunn, og alle slike initiativer bør inngå i et globalt samarbeid på regjeringsplan, blant næringslivet og mellom forbrukerne og deres representanter.

I april 1998 påbegynte OECDs komité for forbrukerpolitikk arbeidet med å utvikle et sett av generelle retningslinjer som skulle beskytte forbrukere som deltar i elektronisk handel, uten å skape handelsbarrierer. Disse retningslinjene utgjør en anbefaling til myndigheter, foretak, forbrukere og deres representanter med hensyn til hovedkjennetegn ved et effektivt forbrukervern for elektronisk handel. Imidlertid skal ikke noe som her nevnes hindre noen part i å overskride disse retningslinjene, og heller ikke hindre noe medlemsland i å opprettholde eller vedta strengere bestemmelser til beskyttelse av forbrukere som handler online. Retningslinjene har spesielt som formål å angi rammer og prinsipper for å bistå:

- i) myndighetene med å gjennomgå, utforme og iverksette politikk, praksis og forskrifter samt håndhevingsmekanismer der det er nødvendig for å gi forbrukerne effektiv beskyttelse i forbindelse med elektronisk handel;
- ii) næringsorganisasjoner, forbrukergrupper og selvreguleringsorganer ved å gi veiledning om de hovedkjennetegn ved et effektivt forbrukervern som bør tas i betraktning ved gjennomgang, utforming og gjennomføring av ordninger basert på selvregulering i forbindelse med elektronisk handel;
- iii) enkeltforetak og enkeltforbrukere som driver med elektronisk handel, ved å gi entydig veiledning om kjennetegn ved den opplysningspraksis og gode forretningskikk som foretakene bør etterleve og forbrukerne bør forvente ved elektronisk handel.

I lys av ovennevnte

ANBEFALER RÅDET,

idet det tas hensyn til artikkel 5 b) i Konvensjon om Organisasjonen for økonomisk samarbeid og utvikling av 14. desember 1960;

idet det tas hensyn til Ministererklæring om forbrukervern i forbindelse med elektronisk handel av 8.-9. oktober 1998 [C(98)177 (vedlegg 2)];

idet det tas hensyn til Rådets anbefaling om retningslinjer for beskyttelse av privatlivet og overføring av personopplysninger over landegrensene av 23. september 1980 [C(80)58(endelig)], og Ministererklæring om beskyttelse av privatlivet i globale nettverk av 8.-9. oktober 1998 [C(98)177 (vedlegg 1)];

idet det tas hensyn til Ministererklæring om autentisering av elektronisk handel av 8.-9. oktober 1998 [(C98)177 (vedlegg 3)];

idet det tas hensyn til Rådets anbefaling om retningslinjer for sikkerhet i informasjonssystemer av 26.-27. november 1992 [C(92)188/ENDELIG], og OECDs anbefaling om retningslinjer for krypteringspolitikk av 27. mars 1997 [C(97)62/ENDELIG];

som erkjenner at elektronisk handel kan innebære nye og betydelige fordeler for forbrukerne, blant annet brukervennlighet, tilgang til et stort utbud av varer og tjenester og muligheten til å samle og sammenligne opplysninger om slike varer og tjenester;

som erkjenner at enkelte særtrekk ved elektronisk handel, blant annet muligheten for foretak og forbruker til raskt og enkelt å kommunisere med hverandre om varer og tjenester og foreta transaksjoner over landegrensene, kan skape kommersielle situasjoner som forbrukerne er ukjent med og som kan sette deres interesser i fare, og at det blir stadig viktigere for forbrukere og foretak å være informert om og å være seg bevisst sine rettigheter og forpliktelser på den elektroniske markedsplassen;

som erkjenner at regler om gjeldende rett og domsmyndighet i forbrukersammenheng kan ha betydning for et bredt spekter av spørsmål innen elektronisk handel, like mye som regler om gjeldende rett og domsmyndighet i andre sammenhenger kan ha betydning på forbrukervernområdet;

som erkjenner at forbrukernes tillit til elektronisk handel styrkes ved en videre utvikling av klare og effektive forbrukervernmekanismer som begrenser bruken av uhederlig, villedende eller urimelig forretningsskikk på nettet;

som mener at elektronisk handel bør være åpent og tilgjengelig for alle forbrukere; og

som mener at myndigheter, foretak, forbrukere og deres representanter bør vie utviklingen av effektive, grenseuavhengige erstatningsordninger spesiell oppmerksomhet,

