



STORTINGET

Innst. 395 L

(2025–2026)

Innstilling til Stortinget
fra familie- og kulturkomiteen

Prop. 38 LS (2025–2026)

Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om Endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet)

Til Stortinget

Innledning

Barne- og familiedepartementet foreslår i proposisjonen endringer i lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven), lov 20. juni 2014 nr. 27 om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler (angrerettloven) og lov 31. mai 1918 nr. 4 om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeserklæringer (avtaleloven).

Lovendringene gjennomfører EU-direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet ((EU) 2024/825). Direktivet, som EU vedtok 28. februar 2024, gjør endringer i to direktiver som allerede er tatt inn i EØS-avtalen og gjennomført i norsk rett, hvilket er handelspraksisdirektivet og forbrukerrettighetsdirektivet.

Handelspraksisdirektivet skal bidra til at det indre markedet fungerer tilfredsstillende. Direktivet oppstiller et høyt nivå av forbrukervern gjennom felleseuropeiske regler om urimelig handelspraksis som skader forbrukernes økonomiske interesser. Det forbyr urimelig handelspraksis, herunder handelspraksis som er villedende eller aggressiv. Direktivet er totalharmonisert og er gjennomført i norsk rett ved markedsføringsloven og ved forskrift om urimelig handelspraksis.

Forbrukerrettighetsdirektivet regulerer krav til informasjon som næringsdrivende skal gi forbrukerne før avtale inngås, og krav til innhold i avtalen. Det inneholder også regler om angrerett ved avtaler som inngås ved fjernsalg eller utenom faste forretningslokaler. Direktivet er gjennomført i norsk rett hovedsakelig ved angrerettloven og enkelte bestemmelser i avtaleloven.

De foreslåtte lovendringene har som formål å styrke forbrukerbeskyttelsen og å gjøre det enklere for forbrukere å treffe mer bærekraftige valg. De nye reglene skal sørge for at forbrukerne blir bedre informert om hvor lenge et produkt kan forventes å vare, og om det kan repareres. Direktivet vil også gi forbrukerne bedre beskyttelse mot villedende miljøpåstander («grønnvasking») og bruk av upålitelige bærekraftsmerker. Direktivet spesifiserer også en rekke andre praksiser som skal være forbudt. Det gjelder for eksempel feil informasjon om forventet levetid. De nye reglene vil gi Forbrukertilsynet tydeligere hjemler til å ta tak i urimelig praksis på en mer effektiv måte.

Endringene i handelsdirektivet som foreslås gjennomført i markedsføringsloven, omfatter forslag om ni nye definisjoner i loven av blant annet «miljøpåstand», «bærekraftsmerke» og «sertifiseringsordning». Det foreslås endringer i markedsføringslovens regler om villedende handlinger og villedende utelatelser for å konkretisere at handelspraksis ikke må vildele forbrukerne om blant annet «miljøegenskaper», «holdbarhet» og «miljøpåstander».

Endringene i forbrukerrettighetsdirektivet foreslås gjennomført i angrerettloven og avtaleloven, hvor departementet blant annet foreslår nye definisjoner av «kommersiell holdbarhetsgaranti», «holdbarhet» og «reparasjonsscore». Det foreslås flere viktige opplysningskrav før avtaleinngåelse, blant annet om den lov-

bestemte perioden for at varene skal være kontraktsmessige i henhold til reklamasjonsreglene i forbrukerkjøpsloven, og produsentens eventuelle kommersielle holdbarhetsgaranti utover den lovbestemte perioden. Det foreslås også en elektronisk angrefunksjon («angreknapp») for fjernsalgsavtaler inngått ved hjelp av et nettbasert grensesnitt.

Direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet foreslås gjennomført i norsk rett ved transformasjon, det vil si at nasjonale regler tilpasses i tråd med direktivets krav ved gjennomføringen. Enkelte av bestemmelsene i direktivet foreslås gjennomført ved endringer i forskriften om urimelig handelspraksis. I forskriften vil departementet innta tolv nye punkter om konkrete former for miljømarkedsføring som alltid skal anses som urimelig og forbudt. Dette inkluderer blant annet å framvise et bærekraftsmerke som ikke er basert på en sertifiseringsordning eller som ikke er etablert av offentlige myndigheter.

Departementet vil også fastsette en ny forskrift om opplysningsplikt om den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig (reklamasjonsrett) og produsentens kommersielle holdbarhetsgaranti. Disse opplysningene skal formidles gjennom en harmonisert melding og en harmonisert etikett. Mens den harmoniserte meldingen skal minne forbrukerne om de lovbestemte rettighetene de har etter forbrukerkjøpsdirektivet, skal den harmoniserte etiketten gjøre at forbrukerne enkelt kan identifisere hvilke varer som er dekket av en eventuell kommersiell holdbarhetsgaranti.

Barne- og familiedepartementet sendte 13. juni 2025 et høringsnotat med forslag til gjennomføring av endringsdirektivet i norsk rett på alminnelig høring, med høringsfrist 30. september 2025. Hovedinntrykket fra høringen var at det overordnet sett er støtte for de foreslåtte endringene i markedsføringsloven, angrerettloven, avtaleloven og i forskrift om urimelig handelspraksis.

