

6. april 1999

### Foretræde for Folketingets Europaudvalg vedrørende direktivet om e-handel

Udviklingen af en effektiv og velfungerende e-handel i Danmark og Europa er en enestående mulighed for at fremme den økonomiske vækst, forbedre vores konkurrenceevne og sikre varige fremtidssikrede nye arbejdspladser. Direktivforslaget er et vigtigt skridt i denne retning, og Dansk Handel & Service er enige i forslagens overordnede formål, som er at skabe et indre marked også for elektronisk handel.

Dansk Handel & Service mener, at det er vigtigt at fokusere på en afbalancering af erhvervs-hensyn over for forbrugerhensyn, så forbrugerne trygt tør handle over internettet. Selvom business-to-consumer handel i dag kun udgør en mindre del af den samlede omsætning for e-handel, er der udsigt til, at denne form for e-handel vil opleve en enorm vækst. Desuden vil mange af de hensyn, som er vigtige, når der er tale om forbrugerbeskyttelse, også være væsentlige særligt for små og mellemstore virksomheder.

#### **Hjemlandskontrol og gensidig anerkendelse**

Direktivforslaget indebærer hjemlandskontrol og gensidig anerkendelse. Disse principper er helt grundlæggende i det indre marked og anvendes på adskillige områder. Mest sammenlignelig er retsstillingen på TV-området, hvor hjemlandskontrol ligeledes er gældende. Sammen-smeltningen af kommunikationsudstyr som computer, TV og telefon forudsætter en identisk retsstilling med hensyn til hjemlandskontrol.

Etableringen af et indre marked for e-handel er en nødvendig forudsætning for udviklingen af en effektiv og stærk e-handel også i Danmark. Denne udvikling umuliggøres i øjeblikket af en lang række retlige hindringer, og det er disse som direktivforslaget har til hensigt at fjerne.

Vi må konstatere, at Danmark og Europa i øjeblikket slet ikke udnytter sit potentiale på dette felt. Især USA er langt foran Europa på e-handelsområdet. Men ved at skabe et hjemmemar-ked med adgang til flere forbrugere end det amerikanske og japanske marked tilsammen, så åbnes der op for, at også danske virksomheder får en chance for at imødegå denne udfordring.

Derfor er det afgørende at holde fast i principperne fra det indre marked, også når det gælder e-handel.

Dansk Handel & Service har noteret sig, at de nordiske forbrugerombudsmænd i deres fælles holdning ikke støtter hjemlandskontrol men et modtagerlandsprincip. Dansk Handel & Service skal advare mod, at dette synspunkt støttes, da det vil have helt uoverskuelige konsekvenser.

Dansk Handel & Service mener således, at virksomheder, som handler elektronisk, som ud-gangspunkt alene skal overholde nationale regler i det land, hvor de er etableret. Princippet om hjemlandskontrol bør anvendes i videst muligt omfang, også på selve kontraktsforholdet. Det vil således være helt uproblematisk - og i overensstemmelse med fællesskabsretten - hvis

hjemlandskontrolprincippet udstrækkes til alle allerede harmoniserede områder af forbrugerbeskyttelsen.

### **Kommerciel kommunikation**

Dansk Handel & Service støtter direktivets definition på kommerciel kommunikation, som gør, at links ikke er omfattet af direktivet.

Dansk Handel & Service kan ikke støtte de nordiske forbrugerombudsmænds holdning om, at hvis en erhvervsdrivende anvender hyperlinks til materiale, der ikke er den erhvervsdrivendes, skal den erhvervsdrivende som udgangspunkt også være ansvarlig for indholdet af dette materiale. Dansk Handel & Service mener, at det er urimeligt, at virksomhederne kan gøres ansvarlig for, hvad andre virksomheder bringer på deres hjemmesider.

### **Forbrugerhensyn**

Dansk Handel & Service støtter direktivforslagets målsætning om, at virksomhederne skal give sig klart til kende over for forbrugerne og give mulighed for dialog med forbrugeren.