AT MEDLEMSLANDENE:

treffer de nødvendige tiltak for å iverksette de relevante deler av retningslinjene som fremgår av vedlegget til denne anbefaling;

sprer retningslinjene til alle aktuelle statlige departementer og organer, til forretningssektorer som driver med elektronisk handel, til forbrukerrepresentanter, til mediene, til opplæringsinstitusjoner og til andre aktuelle grupper som arbeider i offentlighetens interesse;

oppmuntrer foretak, forbrukere og deres representanter til å spille en aktiv rolle for å fremme iverksettelsen av retningslinjene på internasjonalt, nasjonalt og lokalt plan;

oppmuntrer myndigheter, foretak, forbrukere og deres representanter til å delta i og ta hensyn til anbefalinger gitt gjennom pågående undersøkelser av regler om gjeldende rett og domsmyndighet;

inviterer ikke-medlemsland til å ta bestemmelsene i denne anbefaling i betraktning under gjennomgangen av sin politikk og sine tiltak og reguleringer på forbrukerområdet;

konsulterer hverandre, samarbeider og letter informasjonsutviklingen seg imellom og mellom ikke-medlemsland, foretak, forbrukere og deres representanter, både på nasjonalt og internasjonalt plan, for å gi effektivt forbrukervern i forbindelse med elektronisk handel i samsvar med retningslinjene;

iverksetter retningslinjene på en måte som oppmuntrer til utvikling av nye forretningsmodeller og teknologianvendelser som tjener forbrukerne; og oppmuntrer forbrukerne til å dra fordel av alle tilgjengelige virkemidler for å styrke sin stilling som kjøpere; og

PÅLEGGER Komiteen for forbrukerpolitikk å utveksle opplysninger om framgang og erfaringer med hensyn til iverksettelsen av denne anbefaling, å gjennomgå disse opplysningene og å rapportere til Rådet i 2002 eller før, og senere slik omstendighetene tilsier.

DEL EN VIRKEOMRÅDE

Disse retningslinjene gjelder bare for elektronisk handel fra foretak til forbruker, og ikke for transaksjoner mellom foretak.

DEL TO GENERELLE PRINSIPPER

I. KLAR OG EFFEKTIV BESKYTTELSE

Forbrukere som deltar i elektronisk handel, bør gis klart og effektivt forbrukervern som ikke er mindre omfattende enn det vern som gis ved andre former for handel.

Myndigheter, foretak, forbrukere og deres representanter bør samarbeide for å oppnå slik beskyttelse og fastslå hvilke endringer som kan være nødvendige for å ivareta de spesielle omstendighetene ved elektronisk handel.

II. GOD FORRETNINGS-, REKLAME- OG MARKEDSFØRINGSSKIKK

Foretak som driver elektronisk handel, bør vise tilbørlig hensyn til forbrukernes interesser og opptre i henhold til god forretnings-, reklame- og markedsføringsskikk.

Foretak bør ikke fremsette noen påstand, gjøre noen utelatelse eller benytte noen metode som kan antas å være bedragerisk, villedende, uhederlig eller urimelig.

Foretak som selger, promoterer eller markedsfører varer eller tjenester til forbrukere, bør ikke benytte metoder som kan antas å utsette forbrukeren for urimelig fare for skade.

Når foretak gir adgang til opplysninger om seg selv eller de varer eller tjenester de leverer, bør de presentere slike opplysninger på en klar, iøynefallende, nøyaktig og lett tilgjengelig måte.

Foretak bør leve opp til de påstander de eventuelt fremsetter om sin egen politikk og praksis vedrørende transaksjoner med forbrukere.

Foretak bør ta hensyn til at elektronisk handel er et globalt fenomen, og bør om mulig vurdere reguleringssituasjonen i de markeder de sikter seg inn mot.

Foretak bør ikke utnytte de spesielle egenskapene ved elektronisk handel til å skjule sin egentlige identitet eller tilholdssted eller for å unngå å opptre i samsvar med forbrukervernbestemmelser og/eller håndhevingsmekanismer.

Foretak bør ikke benytte urimelige kontraktsvilkår.

Reklame og markedsføring bør være lett gjenkjennelig som sådan.

