

Svenska Postorderföreningens Branschregler

Dessa branschregler har utarbetats efter samråd med Konsumentverket/KO och har antagits av Svenska Postorderföreningen. Reglerna träder i kraft den 1 januari 2002 och skall tillämpas därefter så snart det är möjligt med hänsyn till erforderliga anpassningar.

Svenska Postorderföreningens branschregler

<i>Innehåll</i>	<i>Sid.</i>
1. Tillämplighet	3
2. Laglig och i överensstämmelse med god sed	3
3. Marknadsföring	3
3.1 Grundläggande krav	3
3.2 Säljarens identitet och adresser m.m.	3
3.3 Beskrivning av varan	3
3.4 Begränsningar av erbjudanden	4
3.5 Pris	4
3.6 Rabatter	4
3.7 Tillkommande kostnader	4
3.8 Outlösta paket	4
3.9 Tillgång till fullständiga avtalsvillkor	4
4. Ytterligare bestämmelser för konsumentförhållanden	5
4.1 Minimiinformation till konsumenter	5
4.2 Ångerrätt	5
4.3 Om konsumenten ångrar köpet skall varan återlämnas	5
4.4 Återbetalning sedan ångerrätt utnyttjats	6
4.5 Återbetalning vid delretur	6
4.6 Utökad rätt att frånträda avtalet	6
4.7 Garantier och service	6
4.8 Bindningstid	6
4.9 Information sedan ett distansavtal ingåtts	6
5. Order/beställning	7
5.1 Ordersedel/beställningsformulär	7
5.2 Beställning via Internet	7
6. Avtalsvillkor	7
6.1 Minimikrav	7
6.2 Pris- eller kostnadsändringar	7
6.3 Garantier	8
6.4 Leverans	8
6.5 Reklamationer	8
7. Förhållanden till SPF	9
7.1 Prövning av SPF:s etiska nämnd	9
7.2 Hänvisning till SPF	9

1. Tillämplighet

Dessa branschregler skall tillämpas vid all postorder-/distansförsäljning från medlem i Svenska Postorderföreningen (SPF). Om annat inte anges gäller reglerna försäljning både till konsument och till näringsidkare.

Reglerna står i överensstämmelse med den europeiska konvention för gränsöverskridande postorder- och distanshandel som skall antagas den 27 mars 2002 av de europeiska nationella postorderföreningarnas gemensamma organ EMOTA.

Med *postorder-/distansförsäljning* avses försäljning av en vara genom ett avtal som ingås inom ramen för säljarens system för att träffa avtal på distans och varvid kommunikationen uteslutande sker på distans.

Med *konsument* avses en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet.

Med *näringsidkare* avses dels alla juridiska personer och dels fysiska personer som inte är konsumenter enligt ovan.

2. Laglig och i överensstämmelse med god sed

Alla åtgärder som säljare vidtar för och i postorder-/distansförsäljning skall följa tillämpliga bestämmelser i marknadsföringslagen, konsumentköplagen, prisinformationslagen, distansavtalslagen, konsumentkreditlagen, personuppgiftslagen och annan svensk lagstiftning. Det noteras att vissa av dessa lagar gäller endast då åtgärder vidtages gentemot konsumenter. Nu avsedda åtgärder skall också följa god sed, varvid bl.a. Internationella Handelskammarens (ICC:s) regler skall tillämpas.

3. Marknadsföring

3.1 Grundläggande krav

Marknadsföring för postorder-/distansförsäljning skall alltid utformas så att den är tydlig, lättillgänglig och lättförståelig oavsett vilken metod som används för kommunikationen, t.ex. en katalog, en hemsida, tidningsannonser o.s.v. Detta kräver att marknadsföringen anpassas särskilt till den valda kommunikationsmetoden.

3.2 Säljarens identitet och adresser m.m.

I marknadsföringen skall information lämnas om säljarens identitet med upplysningar om namn, organisationsnummer, post-, hemsides- och besöksadress samt telefon- och faxnummer.

3.3 Beskrivning av varan

Varans huvudsakliga egenskaper skall anges i marknadsföringen på ett rättvisande sätt och med utgångspunkt från att köparen inte har undersökt varan före beställningen. Om säljaren avser att förbehålla sig rätt att leverera ersättningsvara skall det och villkoren därför anges i marknadsföringen. Villkor för att lämna ersättningsvara finns i punkt 6.4.