I proposisjonen er det gitt en kort omtale av Komisjonens konsekvensanalyse som endringsdirektivet bygger på, samt en vurdering av lov- og forskriftsforslagets økonomiske og administrative konsekvenser for næringsliv, forbrukere, det offentlige og for miljøet.

Direktivet er EØS-relevant og foreslås innlemmet i EØS-avtalens vedlegg XIX (forbrukervern) gjennom en beslutning i EØS-komiteen. Fordi gjennomføring av EØS-komiteens beslutning krever lovendring, er Stortingets samtykke til godkjenning av EØS-komiteens beslutning nødvendig i medhold av Grunnloven § 26 andre ledd. For ikke å forsinke ikrafttredelsen av EØS-komiteens beslutning bes det i proposisjonen om Stortingets forhåndssamtykke til deltakelse i beslutningen. Det ventes ingen endringer i utkastet til EØS-komiteebeslut-

ning. Dersom det likevel skulle bli vesentlige endringer, vil saken bli lagt frem for Stortinget på nytt.

Spørsmålet om Stortingets samtykke behandles separat, jf. Innst. 394 S (2025–2026).

Departementet tar sikte på å følge den samme ikrafttredelsesdato som EUs medlemsstater ved gjennomføringen av direktivet i norsk rett, dvs. innen 27. september 2026. Dette forutsetter at endringsdirektivet formelt innlemmes i EØS-avtalen, og at Stortinget samtykker til innlemmelsen. Nærmere ikrafttredelsesdato vil bli vurdert etter at Stortinget har behandlet lovproposisjonen. Det vil være aktuelt å gi utsatt ikrafttredelse for forslaget om «angreknapp» i angrerettloven. Tilsvarende kan gjelde for andre deler av regelverket.

Komiteens behandling

Komiteen inviterte til skriftlig høring i saken. Innen fristen 24. april 2026 mottok komiteen fem høringsuttalelser.

Sakens dokumenter er tilgjengelige på sakssiden på stortinget.no.

Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Hashim Abdi, lederen Bente Estil, og Benjamin Jakobsen, fra Fremskrittspartiet, Liv Gustavsen, Silje Hjemdal og Morgan Langfeldt, fra Høyre, Haagen Poppe og Tone Wilhelmsen Trøen, fra Sosialistisk Venstreparti, Mirell Høyer-Berntsen, fra Miljøpartiet De Grønne, Siren Julianne Jensen, og fra Kristelig Folkeparti, Jorunn Gleditsch Lossius, viser til proposisjonen som gjelder forslag til endringer i markedsføringsloven, angrerettloven og avtaleloven for å gjennomføre direktiv (EU) 2024/825 om styrket forbrukervern i det grønne skiftet i norsk rett. Formålet med forslaget er å styrke forbrukervernet og legge bedre til rette for at forbrukere kan treffe informerte og bærekraftige valg, samtidig som det sikres mer like konkurransevilkår for næringsdrivende i det indre marked.

Komiteen merker seg at departementet foreslår flere tiltak for å motvirke villedende markedsføring og såkalt grønnvasking. Dette omfatter blant annet tydeliggjøring og utvidelse av forbudet mot urimelig handelspraksis, herunder en utvidet liste over handelspraksiser som under enhver omstendighet skal anses som urimelige. Komiteen viser i denne forbindelse til forslagene om å forby bruk av generelle og udokumenterte miljøpåstander samt bruk av bærekraftsmerker som ikke bygger på godkjente sertifiseringsordninger. Det

foreslås også strengere krav til dokumentasjon av miljøpåstander.

Videre merker komiteen seg forslagene om å styrke forbrukernes tilgang til informasjon om produkters egenskaper, særlig når det gjelder holdbarhet og reparerbarhet. Komiteen viser til at dette blant annet omfatter krav om opplysninger om produkters forventede levetid, tilgjengelighet av reservedeler og muligheter for reparasjon. Etter komiteens syn kan slike tiltak bidra til å fremme mer bærekraftige forbruksmønstre.

Komiteen merker seg også at departementet foreslår regler som tar sikte på å motvirke praksiser som bidrar til redusert produktlevetid, herunder ulike former for planlagt foreldelse. Dette omfatter blant annet forbud mot uriktige opplysninger om behovet for utskifting av forbruksvarer og praksiser som skjuler forhold som påvirker produktets levetid.

Komiteen viser videre til forslagene om endringer i angrerettloven som skal sikre at forbrukere mottar mer relevant og tilgjengelig informasjon før avtaleinngåelse, særlig ved netthandel. Komiteen merker seg også at det foreslås enkelte endringer i avtaleloven for å bidra til bedre sammenheng i regelverket.

Når det gjelder håndheving, merker komiteen seg at Forbrukertilsynet og Markedsrådet fortsatt skal ha en sentral rolle. Det foreslås enkelte presiseringer for å legge til rette for en mer effektiv håndheving av regelverket.

Komiteen viser til at forslaget har vært på alminnelig høring. Etter det komiteen forstår, er det i hovedsak bred tilslutning til hovedretningen i forslaget. Samtidig har flere høringsinstanser hatt merknader til utformingen av enkelte bestemmelser. Komiteen merker seg at departementet har vurdert disse innspillene, og at lovforslaget på flere punkter er justert i lys av høringsuttalelsene.