Reklame og markedsføring på vegne av et foretak bør opplyse om foretakets identitet når det ville være villedende å unnlate dette.

Foretak bør kunne underbygge enhver uttrykkelig eller underforstått påstand så lenge påstanden opprettholdes og i et rimelig tidsrom etter dette.

Foretak bør utarbeide og iverksette effektive og enkle rutiner som gjør det mulig for forbrukere å velge om de ønsker å motta kommersielle e-postmeldinger uten å ha bedt om det.

Når forbrukere har angitt at de ikke ønsker å motta kommersielle e-postmeldinger uten å ha bedt om det, bør slikt valg respekteres.

I en rekke land er uoppfordret e-post underlagt spesifikke juridiske krav eller krav til egenkontroll.

Foretak bør vise særlig aktsomhet ved reklame eller markedsføring rettet mot barn, eldre, alvorlig syke og andre som kan ha begrenset evne til å forstå de opplysninger de blir forelagt.

III. OPPLYSNINGER ONLINE

A. OPPLYSNINGER OM FORETAKET

Foretak som driver elektronisk handel overfor forbrukere, bør gi nøyaktige, klare og lett tilgjengelige opplysninger om seg selv som minst gir mulighet for:

- i) identifikasjon av foretaket – herunder foretakets juridiske navn og forretningsnavn; foretakets geografiske hovedadresse; e-postadresse eller andre elektroniske kontaktmuligheter, eventuelt telefonnummer; samt adresse for registreringsformål og eventuelle relevante offentlige registrerings- eller lisensnummer;
- ii) umiddelbar, enkel og effektiv kommunikasjon mellom forbruker og foretak;
- iii) egnet og effektiv tvisteløsning;
- iv) forkynnelse av rettslige skritt;
- v) lokalisering av foretaket og dets ledelse for politi og reguleringsmyndigheter.

Når et foretak kunngjør at det er medlem av egenkontrollordning, næringssammenslutning, tvisteløsningsorganisasjon eller annet sertifiseringsorgan, bør foretaket gi forbrukerne adgang til passende kontaktdetaljer og en enkel metode for å kontrollere medlemskapet og få innblikk i sertifiseringsorganets aktuelle retningslinjer og praksis.

B. OPPLYSNINGER OM VARER ELLER TJENESTER

Foretak som driver elektronisk handel overfor forbrukere, bør gi nøyaktige og lett tilgjengelige opplysninger som beskriver de varer eller tjenester som tilbys; slike opplysninger bør gis i tilstrekkelig omfang til at forbrukerne kan treffe en velfundert beslutning om hvorvidt de skal gå med på transaksjonen, og på en måte som gjør det mulig for forbrukerne å holde tilstrekkelig oversikt over slike opplysninger.

C. OPPLYSNINGER OM TRANSAKSJONEN

Foretak som driver elektronisk handel, bør gi tilstrekkelige opplysninger om vilkår og kostnader i forbindelse med en transaksjon til at forbrukerne kan treffe en velfundert beslutning om hvorvidt de skal gå med på transaksjonen.

Slik informasjon bør være klar, nøyaktig og lett tilgjengelig, og bør gis på en slik måte at forbrukerne får tilstrekkelig anledning til å gjennomgå den før de går med på transaksjonen.

Når en transaksjon kan gjennomføres på mer enn ett språk, bør foretaket gjøre tilgjengelig på de samme språk all informasjon som er nødvendig for at forbrukerne skal kunne treffe en velfundert beslutning om transaksjonen.

Foretaket bør gi forbrukerne en klar og fullstendig tekst med de aktuelle vilkår for transaksjonen, på en måte som gjør det mulig for forbrukerne å få tilgang til og holde tilstrekkelig oversikt over slike opplysninger.

Når det er aktuelt, og transaksjonen tilsier det, bør slike opplysninger omfatte følgende:

- i) en spesifisert oversikt over alle omkostninger som innkreves og/eller ilegges av foretaket;
- ii) opplysning om andre rutinemessige omkostninger for kunden som ikke innkreves og/eller ilegges av foretaket;
- iii) leverings- eller utførelsesvilkår;
- iv) betalingsvilkår og betalingsmåte;
- v) restriksjoner, begrensninger eller vilkår for kjøp, for eksempel krav om tillatelse fra foreldre/foresatte, geografiske begrensninger eller tidsbegrensninger;
- vi) instruksjoner om riktig bruk, herunder advarsler vedrørende sikkerhet og helse;
- vii) opplysninger om tilgjengelige ettersalgstjenester;
- viii) detaljer om og vilkår for oppsigelse, avslutning, retur, bytte, oppheving og/eller opplysninger om refusjonsvilkår; og
- ix) tilgjengelige garantier.

