

BILAGA

RIKTLINJER

DEL ETT OMFATTNING

Dessa riktlinjer gäller endast elektronisk handel mellan företag och konsumenter och ej för transaktioner mellan företag.

DEL TVÅ ALLMÄNNA PRINCIPER

I. ÖVERSKÅDLIGT OCH EFFEKTIVT SKYDD

Konsumenter som använder elektronisk handel skall ges ett överskådligt och effektivt konsumentskydd som inte ligger på en lägre nivå än det skydd som ges inom andra former av handel.

Regeringar, företag, konsumenter och deras representanter skall samarbeta för att uppnå ett sådant skydd, samt fastställa vilka förändringar som kan vara nödvändiga för att möta de speciella förutsättningarna för elektronisk handel.

II. GOD AFFÄRSSED OCH TILLBÖRLIG MARKNADSFÖRING

Företag som ägnar sig åt elektronisk handel skall ta vederbörlig hänsyn till kundernas intresse och tillämpa god affärssed och tillbörlig marknadsföring.

Företagen skall inte göra någon marknadsföring som utelämnar något och inte heller tillämpa försåtliga, vilseledande, bedrägliga eller otillbörliga metoder.

Företag som säljer, marknadsför eller främjar försäljningen av varor eller tjänster till konsumenter skall inte tillämpa metoder som kan orsaka kunderna oskälig skaderisk.

När företag informerar om sig själva eller de varor och tjänster de tillhandahåller,

skall de presentera sådan information på ett klart, tydligt, korrekt och lättillgängligt sätt.

Företagen skall i varje framställning uppfylla god sed och praxis i sina kontakter med konsumenterna.

Företagen skall ta hänsyn till den elektroniska handelns globala natur och, när så är möjligt, ta hänsyn till de olika system för reglering som gäller på de marknader de riktar sig till.

Företagen skall inte utnyttja den elektroniska handelns särskilda egenskaper för att dölja sin verkliga identitet eller hemort eller för att undvika att rätta sig efter konsumentskydd och/eller tillsynsorgan.

Företagen skall inte använda sig av oskäligen avtalsvillkor.

Annonser och annan marknadsföring skall kunna uppfattas som sådan.

Av annonser och annan marknadsföring skall det framgå vilket företag som svarar för marknadsföringen om avsaknad av reklammarkering skulle vara missvisande.

Företagen skall kunna styrka alla direkta eller underförstådda påståenden så länge som framställningen är aktuell, samt under en rimlig tid därefter.

Företagen skall utveckla och genomföra effektiva system som är lätta att använda och som låter konsumenterna välja om de vill ta emot eller inte ta emot obeställd e-postreklam.

I de fall då konsumenterna gett uttryckt för att de inte vill ta emot obeställd e-postreklam skall detta respekteras.

I ett antal länder gäller särskild lagstiftning eller egenåtgärdsprogram för obeställd e-postreklam.

Företagen skall ta särskild hänsyn vid reklam eller annan marknadsföring som riktar sig till barn, äldre, allvarligt sjuka och andra som kan vara mindre kapabla att förstå den information de får.

III. UPPLYSNINGAR ON LINE

A. INFORMATION OM FÖRETAGET

Företag som ägnar sig åt elektronisk handel med konsumenter skall tillhandahålla korrekt, tydlig och lättillgänglig information om företaget, som minst skall innehålla följande.

- i) Identifiering av företaget – inklusive företagets namn och det namn under vilket företaget idkar näring, huvudkontorets geografiska adress, e-postadress samt andra sätt att nå företaget elektroniskt, eller telefonnummer samt, där så är lämpligt, adress i registrerings syfte och andra relevanta statliga registrerings- och licensnummer.*
- ii) Snabb, lätt och effektiv konsumentkontakt med företaget.*
- iii) Lämplig och effektiv tvistlösning.*
- iv) Hjälpa vid juridiska processer.*
- v) Var företaget och dess ledning kan nås av rättsväsendet och tillsynsmyndigheter.*

Om ett företag anger att de är medlemmar i ett relevant egenåtgärdsprogram, branschorganisation, tvistlösningsorgan eller certifieringsorgan, skall företaget ge konsumenterna lämplig information om hur organet kan nås samt ett enkelt sätt att kontrollera medlemskapet och bedöma det certifierande organets regler och praxis.

B. INFORMATION OM VAROR OCH TJÄNSTER

Företag som ägnar sig åt elektronisk handel med konsumenter skall tillhandahålla korrekt och lättillgänglig information som beskriver de varor och tjänster som erbjuds. Informationen skall vara tillräcklig för att konsumenten skall kunna fatta ett underbyggt beslut om att ingå avtal och ges på ett sådant sätt som gör det möjligt för konsumenten att spara informationen i varaktig form.