Avslutningsvis viser komiteen til at det i proposisjonen bes om Stortingets samtykke til å innlemme direktiv (EU) 2024/825 i EØS-avtalen. Komiteen viser til at gjennomføringen av direktivet vil bidra til å styrke forbrukervernet og fremme mer bærekraftig forbruk, samtidig som norske virksomheter gis mer forutsigbare rammevilkår.

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Miljøpartiet De Grønne er opptatt av at forbrukerpolitikken ses i sammenheng med nærings- og klimapolitikken, og at det skal bli enklere og mer attraktivt å velge bærekraftige løsninger.

Disse medlemmer viser til at mange forbrukere i dag opplever et uoversiktlig landskap av miljøpåstander og merkeordninger, der det kan være vanskelig å skille mellom dokumenterte og udokumenterte påstander. Dette utfordrer både folks mulighet til å ta gode valg og til den generelle tilliten til markedet. Disse med-

lemmer mener derfor at strengere og tydeligere regler er positivt.

Disse medlemmer ønsker at det skal bli enklere for folk å ta informerte og bærekraftige valg, blant annet gjennom at det nå gjøres grep for å motvirke villedende miljøpåstander og såkalt grønnvasking. Samtidig vil disse medlemmer understreke at regulering alene ikke er tilstrekkelig for å endre forbruksmønstre. Disse medlemmer er samtidig opptatt av at informasjon må være tilgjengelig og forståelig for folk i en travel hverdag, og at det derfor er nødvendig med tydelig og tilgjengelig veiledning fra Forbrukertilsynet.

Disse medlemmer mener forslaget også vil bidra til mer rettferdige konkurransevilkår, til fordel for seriøse aktører som investerer i bærekraftige løsninger. Et mer enhetlig regelverk i EØS-området vil også bidra til økt forutsigbarhet for næringslivet. Disse medlemmer er samtidig opptatt av forutsigbarhet for næringslivet og forutsetter at det gis tilstrekkelig tid til å omstille seg ved nye krav om merking av eksisterende produkter.

Komiteens flertall, medlemmene fra Fremskrittspartiet, Høyre og Kristelig Folkeparti, støtter forslagene i proposisjonen om å styrke forbrukervernet og sikre tydeligere regler mot villedende markedsføring. Flertallet mener forbrukere skal kunne stole på informasjonen de møter i markedet, og at det må være trygt å ta valg basert på opplysninger om produkter, holdbarhet og miljøegenskaper.

Flertallet mener samtidig at tydelige og forutsigbare regler er viktig for seriøse virksomheter som opptrer redelig og følger regelverket. Når useriøse aktører kan markedsføre produkter med overdrevne eller misvisende påstander, svekker det tilliten i markedet og bidrar til urettferdige konkurransevilkår. Flertallet støtter derfor tiltak som kan bidra til mer ryddige markeder og like konkurransevilkår for norsk næringsliv.

Flertallet understreker samtidig at regelverket må praktiseres på en måte som ikke påfører næringslivet unødvendig byråkrati eller administrative byrder. Det er viktig at håndhevingen av regelverket er tydelig, forutsigbar og forholdsmessig.

Flertallet viser for øvrig til Innst. 394 S (2025–2026) når det gjelder EØS-delen av saken.

Komiteens medlem fra Sosialistisk Venstreparti viser til Prop. 38 LS (2025–2026) om endringer i markedsføringsloven mv. for å gjennomføre direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet. Dette medlemmer merker seg at formålet med regelverket er å styrke forbrukernes stilling og gjøre det enklere å ta bærekraftige valg, blant annet gjennom bedre informasjon om produkters levetid og reparasjonsmuligheter samt strengere regulering av villedende miljøpåstander.

Dette medlem støtter hovedretningen i proposisjonen. Å bekjempe grønnvasking og sikre at forbrukere får korrekt og etterprøvbart informasjon om produkters miljøpåvirkning er avgjørende både for å styrke forbrukervernet og for å lykkes med det grønne skiftet. Forbrukere må kunne stole på at miljøpåstander er reelle, og ikke et resultat av misvisende markedsføring.

Dette medlem viser til høringsinnspill, blant annet fra Naturvernforbundet, som støtter formålet med regelverket og peker på at tydelig informasjon om holdbarhet og reparasjon kan bidra til mer bærekraftige forbruksmønstre og redusert ressursbruk. Samtidig understrekes det i høringsinnspillene at økt informasjon alene ikke er tilstrekkelig for å endre praksis i markedet, og at det er behov for tydeligere oppfølging og sanksjoner ved brudd.

Dette medlem vil understreke at kampen mot grønnvasking er et spørsmål om makt og tillit i markedet. Uten klare regler og effektiv håndheving vil aktører som framstår som bærekraftige, kunne vinne fram på bekostning av virksomheter som faktisk leverer mer miljøvennlige produkter.

Dette medlem viser til at Forbrukertilsynet selv har pekt på at tydeligere regelverk vil styrke håndhevingen og gi raskere og mer effektiv oppfølging av ulovlig praksis.

Dette medlem er samtidig opptatt av at regelverket må bidra til reelle endringer i produksjon og forbruk. En politikk som kun baserer seg på bedre informasjon til forbruker, vil ikke være tilstrekkelig for å nå klima- og miljømålene. Det er behov for en mer systematisk politikk for å fremme varige produkter, økt reparasjon og redusert bruk-og-kast, i tråd med målene om en mer sirkulær økonomi.