Dansk Handel & Service erkender, at det kan være vanskeligt for forbrugeren at overskue, hvilken retsstilling han har i forbindelse med en eventuel retskonflikt som følge af en e-handels aftale. Denne problemstilling er dog ikke en følge af direktivforslaget - tværtimod. En løsning herpå skal heller ikke findes i det foreliggende direktivforslag. Derimod bør der i lyset af e-handlens udvikling arbejdes for en revision af den internationale harmonisering af reglerne om forumvalg ved international handel. Det er oplagt at tage disse spørgsmål op både i relation til en genforhandling af Bruxelles-, Lugano- og Rom-konventionen, men også i forhold til forhandlingerne i WTO.

### **Fælles europæisk adfærdskodeks**

I mangel af overskuelige regler bliver det efter Dansk Handel & Services mening helt afgørende at understrege og støtte direktivforslagets artikel 16, der opfordrer til, at erhvervs- og forbrugerorganisationer på fællesskabsplan udarbejder adfærdskodekser, som kan bidrage til, at direktivet anvendes efter dets hensigt.

I regi af den danske E-kreds arbejdes der for et fælles adfærdskodeks. Dansk Handel & Service finder dette arbejde særdeles vigtigt, og arbejder derfor aktivt både på nordisk og europæisk plan for, at medvirke til skabelsen af et fælles adfærdskodeks, der har til formål at fremme god markedsførings- og handelspraksis i et internationalt samarbejde mellem virksomheder, forbrugere og myndigheder. Et kommende adfærdskodeks vil derfor medvirke til ikke alene at skabe sikkerhed men også tryghed for forbrugeren.

Dansk Handel Service vil sørge for, at resultaterne af dette arbejde tilgår relevante danske myndigheder og samarbejdspartnere med henblik på den nødvendige dialog om det fortsatte arbejde med direktivforslaget.

## Bemærkninger til de enkelte artikler i forslaget:

### Artikel 3, stk. 1. Hjemlandskontrol

Artikel 3, stk. 1 fastslår et afgørende og centralt princip om, at udbyderen af tjenester i informationssamfundet er underlagt national ret i den medlemsstat, hvor den pågældende er etableret. De nationale bestemmelser, som der er tale om omfatter både gældende fællesskabsret og nationale regler på ikke harmoniserede områder. I betragtning af bestemmelsens væsentlighed, finder Dansk Handel & Service det hensigtsmæssigt med en mere klar formulering af bestemmelsens ordlyd. Dette kunne gøres ved at ændre artikel 3, stk. 1 til følgende:

*"Hver medlemsstat påser, at enhver tjenesteyder etableret på medlemsstatens område overholder de love og forskrifter, der er gældende i denne medlemsstat på det område, der er omfattet af dette direktiv".*

### Artikel 3, stk. 2. Gensidig anerkendelse

Artikel 3, stk. 2 underbygger princippet i artikel 3, stk. 1 (hjemlandskontrol), idet artikel 3, stk. 2, fastslår pligten til gensidig anerkendelse af nationale regler. Dansk Handel & Service finder imidlertid, at bestemmelsen ville blive mere præcis, såfremt formuleringen ændres til følgende:

*"Medlemsstaterne kan ikke af grunde, som henhører under det område, der er koordineret ved dette direktiv, begrænse den frie bevægelighed for tjenesteydelser i informationssamfundet, som leveres af en tjenesteyder, der er etableret i en anden medlemsstat".*

### Artikel 3, stk. 3. Forholdet til international privatret

I artikel 3, stk. 3 er det fastsat, at princippet om at oprindelseslandet varetager kontrollen, når det gælder elektroniske kontrakter, kun anvendes, hvis anvendelsen af international privatret bevirker, at lovgivningen i den pågældende medlemsstat finder anvendelse.

Dansk Handel & Service finder, at bestemmelsen er overflødig, eftersom artikel 3, stk. 1 ikke berører de nævnte international privatretslige regler. Artikel 3, stk. 3 bør derfor udgå af forslaget.

### Artikel 6, litra c og d. Identifikation af markedsføringstiltag

Det synes hensigtsmæssigt i overensstemmelse med artikel 3, stk. 1, at præcisere bestemmelserne i artikel 6, litra c og d nærmere. Begge bestemmelser fastslår, at visse former for markedsføringstiltag – når de er tilladt – klart skal kunne identificeres som sådanne. Dansk Handel & Service foreslår bestemmelsernes ordlyd ændret fra "når de er tilladt" til "når de er tilladt af den medlemsstat, hvor tjenesteyderen er etableret".