Alle opplysninger som gjelder kostnader bør angi hvilken valuta som skal benyttes.

IV. BEKREFTELSESPROSEDYRE

For å unngå tvil om hvorvidt kunden har til hensikt å gjøre et kjøp, bør kunden før handelen avsluttes ha anledning til å angi nøyaktig hvilke varer eller tjenester han eller hun ønsker å kjøpe, til å påvise og korrigere eventuelle feil eller forandre bestillingen, til å gi uttrykk for et velfundert og uttrykkelig samtykke til handelen og til å beholde en fullstendig og nøyaktig oversikt over transaksjonen.

Forbrukeren bør kunne oppheve transaksjonen før handelen avsluttes.

V. BETALING

Forbrukeren bør gis adgang til enkle og sikre betalingsmekanismer og opplysninger om sikkerhetsnivået ved slike mekanismer.

Ansvarsbegrensninger ved ikke-autorisert eller uhederlig bruk av betalingssystemer, samt tilbakebetalingsmekanismer, er effektive virkemidler for å øke forbrukernes tillit, og det bør oppmuntres til utvikling og bruk av slike i forbindelse med elektronisk handel.

VI. TVISTELØSNING OG RETTSMIDLER

A. GJELDENE RETT OG DOMSMYNDIGHET

Transaksjoner mellom foretak og kunde på tvers av landegrensene, enten de skjer elektronisk eller på annen måte, er underlagt eksisterende regler for gjeldende rett og domsmyndighet.

Elektronisk handel byr på utfordringer for dette regelverket. Det bør derfor vurderes om det eksisterende regelverk for gjeldende rett og domsmyndighet bør endres eller anvendes på en annen måte for å sikre effektivt og entydig forbrukervern i forbindelse med den stadige veksten i elektronisk handel.

Når endringer i eksisterende regelverk vurderes, bør myndighetene søke å sikre at regelverket er rettferdig for forbrukere og forretningsliv, letter den elektroniske handelen, gir forbrukerne et beskyttelsesnivå minst på høyde med det som finnes i andre former for handel, samt gir forbrukerne meningsfylt adgang til rimelige rettsmidler i rett tid og uten utilbørlige omkostninger eller belastninger.

B. ALTERNATIVE TVISTELØSNINGSMÅTER OG RETTSMIDLER

Forbrukerne bør gis meningsfylt adgang til rimelige og rettidige tvisteløsningsmekanismer og rettsmidler uten utilbørlige kostnader eller belastninger.

Foretak, forbrukerrepresentanter og myndigheter bør samarbeide om videre bruk og utvikling av rimelige, effektive og entydige prinsipper og prosedyrer for egenkontroll og annet, herunder alternative tvisteløsningsmekanismer, for å ta hånd om reklamasjoner og løse forbrukertvister som oppstår ved elektronisk handel fra foretak til forbruker, med særlig vekt på transaksjoner over landegrensene.

- i) Foretak og forbrukerrepresentanter bør fortsette å etablere rettferdige, effektive og klare interne mekanismer for å ta hånd om og svare på reklamasjoner og vanskeligheter på en rimelig og rettidig måte og uten utilbørlige omkostninger og belastninger for forbrukeren. Forbrukerne bør oppmuntres til å benytte seg av slike mekanismer.
- ii) Foretak og forbrukerrepresentanter bør fortsette å etablere samarbeidsbaserte egenkontrollprogrammer for å behandle reklamasjoner og bistå forbrukere med å løse tvister som oppstår i forbindelse med elektronisk handel fra foretak til forbruker.
- iii) Foretak, forbrukerrepresentanter og myndigheter bør arbeide sammen for fortsatt å gi forbrukerne adgang til alternative tvisteløsningsmekanismer som gir effektiv løsning av tvister på en rettferdig og rimelig måte og uten utilbørlige omkostninger eller belastninger for forbrukeren.