Dette medlem vil videre peke på at Norge der det er handlingsrom, bør ha ambisjon om å gå lenger enn minimumsnivået i regelverket. Flere høringsinstanser har pekt på behovet for strengere oppfølging, og dette medlem mener dette er avgjørende for å sikre at regelverket får reell effekt.

På denne bakgrunn støtter dette medlem proposisjonen.

Komiteens medlem fra Miljøpartiet De Grønne viser til at Norden har sitt eget offisielle miljømerke: Svanemerket. Svanemerket er anerkjent, svært godt kjent og opererer i tråd med EN ISO 14024 som lovt teksten referer til. Dette medlem mener Svanemerket bør refereres til i lovt teksten, både for å gjøre den mer forståelig og for å fremme beste praksis.

Dette medlem fremmer følgende forslag:

«Markedsføringsloven § 5 ny bokstav j skal lyde:

j. anerkjente fremragende miljøprestasjoner: miljøprestasjoner som er i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/ 2010 om EU-

miljømerket som er inntatt i norsk rett etter forbrukermerkeloven § 9 første ledd og eventuelle regler gitt i medhold av forbrukermerkeloven § 9 andre ledd, eller som er i samsvar med nasjonale eller regionale ordninger for miljømerking type I i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i EØS-sta-
tene, som Svanemerket, eller de beste miljøprestasjonene i samsvar med annen gjeldende EØS-rett.»

Komiteens medlemmer fra Arbeiderpartiet og Høyre viser til at Svanemerket er et offisielt miljømerke i Norden. Disse medlemmer mener Svanemerket ivaretas gjennom særskilt omtale i forarbeidene, og at det dermed ikke er nødvendig at dette fremheves eksplisitt i lovt teksten. Disse medlemmer viser til at dette er ivaretatt på samme måte i Danmark.

Komiteens medlem fra Miljøpartiet De Grønne understreker at lovendringene omfatter påstander og sertifiseringer knyttet til virksomheters miljøegenskaper, og at endringene vil være fordelaktige for næringsdrivende som er seriøse i sitt miljøarbeid. Når lovverket trer i kraft, blir det enda viktigere for næringsdrivende som driver seriøst miljøarbeid, å dokumentere det med anerkjent sertifisering. Miljøfyrtårn er Norges mest brukte sertifisering av virksomheters miljøledelse, og er særlig tilrettelagt for små og mellomstore virksomheter. Dette medlem merker seg at innføringen av direktivet forplikter norske myndigheter til å fremme tiltak for å lette tilgangen til bærekraftsmerker for små og mellomstore bedrifter.

Forslag fra mindretall

Forslag fra Miljøpartiet De Grønne:

Forslag 1

Markedsføringsloven § 5 ny bokstav j skal lyde:

j. anerkjente fremragende miljøprestasjoner: miljøprestasjoner som er i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/ 2010 om EU-miljømerket som er inntatt i norsk rett etter forbrukermerkeloven § 9 første ledd og eventuelle regler gitt i medhold av forbrukermerkeloven § 9 andre ledd, eller som er i samsvar med nasjonale eller regionale ordninger for miljømerking type I i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i EØS-sta-
tene, som Svanemerket, eller de beste miljøprestasjonene i samsvar med annen gjeldende EØS-rett.»

Komiteens tilråding

Komiteens tilråding fremmes av en enstemmig komité, med unntak av I § 5 ny bokstav j, som fremmes av medlemmene fra Arbeiderpartiet, Fremskrittspartiet, Høyre, Sosialistisk Venstreparti og Kristelig Folkeparti.

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til proposisjonen og råår Stortinget til å gjøre følgende

vedtak til lov

om endringer i markedsføringsloven mv. (gjennomføring av direktivet om styrket forbrukervern i det grønne skiftet)

I

I lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. gjøres følgende endringer:

§ 5 bokstav e og ny bokstav f til n skal lyde:

- e. *garanti*: enhver forpliktelse som den næringsdrivende har påtatt seg overfor forbrukeren i forbindelse med omsetning av varer, tjenester eller andre ytelser som gir forbrukeren rettigheter i tillegg til rettighetene forbrukeren ellers har,
- f. *miljøpåstand*: ethvert budskap eller enhver framstilling som ikke er obligatorisk i henhold til EØS-retten eller nasjonal rett, uansett form, herunder tekst, bilder, grafikk eller symboler, for eksempel etiketter, merkenavn, firmanavn eller produktnavn, i forbindelse med kommersiell kommunikasjon, og som uttrykker eller antyder at en ytelse, en produktkategori, et merke eller en næringsdrivende har en positiv eller ingen innvirkning på miljøet eller er mindre skadelig for miljøet enn andre ytelser, produktkategorier, merker eller næringsdrivende, eller har forbedret innvirkningen sin over tid,
- g. *generell miljøpåstand*: enhver miljøpåstand framsatt i skriftlig eller muntlig form, herunder gjennom audiovisuelle medier, som ikke er inkludert på et bærekraftsmerke, og der påstanden ikke er spesifisert på en tydelig og framtreddende måte på samme medium,
- h. *bærekraftsmerke*: ethvert frivillig tillitsmerke, kvalitetsmerke eller tilsvarende, enten offentlig eller privat, som tar sikte på å framheve og markedsføre en ytelse, en prosess eller en virksomhet med henvisning til dens miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller begge deler, og som ikke omfatter obligatoriske merker som er påkrevd etter EØS-retten eller nasjonal rett,
- i. *sertifiseringsordning*: en ordning med tredjeparts-kontroll som bekrefter at en ytelse, en prosess eller en virksomhet oppfyller visse krav og dermed kan bruke det tilsvarende bærekraftsmerket, og hvis vilkår,

inkludert kravene, er offentlig tilgjengelige og oppfyller følgende kriterier:

1. Ordningen er på transparente, rimelige og ikke-diskriminerende vilkår, åpen for alle næringsdrivende som er villige og i stand til å oppfylle ordningens krav.
 2. Ordningens krav er utarbeidet av eieren av ordningen i samråd med relevante eksperter og berørte parter.
 3. Ordningen fastsetter prosedyrer for å håndtere manglende oppfyllelse av ordningens krav og inneholder bestemmelser om tilbakekalling eller suspensjon av næringsdrivendes bruk av bærekraftsmerket dersom ordningens krav ikke er oppfylt.
 4. Tilsyn med at en næringsdrivende oppfyller ordningens krav, er underlagt en objektiv prosedyre og utføres av en tredjepart hvis kompetanse og uavhengighet i forhold til både eieren av ordningen og den næringsdrivende er basert på standarder og prosedyrer på internasjonalt og nasjonalt plan og på EØS-nivå.
- j. *anerkjente fremragende miljøprestasjoner*: miljøprestasjoner som er i samsvar med europaparlaments- og rådsforordning (EF) nr. 66/2010 om EU-miljømerket som er inn tatt i norsk rett etter forbrukermerkeloven § 9 første ledd, og eventuelle regler gitt i medhold av forbrukermerkeloven § 9 andre ledd, eller som er i samsvar med nasjonale eller regionale ordninger for miljømerking type I i henhold til EN ISO 14024 som er offisielt anerkjent i EØS-statene, eller de beste miljøprestasjonene i samsvar med annen gjeldende EØS-rett,
 - k. *holdbarhet*: evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk,
 - l. *programvareoppdatering*: en oppdatering som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitalytelseslovens regler, herunder en sikkerhetsoppdatering eller en funksjonalitetsoppdatering,
 - m. *forbruksvare*: enhver komponent i en vare som brukes opp gjentatte ganger og må byttes ut eller etterfylles for at varen skal fungere etter hensikten,
 - n. *funksjonalitet*: evnen varen har til å utføre sine funksjoner ut fra sitt formål.

§ 7 første ledd bokstav b skal lyde:

- b. ytelsens hovedegenskaper, for eksempel dens tilgjengelighet, fordeler eller risiko, ytelsens utførelse, mengde, sammensetning, miljøegenskaper eller sosiale egenskaper, spesifikasjoner, tilbehør, aspekter knyttet til sirkularitet, som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller mulighet for materialgjenvin-

ning, opprinnelse, hvordan eller når ytelsen produseres eller ytes, levering, bruk eller egnethet for et formål, resultater som kan forventes ved bruk, tester eller kontroll som er utført på ytelsen, eller ettersalgsservice og klagebehandling,

§ 7 andre ledd bokstav b og ny bokstav c og d skal lyde:

- b. en vare markedsføres som identisk med en vare som markedsføres i andre EU/EØS-stater, når disse varenes sammensetning eller egenskaper skiller seg vesentlig fra hverandre, med mindre det er begrunnet ut fra legitime og objektive faktorer
- c. det framsettes en miljøpåstand knyttet til framtidige miljøprestasjoner uten klare, objektive, offentlig tilgjengelige og etterprøvbare forpliktelser fastsatt i en detaljert og realistisk gjennomføringsplan som inkluderer målbare og tidfestede mål og andre relevante elementer som er nødvendige for å underbygge gjennomføringen, slik som tildeling av ressurser, og som regelmessig etterprøves av en uavhengig tredjepartsperson hvis funn gjøres tilgjengelig for forbrukerne
- d. det markedsføres fordeler overfor forbrukerne som er irrelevante og ikke følger av noen egenskap ved ytelsen eller virksomheten.

§ 8 nytt syvende ledd skal lyde:

Dersom en næringsdrivende leverer en tjeneste som sammenligner ytelser og gir forbrukeren opplysninger om miljøegenskaper eller sosiale egenskaper eller om aspekter knyttet til sirkularitet, slik som holdbarhet, reparasjonsmuligheter eller mulighet for materialgjenvinning, for disse ytelsene eller leverandørene av disse ytelsene, skal opplysninger om sammenligningsmetoden, ytelsene som sammenlignes, og leverandørene av ytelsene samt om tiltakene som er iverksatt for å holde opplysningene oppdatert, anses som vesentlige opplysninger.