### **Artikel 9. Elektroniske kontrakter**

Med artikel 9 sikres gyldigheden af elektroniske kontrakter. Dansk Handel & service støtter denne ligestilling mellem fysiske og elektroniske kontrakter. Det er vigtigt at fastholde dette princip fuldt ud, således at en fysisk brevudveksling ikke bliver et gyldighedskrav.

### **Artikel 11. Aftaletidspunktet**

Artiklen har efter sin titel til hensigt at fastslå tidspunktet for kontraktens indgåelse, men regulerer spørgsmålet om, hvordan en elektronisk kontrakt indgås ved hjælp af elektroniske hjælpemidler - så som tryk på en ikon. Det vil sige, at artikel 11 foreslår en bestemt aftalemodel for indgåelse af elektroniske aftaler.

National ret om aftalers indgåelse er på flere væsentlige punkter forskellige i de 15 EU-lande. En specifik aftalemodel for indgåelse af elektroniske aftaler vil i alle medlemsstater derfor få en selvstændig og autonom karakter i deres nationale lovgivning.

Dansk Handel & Service finder det mere hensigtsmæssigt, hvis bestemmelsen i stedet koncentrerer sig om det, som ifølge titlen, er målet med bestemmelsen, nemlig tidspunktet for kontraktens indgåelse. Herved kunne de enkelte medlemslandes aftalemodeller opretholdes uændrede, og alene suppleres af en harmoniseret bestemmelse som konstaterede tidspunktet for en elektronisk kontrakts indgåelse.

Dette mål kunne eventuelt nås ved at fastlægge en række harmoniserede standardformuleringer (f.eks. "Ved klik på nedenstående knap accepterer du aftalens indgåelse"), som entydigt til brugeren kommunikerer, at efter næste handling vil der foreligge en aftale mellem parterne.

Ved anvendelse af denne fremgangsmåde ville man opnå en klar styrkelse af forbrugerbeskyttelsen samtidig med, at man griber mindst muligt ind i national ret i overensstemmelse med nærhedsprincippet.

### **Artikel 16. Selvregulering**

Dansk Handel & Service støtter bestemmelsens opfordring til at erhvervs- og forbrugerorganisationer på fællesskabsplan udarbejder adfærdskodekser, som kan bidrage til at direktivet anvendes efter dets hensigt.

### **Bilag II, undtagelser fra artikel 3**

I henhold til bilag II er kontraktsforpligtelser i forbindelse med forbrugerkontrakter undtaget fra princippet om hjemlandskontrol. Området forbrugerbeskyttelse har været genstand for en meget omfattende harmonisering i EU. Undtagelsen bør derfor efter Dansk Handel & Service' opfattelse begrænses til ikke harmoniserede kontraktsforpligtelser i forbindelse med forbrugerkontrakter. Dette kan ske ved at ændre formuleringen i bilag II fra "*Kontraktsforpligtelser i forbindelse med forbrugerkontrakter*" til "*Kontraktsforpligtelser i forbindelse med forbrugerkontrakter, der ikke er harmoniseret på fællesskabsplan*".

Ifølge bilag II er uopfordret kommerciel kommunikation undtaget fra direktivets artikel 3. Alligevel fastslår direktivforslagets artikel 7, at medlemsstaterne forpligtes til i deres lovgivning at fastsætte, at uopfordret kommerciel kommunikation via elektronisk post skal være angivet som sådan, når modtageren modtager posten.

Også på dette punkt finder Dansk Handel & Service, at en sådan lovgivning ville være langt mere effektiv, hvis den blev kontrolleret af det land, hvor tjenesteyderen er etableret. Det forekommer derfor ikke hensigtsmæssigt, at udelukke uopfordret kommerciel kommunikation fra princippet om hjemlandskontrol.

Det foreslås derfor, at sidste pind i bilag II med ordlyden "*Uopfordret kommerciel kommunikation via elektronisk post eller via tilsvarende individuel kommunikation*" udgår af direktivforslaget.