- iv) For å gjennomføre ovennevnte bør foretak, forbrukerrepresentanter og myndigheter ta i bruk informasjonsteknologi på en nyskapende måte og bruke den til å styrke forbrukernes bevissthet og valgfrihet.

I tillegg kreves videre undersøkelser for å oppfylle målsetningene i del VI på internasjonalt plan.

VII. PERSONVERN

Elektronisk handel fra foretak til forbruker bør følge de anerkjente prinsippene om personvern som er fastsatt i OECDs retningslinjer for beskyttelse av privatlivet og overføring av personopplysninger over landegrensene (1980) og ta hensyn til OECDs ministererklæring om beskyttelse av privatlivet i globale nettverk (1998) for å gi forbrukere egnet og effektiv beskyttelse.

VIII. OPPLYSNING OG FORBRUKERBEVISSTHET

Myndigheter, foretak og forbrukerrepresentanter bør samarbeide om å opplyse forbrukerne om elektronisk handel, fremme velinformert beslutningstaking hos forbrukere som deltar i elektronisk handel og skape økt bevissthet hos foretak og forbrukere om det forbrukerregelverk som gjelder for deres online-virksomhet.

Myndigheter, næringsliv, media, utdanningsinstitusjoner og forbrukerrepresentanter bør bruke alle effektive virkemidler for å opplyse forbrukere og foretak, også ved hjelp av ny teknikk som globale nettverk gir adgang til.

Myndigheter, forbrukerrepresentanter og foretak bør arbeide sammen for å opplyse forbrukere og foretak på globalt plan om relevante forbrukervernlover og rettsmidler i en lett tilgjengelig og forståelig form.

DEL TRE GJENNOMFØRING

For å oppnå hensikten med denne anbefaling bør medlemslandene på nasjonalt og internasjonalt plan og i samarbeid med foretak, forbrukere og deres representanter:

- a) gjennomgå og om nødvendig fremme egenkontrollordninger og/eller vedta og tillemppe lover og praksis for å gjøre slike lover og praksis gjeldende for elektronisk handel, idet det tas hensyn til prinsippene om teknologi- og medienøytralitet;
- b) oppmuntre privat sektor, med deltakelse av forbrukerrepresentanter, til fortsatt å lede an i utviklingen av effektive egenkontrollmekanismer som inneholder spesifikke, materielle regler for tvisteløsnings- og kontrollmekanismer;
- c) oppmuntre privat sektor til fortsatt å lede an i utviklingen av teknologi som et virkemiddel for å beskytte og selvstendig gjøre forbrukeren;
- d) bekjentgjøre retningslinjenes eksistens, formål og innhold på bredest mulig basis og oppmuntre til at de benyttes; samt

- e) legge til rette for at forbrukerne kan få adgang til informasjon og råd i forbrukersaker og til å klage på forhold innen elektronisk handel.

DEL FIRE GLOBALT SAMARBEID

For å gi effektiv forbrukerbeskyttelse i forbindelse med global elektronisk handel bør medlemslandene:

Legge til rette for kommunikasjon, samarbeid og om nødvendig utvikling og gjennomføring av felles tiltak på internasjonalt plan mellom foretak, forbrukerrepresentanter og myndigheter.

Gjennom sine lovgivende, regulerende og utøvende myndigheter samarbeide på internasjonalt plan, når omstendighetene tilsier det, gjennom informasjonsutvikling, samordning, kommunikasjon og felles handling for å bekjempe uhederlig, villedende og urimelig forretningsskikk på tvers av landegrensene.

Gjøre bruk av eksisterende internasjonale nettverk og inngå bilaterale og/eller multilaterale avtaler eller andre ordninger etter behov og slik omstendighetene tilsier for å oppnå slikt samarbeid.

Arbeide for å skape konsensus, både på nasjonalt og internasjonalt plan, om vesentlige forbrukerverntiltak med sikte på å fremme målsetningene om økt tillit hos forbrukere, forutsigbarhet for foretak og beskyttelse av forbrukere.

Samarbeide om og arbeide for å utvikle avtaler eller andre ordninger for gjensidig anerkjennelse og fullbyrding av domsslutninger som følge av tvister mellom forbrukere og foretak samt domsslutninger som følge av håndhevingstiltak iverksatt for å bekjempe uhederlig, villedende eller urimelig forretningsskikk.