



FORBRUKERTILSYNET

Råd til næringsdrivende om tilkoblede produkter

INNHold

1. Innledning

- 1.1 Hva er IoT?..... 2
- 1.2 Regelverk og målgruppe..... 2

2. Markedsføring

- 2.1 Gi riktig inntrykk av produktets funksjonalitet..... 2
- 2.2 Vær klar over hva du selger: både produkt og tjeneste..... 2
- 2.3 Vær varsom med å spille på frykt eller sikkerhetsbehov..... 3
- 2.4 Prismarkedsføring med alle kostnader..... 3
- 2.5 Informasjon om behandling av personopplysninger..... 3

3. Særlige krav til informasjon før selve avtaleinngåelsen

- 3.1 Forbrukeren skal få lovpålagte opplysninger før avtaleinngåelsen..... 4
 - 3.1.1 Alle salgskanaler..... 4
 - 3.1.2 Hvilke opplysninger..... 4
- 3.2 Tilgang til fullstendige avtalevilkår..... 5

4. Avtalevilkår

- 4.1 Generelt om avtalevilkår..... 5
- 4.2 Spesielle utfordringer med vilkår for tilkoblede produkter..... 5
 - 4.2.1 Flere aktører og flere sett med vilkår..... 5
 - 4.2.2 Valgfri tjenestetilbyder (interoperabilitet)..... 5
 - 4.2.3 Endringer i vilkår eller tjeneste..... 5

5. Andre regler og myndigheter du må forholde deg til

- 5.1 Personvern..... 5
- 5.2 Personvern, data- og produktsikkerhet..... 6
- 5.3 Produktsikkerhet..... 6

1. INNLEDNING

1.1 Hva er IoT?

Stadig flere av tingene vi omgir oss med er på en eller annen måte koblet opp mot internett. Produktene kalles gjerne IoT-enheter, der IoT er forkortelsen for Internet of Things. På norsk brukes betegnelsen tingenes internett. Her har vi valgt å kalle det tilkoblede produkter, fordi vårt tilsyn særlig er relevant for forbrukerproduktene i tingenes internett.

Tilkoblede produkter for forbrukere inkluderer alt fra smarttelefoner og –leker, kroppsnær teknologi som treningsarmbånd og GPS-klokker, til smarthjem-produkter som termostater, alarmsystemer og andre former for tilkoblede dingser og tjenester.

Forbrukertilsynet ser flere forbrukerutfordringer ved slike produkter. Vi registrerer også et økende behov blant næringsdrivende for veiledning om regelverket for tilkoblede produkter. Vi jobber med å bygge kunnskap og veilede om problemstillinger som kan oppstå når du tilbyr tilkoblede produkter til forbrukere – og hvordan du kan følge regelverket og dermed unngå tvister med forbrukere og tilsynssaker.

1.2 Regelverk og målgruppe

Næringsdrivende i alle ledd av salgskjeden må forholde seg til regelverket, enten du er utvikler, produsent, importør, tjenestetilbyder eller selger. Forbrukertilsynet fører tilsyn med all markedsføring overfor forbrukere, uavhengig av hvilket salgslødd den kommer fra, inkludert eventuell markedsføring direkte fra produsent, importør eller tjenestetilbyder. Ved tilsyn med avtalevilkår, vil vi kunne trekke inn både deg som importerer og tilbyr produktet i Norge, men også utvikler, produsent og tjenestetilbyder.

Dette dokumentet tar for seg tre steg i forholdet mellom deg som næringsdrivende og forbrukerne: Markedsføring, opplysninger som må gis rett før avtaleinngåelse, og avtalevilkår som gjelder etter at avtale er inngått. For hvert av disse tre stegene gir vi informasjon om spesielle utfordringer med tilkoblede forbrukerprodukter du som næringsdrivende må ha et bevisst forhold til for å unngå å bryte markedsføringsloven. I tillegg gjelder de generelle kravene etter markedsføringsloven, som du kan finne nyttig informasjon om i våre øvrige veiledninger.