3.4 Begränsningar av erbjudanden

Vid marknadsföring genom kataloger och annat tryckt material skall anges ev. tidsmässiga och andra begränsningar för de erbjudanden som lämnas, t.ex. minimigräns för att order skall accepteras.

Tidsbegränsningar kan anges genom uppgift om årtal eller uttryck som innebär en ungefärlig tidsangivelse, t.ex. "vårkatalog 2002".

Giltighetstiden för en katalog skall alltid anges på omslaget. I övrigt skall begränsningar av erbjudanden alltid anges så att de lätt kan uppmärksammas av köparen.

3.5 Pris

Marknadsföring skall i direkt anslutning till presentationen av varan innehålla uppgift om dess pris. Om varan avbildas tillsammans med tillbehör, extra utrustning eller andra varor skall det framgå tydligt av marknadsföringen vad som ingår i priset.

Vid marknadsföring som riktar sig mot konsumenter skall priset anges inkl. moms. I andra fall kan i stället anges att moms tillkommer.

3.6 Rabatter

Erbjudande om rabatt eller annan prisnedsättning skall lämnas så att köparen genast får klart för sig vilket pris som skall betalas för varan.

Om en prisnedsättning gäller endast en begränsad del av säljarens sortiment eller om särskilt villkor gäller för prisnedsättningen skall det anges tydligt.

3.7 Tillkommande kostnader

Om andra kostnader kan tillkomma, t.ex. expeditionsavgift, fraktkostnad, postförskottsavgift o.s.v., skall marknadsföringen innehålla fullständig information därom med uppgift om belopp i kronor för resp. kostnad. Om sådant belopp kan ändras skall upplysning också lämnas om vid vilken tidpunkt det angivna beloppet gällde. Informationen skall leda till att köparen får en rättvisande bild av den totala kostnaden för beställningen.

3.8 Outlösta paket

Marknadsföring skall i förekommande fall innehålla information om att säljaren, för det fall köparen inte utövat lagstadgad eller annan rätt att frånträda avtalet, tar ut en särskild avgift för outlösta paket och om storleken av sådan avgift.

3.9 Tillgång till fullständiga avtalsvillkor

Köparen skall före beställningen kunna få tillgång till de fullständiga avtalsvillkoren. Därvid gäller följande för olika kommunikationsmetoder för marknadsföring.

Vid marknadsföring genom kataloger skall de fullständiga avtalsvillkoren återges på ett ställe i katalogen, skild från övrig text. I större kataloger skall upplysning lämnas åtminstone på vart tionde uppslag om var de fullständiga avtalsvillkoren finns tillgängliga.

Vid marknadsföring på hemsida skall de fullständiga avtalsvillkoren finnas tillgängliga genom ett lättillgängligt söksystem.

Vid marknadsföring genom tidningsannonser, andra enklare reklamheter, TV/radio och i övrigt i annan form kan det vara motiverat

att lämna mindre omfattande information om avtalsvillkoren. I sådana fall krävs dock att information lämnas om var köparen före beställningen kan ta del av de fullständiga avtalsvillkoren.

4. Ytterligare bestämmelser för konsumentförhållanden

4.1 Minimiinformation till konsumenter

Vid marknadsföring som syftar till postorder-/distansförsäljning till konsumenter skall information lämnas - utöver vad som angivits under punkt 3 - även enligt vad som sägs i punkt 4.1 – 4.8. Denna information skall lämnas innan avtalet ingås på ett klart och begripligt sätt, t.ex. i en katalog/hemsida.

Sedan ett avtal med en konsument ingåtts skall information lämnas också enligt punkt 4.9. Informationen som nu avses skall lämnas skriftligen eller i någon annan läsbar och varaktig form som är tillgänglig för konsumenten, t.ex. genom en särskild handling/e-post.

4.2 Ångerrätt

Marknadsföring gentemot konsumenter skall innehålla information om att konsumenten enligt distansavtalslagen har rätt att frånträda ett distansavtal genom att till säljaren lämna eller sända ett meddelande om detta inom 14 dagar från den dag ångerfristen börjar löpa, vilket är den dag då konsumenten tar emot varan eller en väsentlig del av den, dock tidigast den dag konsumenten fått bekräftelse enligt punkt 4.9 nedan.

Om avtalet avser en vara som har tillverkats eller väsentligt ändrats efter konsumentens särskilda önskemål eller som annars har fått en tydlig personlig prägel, får dock säljaren och konsumenten skriftligen avtala att ångerfristen skall börja löpa den dag konsumenten fått bekräftelse enligt nedan även om konsumenten då ännu inte har tagit emot varan eller en väsentlig del av den.