C. INFORMATION OM AVTALET

Företag som ägnar sig åt elektronisk handel skall tillhandahålla tillräcklig information om bestämmelser, villkor och kostnader förenade med avtalet för att konsumenten skall kunna fatta ett underbyggt beslut om att ingå avtal eller inte.

Denna information skall vara tydlig, korrekt och lättillgänglig och ges på ett sådant sätt att konsumenten får möjlighet till granskning av avtalet innan han eller hon fullföljer transaktionen.

Om mer än ett språk är aktuellt för att utföra en transaktion bör företagen tillhandahålla all information på samtliga språk för att konsumenten skall kunna fatta ett underbyggt beslut om transaktionen.

Företagen bör tillhandahålla konsumenterna tydlig och heltäckande text om gällande bestämmelser och villkor vid en transaktion på ett sätt som gör det möjligt för konsumenterna att spara informationen i varaktig form.

När detta är tillämpligt och lämpligt, med hänsyn till transaktionen, skall sådan information innehålla följande:

- i) Specifiering av alla de kostnader företaget tar ut och/eller lägger på.*
- ii) Information om andra ofta förekommande kostnader för konsumenten som företaget inte tar ut och/eller lägger på.*
- iii) Regler för leverans och utförande.*
- iv) Bestämmelser, villkor och betalningssätt.*
- v) Restriktioner, begränsningar och villkor vid köp, såsom krav på förälders/förmyndares godkännande, samt geografiska och tidsmässiga begränsningar.*
- vi) Bruksanvisning inklusive varningsföreskrifter som har samband med säkerhet och hälsa.*
- vii) Information om service efter försäljning.*
- viii) Detaljer och villkor gällande avbeställning, hävning, returnering, byte, annullering och/eller information angående ångerrätt.*
- ix) Tillgängliga garantier.*

All information som gäller kostnader bör anges i tillämplig valuta.

IV. BEKRÄFTELSEPROCEDUR

För att undvika oklarheter vad gäller konsumentens beställning skall konsumenten före köpet kunna identifiera de varor eller tjänster han eller hon vill köpa; identifiera och rätta till eventuella felaktigheter eller modifiera beställningen; uttrycka en underbyggd och medveten avsikt till köpet samt ha tillgång till en komplett och exakt kopia av avtalet.

Konsumenten skall kunna avbryta transaktionen innan köpet är avslutat.

V. BETALNING

Konsumenterna skall erbjudas säkra betalningssätt som är lätt att använda och information om säkerhetsnivån hos dessa metoder.

Begränsning av konsumentens ansvar för otillåten eller bedräglig användning av betalningssystem och återbetalningåtaganden (*chargeback*) erbjuder kraftfulla hjälpmedel för att öka konsumenternas förtroende och utveckling och användning av sådana mekanismer skall uppmuntras i samband med elektronisk handel.

VI. LÖSNING AV TVIST OCH GOTTGÖRELSE

A. TILLÄMPLIG LAG OCH JURISDIKTION

Gränsöverskridande transaktioner mellan företag och konsument, oavsett om de sker elektroniskt eller på annat vis, är underkastade befintliga regler om tillämplig lag och jurisdiktion.

Elektronisk handel utgör en utmaning för det befintliga regelsystemet. Därför skall det övervägas om ramverket för tillämplig lag och jurisdiktion skall ändras eller tillämpas annorlunda för att säkra ett effektivt och överskådligt konsumentskydd i samband med den fortsatt ökande elektroniska handeln.

Regeringar som överväger att ändra det befintliga regelsystemet bör eftersträva att lagarna är skäliga mot konsumenter och företag, underlättar elektronisk handel, ger konsumenter ett skydd som inte ligger på lägre nivå än det som finns inom annan form av handel, samt erbjuder

konsumenterna verklig tillgång till rättvis och snabb tvistlösning samt gottgörelse utan onödiga kostnader eller besvär .

B. ALTERNATIV TVISTLÖSNING OCH GOTTGÖRELSE

Konsumenterna bör erbjudas verklig tillgång till alternativa tvistlösningssystem som är rättvisa och snabba utan onödiga kostnader eller besvär.

Företag, konsumentrepresentanter och regeringar skall samarbeta för att fortsätta att upprätthålla och utveckla rättvisa, effektiva och överskådliga egenåtgärdsprogram och andra åtaganden och tillvägagångssätt, inklusive alternativa metoder för att lösa konsumenttvister som uppkommer i samband med elektronisk handel mellan företag och konsumenter, särskilt med inriktning på gränsöverskridande transaktioner:

- i)* Företag och konsumentrepresentanter skall fortsätta att driva rättvisa, effektiva och öppna egna system för att kunna ta hand om och besvara reklamationer från konsumenter eller åtgärda svårigheter för konsumenterna på ett rättvist och snabbt sätt, utan att de utsätts för onödiga kostnader eller besvär. Konsumenterna bör uppmuntras att utnyttja dessa system.
- ii)* Företag och konsumentrepresentanter skall fortsätta att etablera samverkande egenåtgärdsprogram för att lösa tvister som uppkommer i samband med elektronisk handel mellan företag och konsumenter.
- iii)* Företag, konsumentrepresentanter och regeringar skall samarbeta för att fortsätta att tillhandahålla konsumenter möjligheter till alternativa tvistlösningssystem, som erbjuder effektiva lösningar på tvister på ett rättvist och lämpligt sätt utan onödiga kostnader eller besvär.
- iv)* Vid genomförandet av det ovannämnda skall företag, konsumentrepresentanter och regeringar använda informationsteknik på ett innovativt sätt och använda den för att öka konsumenternas kunskap och valfrihet.

I övrigt kommer en närmare undersökning att krävas för att uppnå målen angivna i del VI på en internationell nivå.

VII. INTEGRITET

*Elektronisk handel mellan företag och konsumenter bör utföras i enlighet med de principer gällande integritetspolicy som fastslås i **OECD Guidelines Governing the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data** (1980) och med hänsyn till **OECD Ministerial Declaration on the Protection of Privacy in Global Networks** (1998) för att tillhandahålla lämpligt och effektivt konsumentskydd.*

VIII. UTBILDNING OCH KUNSKAP

Regeringar, näringsliv och konsumentrepresentanter skall samarbeta för att utbilda konsumenterna om elektronisk handel, stödja rationella val av konsumenter som handlar elektroniskt samt öka kunskapen bland företag och konsumenter om det regelverk för konsumentskydd som gäller för deras aktiviteter on line.

Regeringar, företag, media, utbildningsinstitutioner och konsumentrepresentanter skall använda sig av alla effektiva medel för att utbilda konsumenter och företag, även genom de innovativa tekniker som blivit möjliga genom globala nätverk.

Regeringar, konsumentrepresentanter och näringsliv bör samarbeta för att förse konsumenter och företag globalt med information om relevant konsumentskyddslagstiftning och möjligheter till rättelse på ett lättillgängligt och begripligt sätt.

DEL TRE GENOMFÖRANDE

För att uppnå syftet med denna Rekommendation bör Medlemsländerna, på nationell och internationell nivå och i samarbete med företag, konsumenter och deras representanter:

- a) Se över och, om så är nödvändigt, främja självreglerande metoder och/eller anta och anpassa lagar och praxis för att dessa lagar och praxis skall kunna tillämpas på elektronisk handel med hänsyn till principerna om teknologins och medias neutralitet.
- b) Uppmuntra ett fortsatt ledarskap inom den privata sektorn som innefattar konsumentrepresentanternas deltagande i utvecklandet av effektiva självreglerande metoder som innehåller specifika, materiella regler för lösning av tvister och tillsyn.
- c) Uppmuntra ett fortsatt ledarskap inom den privata sektorn i utvecklandet av teknologin som ett medel att skydda och befullmäktiga konsumenterna.
- d) Främja dessa riktlinjers existens, syfte och innehåll i så stor utsträckning som möjligt och uppmuntra användandet av dem.
- e) Underlätta konsumenternas möjligheter både att få tillgång till konsumentupplysning och råd och att lämna in reklamationer beträffande elektronisk handel.

DEL FYRA GLOBAL SAMVERKAN

För att kunna tillhandahålla ett effektivt konsumentskydd i samband med global elektronisk handel skall Medlemsländerna:

- i)* Underlätta kommunikation, samarbete och, där så är lämpligt, utvecklandet och verkställandet av gemensamma initiativ på internationell nivå bland företag, konsumentrepresentanter och regeringar.
- ii)* Samarbeta på internationell nivå genom sina juridiska, tillsyns- och polismyndigheter, som är mest lämpligt, för att bekämpa gränsöverskridande bedräglig, vilseledande eller oskälig kommersiell verksamhet genom informationsutbyte, samordning, kommunikation och genomförandet av gemensamma aktioner.

- iii)* Använda de redan befintliga internationella nätverken och sluta bilaterala och/eller multilaterala överenskommelser eller andra åtgärder som är nödvändiga och lämpliga för att åstadkomma ett sådant samarbete.
- iv)* Arbeta för att skapa samstämmighet, både på nationell och internationell nivå, med centralt konsumentskydd för att främja målet med att öka konsumenternas förtroende, säkerställa förutsägbarheten för företagen samt skydda konsumenterna.
- v)* Samarbeta och arbeta för utvecklandet av överenskommelser eller andra åtgärder för ett gemensamt erkännande och verkställande av domslut i tvister mellan konsumenter och företag, samt domslut efter juridiska ingripanden i kampen mot bedräglig, vilseledande eller oskäligen kommersiell verksamhet.