2. MARKEDSFØRING

2.1 Gi riktig inntrykk av produktets funksjonalitet

Tilkoblede produkter er ofte utviklet for, og markedsføres med, at de kan oppfylle praktiske behov i forbrukernes hverdag. Det inntrykket forbrukeren får av hva produktet kan brukes til, kan være avgjørende for at forbrukeren fatter interesse for produktet og vil kjøpe det. Det er derfor viktig at forbrukeren får et riktig bilde av produktets funksjonalitet og dets begrensninger.

Du må sørge for at inntrykket forbrukeren får av markedsføringen stemmer med den reelle funksjonaliteten til produktet. Du må gi riktig og dekkende informasjon både om hva produktet kan gjøre, og om hva det ikke kan gjøre. Du må altså sørge for at forbrukerne forstår både de fordelaktige sidene, men også de mindre fordelaktige sidene ved produktet.

Markedsføring som gir feil inntrykk av produktets funksjonalitet kan være ulovlig etter mfl. § 7 første ledd bokstav b om villedende markedsføring av ytelsens hovedegenskaper. Faktiske påstander om funksjonalitet må kunne dokumenteres, jf. mfl. § 3.

2.2 Vær klar på hva du selger: både produkt og tjeneste

For forbrukerne er det elementært å få et riktig bilde av helheten produktet og eventuelle tjenester utgjør. For tilkoblede produkter er det spesielt viktig at forbrukerne forstår det hvis et kjøp innebærer både et produkt og en tjenesteavtale, og hvordan disse virker sammen og fungerer i praksis.

Opplysningene du gir i markedsføringen må gi forbrukerne et riktig og helhetlig bilde av hva de kjøper. Hvis produktet er avhengig av en eller flere tjenester for å fungere, eller fungere optimalt, må du forsikre deg om at forbrukerne forstår at produktet ikke kan brukes uten tjenesten. De må også forstå hvilke rettigheter og forpliktelser et kjøp innebærer samlet sett.

Hvis vesentlige opplysninger er utelatt, skjult eller presentert på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte i markedsføringen, vil markedsføringen kunne være villedende og urimelig etter markedsføringsloven § 7 eller § 8.

2.3 Vær varsom med å spille på frykt eller sikkerhetsbehov

Mange tilkoblede produkter har funksjoner som kan gi forbrukeren en følelse av trygghet eller sikkerhet i hverdagen. Eksempler er boligalarmsystemer og GPS-sporing av personer eller dyr, men også andre produkter og funksjoner kan bidra til trygghetsfølelse.

Du må unngå markedsføringsbudskap som kan gi forbrukeren en falsk trygghetsfølelse. Slik markedsføring vil kunne være uriktig og villedende, og rammes av mfl. § 7.

Ved markedsføring av slike produkter må du unngå å bruke påstander i markedsføringen som på en urimelig måte spiller på frykt eller sikkerhetsbehov eller samvittighet. Markedsføring der det benyttes slike sterke virkemidler vil kunne reise spørsmål etter markedsføringsloven § 2 om god markedsføringsskikk. Du må derfor være varsom med hvilke virkemidler du bruker i markedsføring av tilkoblede produkter med funksjoner som kan gi forbrukeren en trygghet i hverdagen. Du må unngå bruk av voldsomme eller dramatiske virkemidler, som for eksempel skrekkehistorier med påstander om at ditt produkt kunne reddet situasjonen.

Videre må du være oppmerksom på at vurderingen av god markedsføringsskikk er strengere ved markedsføring overfor barn, jf. markedsføringsloven § 21. For mer informasjon se [Forbrukertilsynets veiledning om handelspraksis overfor barn og unge.](#)

2.4 Prismarkedsføring med alle kostnader

Tilkoblede produkter tilbys ofte sammen med tjenester som er nødvendig for at produktet skal fungere. En forbrukerutfordring er at forbrukeren ikke får med seg at kostnader for tjenesten vil komme i tillegg til prisen på produktet.