II

I lov 20. juni 2014 nr. 27 om opplysningsplikt og angrerett ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler gjøres det følgende endringer:

§ 2 bokstav i skal lyde:

- i. avtaler om pengespill,

§ 5 bokstav o og ny bokstav p til t skal lyde:

- o. *samvirkingsevne*: evnen digitalt innhold eller digitale tjenester har til å fungere sammen med annen maskinvare eller programvare enn den som digitalt innhold eller digitale tjenester av samme type vanligvis brukes sammen med,
- p. *kommersiell holdbarhetsgaranti*: en garanti der produsenten garanterer overfor forbrukeren for varens holdbarhet i hele garantiens løpetid slik at produsenten påtar seg å reparere eller omlevere varen dersom holdbarheten ikke opprettholdes,

- q. *holdbarhet*: evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk,
- r. *produsent*: den som produserer en vare, den som importerer varen til EØS, og enhver som framstår som produsent ved å påføre varen sitt navn, sitt varemerke eller et annet særlig kjennetegn,
- s. *reparasjonsscore*: en score som angir i hvilken grad det er mulig å reparere en vare, basert på harmoniserte krav fastsatt på EØS-nivå,
- t. *programvareoppdatering*: en gratis oppdatering, herunder en sikkerhetsoppdatering, som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitalytelseslovens regler.

§ 8 første ledd bokstav g til w skal lyde:

- g. ordningene for betaling, levering, herunder miljøvennlige leveringsalternativer der dette er tilgjengelig, oppfyllelse, leveringsfrist og hvordan den næringsdrivende håndterer reklamasjoner,
- h. at det foreligger angrerett samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten, jf. § 20 første og annet ledd,
- i. at forbrukeren må bære kostnadene ved å returnere varene dersom angreretten brukes. Dersom varene etter sin natur normalt ikke kan returneres med post, skal kostnadene ved å returnere varene opplyses,
- j. at forbrukeren som bruker angreretten, etter å ha bedt om oppstart av tjenesteleveringen i henhold til §§ 12 eller 19, skal ha ansvar for rimelige kostnader, jf. § 26 første ledd,
- k. at avtalen omfattes av unntakene fra angrerett i § 22, dersom dette er tilfellet, eventuelt om under hvilke omstendigheter angreretten kan tapes,
- l. den *lovbestemte ansvarsperioden* for at varen skal være kontraktsmessig, og om hovedelementene i denne, herunder at ansvarsperioden har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 andre ledd,
- m. *eventuelle kommersielle holdbarhetsgarantier uten ekstra kostnad* som gjelder hele varen, garantiens varighet og at den er lengre enn den lovbestemte ansvarsperioden, jf. bokstav l,
- n. den *lovbestemte ansvarsperioden* for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig,
- o. *minimumsperioden*, angitt som en periode eller en dato, der produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer for varer med digitale elementer, for digitalt innhold og for digitale tjenester, forutsatt at produsenten eller leverandøren har gjort opplysningene tilgjengelig for den næringsdrivende,
- p. eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier samt vilkårene for disse,

- q. *der dette er relevant, varenes reparasjonsscore, jf. § 5 bokstav s,*
- r. *i tilfeller der bokstav q ikke er relevant, tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og framgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varene fortsatt skal være kontraktsmessige, tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og begrensninger for reparasjon, forutsatt at produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende,*
- s. relevante atferdsregler og hvor disse kan finnes,
- t. *der dette er relevant, avtalens varighet og eventuell minste bindingstid, eller, for avtaler som er uten tidsbegrensning eller forlenges automatisk, vilkårene for å si opp avtalen,*
- u. eventuelle depositum eller andre økonomiske garantier betalt eller stilt av forbrukeren og vilkårene for disse,
- v. *der dette er relevant, utenrettslig klage- og erstatningsordning som den næringsdrivende er tilknyttet, samt framgangsmåten for å få tilgang til denne,*
- w. *der dette er relevant, at prisen er personlig tilpasset basert på automatiserte beslutninger.*

§ 8 andre ledd skal lyde:

Den næringsdrivende skal også gi forbrukeren et standardisert skjema for bruk av angrerett (angreskjema). Den næringsdrivende skal anses for å ha gitt opplysninger etter første ledd bokstav h, i og j dersom denne har gitt forbrukeren korrekt utfylt skjema om opplysninger om angreretten. *Der dette er relevant, skal det gis informasjon om eksistensen og plasseringen av elektronisk angrefunksjon, jf. § 20 a.*

§ 8 tredje ledd skal lyde:

Opplysningene etter første ledd bokstav l skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert melding. Opplysningene etter første ledd bokstav m skal sammen med opplysningene etter første ledd bokstav l vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert etikett, jf. sjette ledd.

§ 8 nåværende femte ledd blir nytt sjette ledd og skal lyde:

Departementet kan i forskrift gi nærmere bestemmelser om standardisert angreskjema samt om hvordan opplysningsplikten skal oppfylles, herunder at opplysninger om angreretten skal gis ved bruk av et standardisert skjema for opplysninger om angrerett. *Departementet kan i forskrift også gi bestemmelser om innholdet i og utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten.*

Nåværende tredje og fjerde ledd blir fjerde og femte ledd.

§ 16 første ledd skal lyde:

Når en avtale som skal inngås elektronisk forplikter forbrukeren til å betale, skal den næringsdrivende tydelig og i fremhevet form gjøre forbrukeren oppmerksom på opplysningene fastsatt i § 8 første ledd bokstav a, e, m og t umiddelbart før forbrukeren foretar bestillingen.