Av informationen skall också framgå att ett outlöst paket normalt inte omfattas av ångerrätt enligt distansavtalslagen.

Säljaren får föreskriva att ångerrätt inte heller skall gälla

- en vara som på grund av sin beskaffenhet inte kan återlämnas eller som snabbt kan försämrats eller bli för gammal
- en förseglad ljud- eller bildupptagning eller ett förseglat datorprogram om förseglingen har brutits
- en tidning eller en tidskrift.

Informationen om ångerrätten bör redovisas skild från annan information.

4.3 Om konsumenten ångrar köpet skall varan återlämnas

I marknadsföringen skall anges att konsumenten – om denne utövar sin ångerrätt och säljaren begär det – är skyldig att

- lämna eller sända tillbaka varan till säljaren i väsentligen oförändrat skick och att denna skyldighet inte gäller om varan har förstörts eller förändrats på grund av någon åtgärd som var nödvändig för att undersöka varan eller på grund av någon omständighet som inte kan hänföras till konsumenten
- själv bekosta returfrakten.

Om säljaren begär att konsumenten skall stå risken för att varan skadas eller kommer bort under returtransporten skall det också anges i marknadsföringen.

4.4 Återbetalning sedan ångerrätt utnyttjats

I marknadsföringen skall vidare anges– med avseende på det fall konsumenten utövar sin ångerrätt

- dels att säljaren kommer att betala tillbaka vad konsumenten har betalat till säljaren
- och dels att återbetalningen kommer att göras senast inom 30 dagar från den dag då säljaren tog emot konsumentens meddelande om att avtalet hävts.

Återbetalningen skall avse alla belopp som köparen betalat till säljaren, således även expeditionsavgift, fraktkostnader, postförskottsavgift m.m.

4.5 Återbetalning vid delretur

För det fall köparen returnerar endast viss eller vissa av flera samtidigt beställda varor får säljaren i marknadsföringen uppställa förbehåll att säljaren, förutom priset för de returnerade varorna, endast återbetalar sådana tillkommande kostnader som uppkommit särskilt genom de returnerade varorna. Vissa kostnader, t.ex. expeditionsavgift och fraktkostnad, utgår ofta med samma belopp, oavsett såväl antal varor som dessas vikt och storlek. Ett förbehåll enligt detta stycke innebär således att säljarens återbetalningsplikt inte omfattar sådana kostnader som är gemensamma för flera varor utan att kostnadens storlek påverkats av antalet varor.

4.6 Utökad rätt att frånträda avtalet

Om säljaren erbjuder konsumenten en vidare rätt att frånträda köpet än vad som följer av distansavtalslagen bör sådan rätt inte betecknas som ”ångerrätt” utan som ”öppet köp 30 dagar”, ”fri returrätt en månad” eller motsvarande.

Denna information bör lämnas skild från information om den lagstadgade ångerrätten så att dessa inte förväxlas eller sammanblandas.

4.7 Garantier och service

Säljaren skall i marknadsföringen informera konsumenten om de garantier och den service som ingår i köpet.

4.8 Bindningstid

Om avtalet avser återkommande leveranser av varor skall i marknadsföringen anges den kortaste bindningstiden som erbjuds.

4.9 Information sedan ett distansavtal ingåtts

Sedan ett distansavtal har ingåtts skall säljaren alltid lämna konsumenten information om

- konsumentens ångerrätt enligt distansavtalslagen
- namn och adress till någon som ångerrätten kan utövas mot
- gatuadressen till det verksamhetsställe dit konsumenten kan framställa klagomål
- förekommande garantier och service och
- villkoren för att säga upp avtalet för det fall att det gäller tills vidare eller för en längre tid än ett år.

Om uppgifterna inte lämnats tidigare skall säljaren sedan ett distansavtal ingåtts dessutom lämna konsumenten bekräftelse med uppgift i läsbar och varaktig form om

- sitt namn och sin adress
- varans huvudsakliga egenskaper
- varans pris, inbegripet skatter och avgifter
- leveranskostnader
- sättet för betalning och för leverans eller fullgörande på annat sätt.

Information och bekräftelse enligt denna punkt 4.9 skall lämnas snarast och senast vid leveransen, t.ex. via e-post eller genom en handling som sänds separat eller läggs i det paket varigenom varorna översänds.