Du må sørge for at alle kostnader er med når du markedsfører pris, herunder informasjon om f.eks. abonnement på tjenesten og eventuell bindingstid. I all markedsføring som nevner pris må du derfor opplyse om minste totalpris som forbrukeren må betale ved å inngå avtalen. Hvis tjenesten er et løpende abonnement må du også opplyse om det, og om faste og variable kostnader i abonnementet. Ved markedsføring av tjenester med bindingstid må du klart og tydelig opplyse om bindingstidens lengde og ytelsens totalpris for hele bindingstiden. Dersom produktet selges med et introduksjonstilbud eller endrer pris eller vilkår etter en innledende periode, må du opplyse om dette og pris og eventuelle endringer i vilkår som inntreffer etter introduksjonsperioden.

Du må oppgi pris på en fullstendig måte, slik at den ikke er egnet til å villedende forbrukerne, jf. markedsføringsloven § 7 første ledd bokstav d.

Inneholder prismarkedsføringen opplysninger om:

- pris for produktet?
- månedlige utgifter?
- andre kostnader?
- totalpris?
- bindingstid?

2.5 Informasjon om behandling av personopplysninger

For en rekke tilkoblede produkter er innsamling og behandling av personopplysninger en forutsetning. Eksempler på dette kan være smarthjem- eller alarmløsninger som registrerer om beboere er hjemme eller ikke.

Behandling av personopplysninger reguleres i første rekke av personopplysningsloven, som Datatilsynet fører tilsyn med. Ved kjøp av tilkoblede produkter der behandling av personopplysninger er en viktig del av produktet, kan det i tillegg oppstå spørsmål etter markedsføringsloven. Brudd på personopplysningsloven vil også kunne legges vekt på ved vurdering av brudd på markedsføringsloven.

Et tilkoblet produkts behandling av personopplysninger kan være en så viktig del av produktet at du i tråd med markedsføringsloven § 7 og 8 må gi klar informasjon om behandlingen allerede i markedsføringen. Dette kan for eksempel gjelde dersom produktets behandling av personopplysninger ellers kan komme

overraskende på forbrukeren, eller hvis forretningsmodellen din helt eller delvis bygger på kommersiell bruk av forbrukerens personopplysninger.

3. SÆRLIGE KRAV TIL INFORMASJON FØR SELVE AVTALEINNGÅELEN

3.1 Forbrukeren skal få lovpålagte opplysninger før avtaleinngåelse

3.1.1 Alle salgskanaler

Det kan være vanskelig for forbrukerne å få oversikt over produktet og avtaleforholdet før de inngår avtale om å kjøpe et tilkoblet produkt. Når forbrukeren nærmer seg et kjøp, må han eller hun få detaljerte opplysninger om produktet og eventuelle tjenester de er i ferd med å kjøpe, før de inngår kjøpsavtale.

Du er pålagt å gi forbrukerne visse opplysninger uansett salgskanal og uansett hvilket salgssledd du representerer, men for fjernsalg (f.eks. e-handel) er det tilleggskrav. Hvis opplysningsplikten ikke er oppfylt kan det føre til at bindende avtale ikke er inngått, og at du ikke kan kreve betaling fra forbrukeren for eventuelle tjenester som blir levert.

Opplysningsplikten i angrerettloven § 8 gjelder for fjernsalg, og opplysningsplikten i avtaleloven § 38 b ved kjøp i faste forretningslokaler. Mer informasjon om angrerettloven finnes i [Forbrukerrådets veileder om angrerett](#).

3.1.2 Hvilke opplysninger?

Angrerettloven og avtaleloven krever at forbrukeren før et kjøp skal få en rekke opplysninger. Du må selv vurdere hvilken informasjon som er relevant og aktuelt for ditt produkt, og gi de lovpålagte opplysningene før det inngås kjøpsavtale.