§ 20 andre ledd nytt andre punktum skal lyde:

For avtaler som er inngått ved bruk av et nettbasert grensesnitt, kan meldingen også fremsettes ved hjelp av en elektronisk angrefunksjon, jf. § 20 a.

Ny § 20 a skal lyde:

§ 20 a *Elektronisk angrefunksjon for avtaler inngått ved hjelp av et nettbasert grensesnitt*

For fjernsalgsavtaler inngått ved hjelp av et nettbasert grensesnitt skal den næringsdrivende sikre at forbrukeren kan benytte angreretten også ved å bruke en elektronisk angrefunksjon.

Angrefunksjonen skal være merket på en lett leselig måte med ordene «angre avtalen» eller en tilsvarende utvetydig formulering. Angrefunksjonen skal være tilgjengelig uavbrutt helt til utløpet av angrefristen. Angrefunksjonen skal ha en fremtredende plass i det nettbaserte grensesnittet og være lett tilgjengelig for forbrukeren.

Angrefunksjonen skal gjøre det mulig for forbrukeren å gi melding til den næringsdrivende om at forbrukeren vil benytte angreretten. Ved hjelp av angrefunksjonen skal forbrukeren lett kunne gi eller bekrefte følgende opplysninger:

- a. *forbrukerens navn*
- b. *opplysninger som identifiserer avtalen forbrukeren ønsker å angre på*
- c. *elektronisk kommunikasjonsmiddel som bekreftelsen på forbrukerens bruk av angreretten skal sendes til.*

Den næringsdrivende skal gjøre det mulig for forbrukeren å sende inn utfylt angremelding ved hjelp av en knapp eller en annen bekreftelsesfunksjon. Knappen eller bekreftelsesfunksjonen skal være merket på en lett leselig måte og kun med ordene «Bekreft bruk av angrerett» eller en tilsvarende utvetydig formulering.

Etter at forbrukeren har aktivert knappen eller bekreftelsesfunksjonen, skal den næringsdrivende uten ugrunnet opphold og på et varig medium sende forbrukeren en kvittering for mottatt melding om angrerett. Kvitteringen skal inneholde opplysninger om angreerklæringens innhold og dato og tidspunkt for innsendelse.

Forbrukeren skal anses for å ha benyttet sin angrerett innenfor angrefristen dersom den elektroniske meldingen er sendt innen angrefristens utløp.

III

I lov 31. mai 1918 nr. 4 om avslutning av avtaler, om fullmakt og om ugyldige viljeserklæringer skal kapittel 4 lyde:

4de kapitel. Særlige bestemmelser for forbrukeravtaler

§ 38 a Virkeområde og definisjoner

Bestemmelsene i dette kapitlet gjelder for avtaler som inngås mellom en næringsdrivende og en forbruker, med mindre annet følger av lov eller av bestemmelser gitt i medhold av lov. Bestemmelsene kan ikke ved avtale fravikes til ugunst for en forbruker.

I dette kapitlet menes med

1. forbruker: en fysisk person som ikke hovedsakelig handler som ledd i næringsvirksomhet,
2. næringsdrivende: en fysisk eller juridisk person som handler, herunder ved fullmektig, som ledd i næringsvirksomhet,
3. *kommersiell holdbarhetsgaranti: en garanti der produsenten garanterer overfor forbrukeren for varens holdbarhet i hele garantiens løpetid, slik at produsenten påtar seg å reparere eller omlevere varen dersom holdbarheten ikke opprettholdes,*
4. *holdbarhet: evnen varen har til å opprettholde sine nødvendige funksjoner og sin nødvendige ytelse ved normal bruk,*
5. *produsent: den som produserer en vare, den som importerer varen til EØS, og enhver som fremstår som produsent ved å påføre varen sitt navn, sitt varemerke eller et annet særlig kjennetegn,*
6. *reparasjonsscore: en score som angir i hvilken grad det er mulig å reparere en vare, basert på harmoniserte krav fastsatt på EØS-nivå,*
7. *programvareoppdatering: en gratis oppdatering, herunder en sikkerhetsoppdatering, som er nødvendig for at varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester fortsatt skal være mangelfrie etter forbrukerkjøpslovens og digitalytelseslovens regler.*

§ 38 b Informasjonskrav i forbrukeravtaler

Med unntak for avtaler som omfattes av § 38 c, skal den næringsdrivende, før det blir inngått avtale, gi forbrukeren følgende opplysninger:

1. varens eller tjenestens viktigste egenskaper, i den utstrekning kommunikasjonsmåten og varen eller tjenesten er egnet til dette,
2. den næringsdrivendes identitet, slik som foretaksnavn, geografisk adresse og telefonnummer, e-post-adresse og eventuelt nettbaserte kommunikasjonsmidler som gir forbrukeren mulighet til å lagre all skriftlig korrespondanse på et varig medium, samt identitet og geografisk adresse til næringsdrivende det opptres på vegne av,