5. Order/beställning

5.1 Ordersedel/beställningsformulär

Ordersedel/beställningsformulär skall alltid innehålla

- uppgift om säljarens identitet
- utrymme för att ange köparen, dennes adress samt leveransadress
- utrymme att lämna en entydig specifikation av varan och dess pris
- upplysning om var de fullständiga avtalsvillkoren finns tillgängliga
- huruvida kostnader tillkommer utöver det angivna priset samt
- information om ångerrätten enligt punkt 4.2.

5.2 Beställning via Internet

Om säljaren publicerat en hemsida för beställning via Internet skall en beställning kräva att köparen åtminstone

- markerar sitt köpintresse genom ett särskilt klick
- på ett enkelt sätt får möjlighet att läsa igenom både detaljerna i beställningen och avtalsvillkoren och att bekräfta detta genom ett andra klick samt
- genom ett tredje klick bekräftar själva beställningen och accepterar avtalsvillkoren.

6. Avtalsvillkor

6.1 Minimikrav

Avtalsvillkoren skall alltid – utöver vad som följer av punkt 3 och 4 ovan – reglera åtminstone ev. förbehåll om pris- eller kostnadsändringar, leveransen, garantier och reklamationer. Därvid skall avtalsvillkoren utformas i överensstämmelse med vad nedan sägs i punkt 6.2 - 6.5.

6.2 Pris- eller kostnadsändringar

Säljaren får förbehålla sig rätt att ändra priset eller kostnadsersättningar under nedan angivna omständigheter. Om priset eller ersättningen höjs skall en beställning till det gamla priset eller kostnaden vara utan verkan. I sådant fall skall dock säljaren underrätta köparen om det nya priset/den nya ersättningen och erbjuda köparen att beställa varorna för detta pris/denna ersättning.

Säljaren får ändra priset/ersättningen i följande fall:

- En skatt eller allmän avgift som skall läggas på priset tillkommer, ändras eller bortfaller.

- Priset på en råvara stiger utan att säljaren bort förutse detta och detta medför sådana ekonomiska konsekvenser för säljaren att det inte är skäligt att det erbjudna priset skall gälla längre.

6.3 Garantier

Garanti är ett frivilligt åtagande från säljarens sida. När säljaren lämnar garanti får köparen rättigheter utöver de som följer av konsumentköplagen.

Garantivillkoren skall alltid innehålla uppgift om de fel och brister för vilka garanti gäller, vad den omfattar i övrigt, garantitidens längd samt när krav under garantin senast kan framställas.

Ordet *garanti* får inte användas i marknadsföring om inte köparen genom garantin tilläggs rättigheter som går utöver dem som köparen redan har enligt svensk lag.

6.4 Leverans

Leveranstid

Säljaren skall leverera varan inom skälig tid, dock senast inom 30 dagar från den dag då köparen gjorde sin beställning, om annat inte avtalats.

Leveransförsening

Om leveransförsening uppstår skall säljaren underrätta köparen därom inom den utlovade leveranstiden. I sådant fall skall köparen ha rätt att häva köpet utan att påföras någon kostnad. Detsamma gäller om den beställda varan tagit slut tillfälligt.

Transportrisken

Säljaren står risken för att varan skadas eller kommer bort under transporten till köparen.

Ersättningsvara

Säljaren får förbehålla sig rätt att leverera vara som avviker från den beställda varan endast om ersättningsvaran

- är likvärdig och
- översändes endast till påseende och kan returneras på säljarens bekostnad.

Säljaren skall i handling som sänds med varan lämna tydlig upplysning om orsaken till att ersättningsvara sänts och vad som gäller i anledning därav.

Bruksanvisning

Säljaren bör vid leveransen tillhandahålla en bruksanvisning på svenska språket om sådan normalt erfordras för att köparen skall kunna använda varan på ett säkert sätt.

6.5 Reklamationer

Säljaren får inte kräva att köparen vid reklamation bifogar faktura eller köpbevis och inte heller att varan är oanvänd. Detta gäller oavsett om reklamationen avser utebliven eller försenad leverans eller att varan är felaktig eller skadad.

Säljaren är skyldig att följa rekommendation som Allmänna Reklamationsnämnden utfärdar i tvist med köpare under ett postorder-/distansavtal.

7. Förhållanden till SPF

7.1 Prövning av SPF:s etiska nämnd

På begäran av medlem i SPF eller av köpare som ingått avtal med sådan medlem prövar SPF:s etiska nämnd tillämpningen av dessa branschregler.

7.2 Hänvisning till SPF

Om säljare hänvisar till medlemskap i SPF skall säljaren samtidigt ange SPF:s post- och hemsidesadress.

* * *