For tilkoblede produkter er det enkelte opplysninger det særlig er aktuelt å gi utfyllende informasjon om:

- varens eller tjenestens viktigste egenskaper
- samlet pris
- avtalens varighet og eventuell minste bindingstid
- vilkårene for å si opp en løpende avtale
- funksjonaliteten for digitalt innhold, og det digitale innholdets evne til å virke sammen med maskinvare og programvare

Det første punktet på listen ovenfor innebærer at du må gi informasjon om hva produktet eller tjenesten kan brukes til, og om det er nødvendig med tilleggstjenester som abonnement eller en bestemt app for at produktet skal fungere som forventet. Videre må forbrukeren få informasjon om viktige begrensninger i bruken, som f.eks. eventuelle begrensninger i muligheten for å bytte abonnement eller tjenesteyter (interoperabilitet). Hvis produktets funksjonalitet er avhengig av at forbrukeren er kunde hos en bestemt tjenestetilbyder, vil dette som regel være en så vesentlig opplysning at forbrukerne må få denne informasjonen før kjøpet inngås. Se mer om adgang til å bytte tjenestetilbyder i punkt 4.2.2 nedenfor.

I tilknytning til det siste punktet i listen ovenfor må du gi informasjon dersom det er noe ved programvaren forbrukeren trenger å vite, for eksempel hvor lenge og til hvilken kostnad deres enheter vil motta oppdateringer og sikkerhetsstøtte, eller om det samles inn eller behandles personopplysninger utover det forbrukeren har grunn til å anta. Du må også gi informasjon om kompatibilitet med andre digitale og smarte produkter der det er aktuelt. Dette kan for eksempel være å gi tilgang til lister over kompatible enheter fra samme eller andre produsenter.

Det tilkoblede produktets behandling av personopplysninger kan også være en så viktig del av tjenesten at det også må gis klar og forståelig informasjon om dette før kjøpstidspunktet. Se mer om dette i punkt 2.5 ovenfor. Ved kjøp utenfor fast butikk, for eksempel på nett eller i app, må det også gis opplysninger om angrerett, jf. angrerettloven § 8.

3.2 Tilgang til fullstendige avtalevilkår

Forbrukeren skal ha tilgang til de fulle avtalevilkårene for produkt og eventuelle tjenester. Du må sørge for at fullstendige avtalevilkår er lett tilgjengelige for forbrukeren både når avtalen inngås og hvis forbrukeren vil lese dem senere. Forbrukeren skal også gis mulighet til å lagre avtalevilkårene.

Dette gjelder både ved elektronisk kjøp, der du typisk kan ha en link til vilkårene i et nedlastbart dokument, og i fysisk butikk, der forbrukeren må få med seg vilkårene på papir eller få elektronisk tilgang til dem.

4. AVTALEVILKÅR

4.1 Generelt om digitale avtalevilkår

Urimelige avtalevilkår kan forbys. Du bør sette deg inn i de generelle kravene til avtalevilkår som fremgår av [Forbrukertilsynets veiledning om avtalevilkår for digitale tjenester](#), og som gjelder for alle typer digitale tjenester og produkter. Veiledningen forklarer hva «urimelige avtalevilkår» i markedsføringsloven § 22 er, og gir generelle tips til hvordan du kan skrive avtalevilkår. Videre i dette dokumentet tar vi opp spesielle utfordringer som oppstår med avtalevilkår for tilkoblede forbrukerprodukter.

4.2 Spesielle utfordringer med vilkår for tilkoblede produkter

4.2.1 Flere aktører og flere sett med vilkår

En utfordring ved kjøp av tilkoblede produkter er at forbrukeren ofte kjøper et produkt før de har fått kjennskap til alle vilkårene knyttet til produktet. Forbrukeren må ofte forholde seg til flere aktører, og ofte har hver av disse sine egne avtalevilkår. Eksempelvis kan det være tilfeller der forbrukeren har både en kjøpsavtale for produktet, en abonnementsavtale med tjenestetilbyderen, og avtalevilkår for en app produktet styres fra.