3. den samlede prisen for varen eller tjenesten medregnet avgifter, eller, dersom varens eller tjenestens art gjør at prisen ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, metoden for beregning av prisen, samt eventuelle tilleggskostnader til frakt, levering, porto eller annet, eller, dersom disse ikke med rimelighet kan forhåndsberegnes, at slike tilleggskostnader kan forekomme. For avtaler uten tidsbegrensning og for abonnementsavtaler skal den samlede prisen omfatte de samlede kostnadene per avregningsperiode, og ved betaling med fast beløp også de samlede månedlige kostnadene, og om de samlede kostnadene ikke kan forhåndsberegnes, metoden for beregning av prisen,
4. ordningene for betaling, levering, oppfyllelse og leveringsfrist samt hvordan den næringsdrivende håndterer reklamasjoner,
5. *den lovbestemte ansvarsperioden for at varen skal være kontraktsmessig, og om hovedelementene i denne, herunder at ansvarsperioden har en varighet på minst to år, jf. forbrukerkjøpsloven § 27 annet ledd,*
6. *eventuelle kommersielle holdbarhetsgarantier uten ekstra kostnad som gjelder hele varen, og som har en varighet som er lengre enn den lovbestemte ansvarsperioden,*
7. *den lovbestemte ansvarsperioden for at digitalt innhold og digital tjeneste skal være kontraktsmessig,*
8. *eventuell ettersalgsservice og eventuelle kommersielle garantier samt vilkårene for disse,*
9. *minimumsperioden, angitt som en periode eller en dato, der produsenten eller leverandøren leverer programvareoppdateringer, forutsatt at produsenten eller leverandøren har gjort opplysningene tilgjengelig for den næringsdrivende,*
10. *der dette er relevant, varenes reparasjonsscore,*
11. *i tilfeller der nr. 10 ikke er relevant, tilgjengeligheten, anslåtte kostnader og fremgangsmåte for å bestille reservedeler som er nødvendige for at varen fortsatt skal være kontraktsmessig, tilgjengeligheten av reparasjons- og vedlikeholdsinstruksjoner og begrensninger for reparasjon, forutsatt at produsenten gjør opplysningene tilgjengelige for den næringsdrivende,*
12. avtalens varighet, eller, for avtaler som er uten tidsbegrensning eller forlenges automatisk, vilkårene for å si opp avtalen,
13. der dette er relevant, funksjonaliteten, herunder relevante tekniske beskyttelsestiltak, for varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester,
14. der dette er relevant, kompatibiliteten og samvirkingsevnen til varer med digitale elementer, digitalt innhold og digitale tjenester som den næringsdrivende kjenner til eller med rimelighet kan forventes å kjenne til,

15. der dette er relevant, at prisen er personlig tilpasset basert på automatiserte beslutninger.

Opplysningene etter første ledd skal gis på en klar og forståelig måte, såfremt opplysningene ikke allerede går frem av sammenhengen.

Opplysningene etter første ledd nr. 5 skal vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert melding. Opplysningene etter første ledd nr. 6 skal sammen med opplysningene etter første ledd nr. 5 vises på en fremtredende måte ved bruk av en harmonisert etikett. Departementet kan i forskrift gi bestemmelser om innholdet i og utformingen og plasseringen av den harmoniserte meldingen og den harmoniserte etiketten.

§ 38 c Unntak fra opplysningskravene

Opplysningskravene etter § 38 b gjelder ikke

1. avtaler om dagligdagse transaksjoner som oppfylles umiddelbart ved avtaleinngåelsen,
2. avtaler om finansielle tjenester,
3. avtaler om pakkereiser,
4. avtaler som er omfattet av tidspartloven,
5. avtaler om oppføring av bygninger,
6. avtaler om persontransporttjenester,
7. avtaler som er inngått med ekomtilbyder gjennom offentlig tilgjengelige betalingstelefoner for bruk av disse, eller som er inngått for bruk av én enkelt telefon-, internett-, eller telefaksforbindelse opprettet av en forbruker,
8. avtaler om levering av næringsmidler, drikkevarer eller andre varer som er beregnet på løpende for-

bruk i husholdningen, og som leveres fysisk av en næringsdrivende på hyppige og regelmessige runder til forbrukerens hjem, bolig eller arbeidsplass,

9. avtaler om salg av varer som selges på tvangsauksjon eller på annen måte tvangsmessig i henhold til lov.

Opplysningskravene etter § 38 b gjelder heller ikke avtaler om fjernsalg og avtaler inngått utenom faste forretningslokaler. For slike avtaler gjelder angrerettloven.

§ 38 d Tilsyn

Forbrukertilsynet og Markedsrådet skal ut fra hensyn til forbrukerne føre tilsyn med at næringsdrivende følger bestemmelsene gitt i § 38 b, *jf.* § 38 c. Tilsyn utføres i samsvar med reglene i markedsføringsloven §§ 32 til 41, § 42 første ledd annet punktum og §§ 43 til 43 c.

Ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av § 38 b, *jf.* § 38 c, som anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, kan den ansvarlige ilegges et overtredelsesgebyr.

Departementet kan i forskrift gi nærmere regler om utmåling av overtredelsesgebyr.

IV

1. Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer. Kongen kan sette i kraft de enkelte bestemmelsene til forskjellig tid.
2. Loven får bare virkning for tilsyn og kontroll foretatt etter lovens ikrafttredelse. Kongen kan gi overgangsbestemmelser.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 26. mai 2026

Bente Estil

leder

Tone Wilhelmsen Trøen

ordfører