Hvis forbrukeren får to eller flere sett med avtalevilkår å forholde seg til, kan det være vanskelig å få oversikt over de viktigste vilkårene. Dette gjelder også tilfeller der vilkårene viser til hverandre med kryssreferanser. Det kan være utfordrende å vite hvor eller til hvem forbrukeren kan henvende seg for kundestøtte til for eksempel å sette opp eller oppdatere produktet, og hvilke aktører som er ansvarlig for hvilke feil og mangler.

Du må sørge for at det fremgår tydelig hva vilkårene dine regulerer, og hvilke rettigheter og plikter forbrukeren har etter vilkårene. Det skal være enkelt for forbrukeren å få med seg de viktigste punktene og forstå forholdet mellom de forskjellige avtalene, dersom det er aktuelt. Dette kan for eksempel gjøres ved å lage en samlet oppsummering av nøkkelvilkår og kort informasjon om hvilke aktører som er ansvarlig for hva. En uoversiktlig regulering av partenes rettigheter og plikter kan lett komme i strid med markedsføringslovens § 22 om urimelige avtalevilkår.

4.2.2 Valgfri tjenestetilbyder (interoperabilitet)

For tilkoblede produkter oppstår noen ganger spørsmål om forbrukeren selv kan velge tjenestetilbyder, eller fritt bytte tjenestetilbyder etter en periode (interoperabilitet). Noen produkter vil bare virke, eller bare virke optimalt, med en bestemt tjenestetilbyder. Forbrukerne er da tvunget til å godta dennes vilkår og priser for at produktet de har kjøpt skal fungere som det skal. Dette gjør forbrukerne sårbare, ved at de i mindre grad kan benytte seg av muligheten til å bytte til bedre eller billigere tjenestetilbydere.

Forbrukertilsynet kan med utgangspunkt i markedsføringsloven § 22 vurdere om manglende interoperabilitet er et urimelig vilkår, og vil særlig legge vekt på hensynet til balanse mellom partene. Hvis dine grunner til manglende interoperabilitet ikke er gode nok, for eksempel at begrunnelsen kun er et ønske om langsiktig inntjening, vil det kunne være en innelåsende på en urimelig måte som skaper ubalanse til ulempe for forbrukerne. Slike vilkår kan forbys av Forbrukertilsynet.

4.2.3 Endringer i vilkår eller tjeneste

Siden tilkoblede produkter ofte er avhengig av en tjeneste for å fungere, vil endringer eller oppdateringer av tjenesten kunne påvirke bruken av produktet. Vilkår som åpner for endringer i produkt, abonnement eller andre tilleggstjenester til forbrukernes ugunst, for eksempel vide muligheter til at du kan avvikle eller slutte å oppdatere tjenester som er nødvendige for å bruke produktet, kan være urimelige etter markedsføringsloven § 22. Endringer som fører til at produktets reelle levetid er kortere enn forutsatt vil også kunne utgjøre en mangel, slik at forbrukeren kan rette krav mot deg etter forbrukerkjøpsloven.

5. ANDRE REGLER OG MYNDIGHETER DU MÅ FORHOLDE DEG TIL

5.1 Personvern - Datatilsynet

Tilkoblede forbrukerprodukter innebærer ofte behandling av personopplysninger. Det innebærer at du som næringsdrivende må oppfylle kravene etter personopplysningsloven og GDPR. Det er Datatilsynet som håndhever og fører tilsyn med dette regelverket. www.datatilsynet.no

5.2 Personvern, data- og produktsikkerhet - Nasjonal kommunikasjonsmyndighet (Nkom)

Nkom arbeider med personvern og datasikkerhet i tingenes internett, og fører tilsyn med at omsetning av radioutstyr oppfyller krav til blant annet frekvensbruk og elektrisk sikkerhet. www.nkom.no

5.3 Produktsikkerhet - Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap (DSB)

Produktene du som næringsdrivende tilbyr må være sikre i bruk. I Norge er det DSB som har ansvar for å ha oversikt over risiko og sårbarhet i samfunnet, blant annet innen produkter og forbrukersikkerhet. www.dsb.no