



FORBRUKERTILSYNET

Fjordkraft AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Sak nr: 20/2194-5

Saksbehandler: Balder Angel

Dir.tlf:

Dato:

10.12.2020

Markedsføring av strømvtales til innkjøpspris

Innledning

Forbrukertilsynet viser til svarbrev fra Fjordkraft AS (heretter: 'Fjordkraft') vedrørende markedsføring av strømvtales til innkjøpspris, datert 13.11.2020.

I brevet skriver Fjordkraft at de aktuelle avtalene angitt i Forbrukerrådets liste har hatt et ekstra priselement i tillegg til spotprisen, et påslag pr. kWh og et fastbeløp. Dere skriver at dette priselementet har blitt kommunisert overfor kundene ved at det i avtalevilkårene fremgår at «*med Innkjøpspris menes i denne avtalen: et timeveid gjennomsnitt av spotprisen fra strømbørsen Nordpool per måned med tilhørende innkjøpskostnader i området der strømmen leveres*» (vår utheving). Den samme informasjonen etterstrebes kommunisert gjennom øvrig kundekommunikasjon. Fjordkraft skriver også at bakgrunnen for at størrelsen på dette ekstra priselementet ikke har blitt kommunisert til kunden, er at størrelsen på innkjøpskostnadene varierer, og den derfor ikke kan forhåndsfastsettes.

Rettslig grunnlag

Markedsføringen av strømvtales der ikke alle priselementer og/eller størrelsen på disse fremkommer tydelig i markedsføringen, ved bestilling og i avtalevilkårene reiser etter Forbrukertilsynets syn spørsmål etter markedsføringsloven (mfl.) §§ 7 og 8, jf. § 6, samt § 10 og angrerettloven § 8.

Mfl. § 6 første ledd forbyr urimelig handelspraksis. Det følger av bestemmelsens fjerde ledd at en handelspraksis alltid er urimelig dersom den er villedende og i strid med mfl. §§ 7 eller 8.

Etter § 7 første ledd bokstav d vil en handelspraksis anses som villedende dersom den inneholder uriktige opplysninger eller på annen måte er egnet til å villedde forbrukerne med

hensyn til «prisen på ytelsen eller hvordan prisen beregnes, eller eksistensen av en prisfordel».

Mfl. § 8 regulerer villedende utelatelser eller presentasjon av opplysninger. Det følger av bestemmelsens første ledd at en handelspraksis er villedende dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukerne ut fra sammenhengen trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning.

Ved en oppfordring til kjøp, som i mfl. § 8 fjerde ledd er definert som «*en kommersiell kommunikasjon som angir ytelsens egenskaper og pris på en egnet måte for den anvendte kommersielle kommunikasjonen og dermed setter forbrukerne i stand til å foreta et kjøp*», stiller bestemmelsens tredje ledd krav til hvilke opplysninger markedsføringen skal inneholde. Dette er blant annet opplysninger om ytelsens hovedegenskaper og pris.

Ved vurderingen av om opplysninger er utelatt i strid med mfl. § 8, skal det tas i betraktning plass- eller tidsmessige begrensninger ved mediet som brukes til å formidle handelspraksisen, og eventuelle tiltak fra den næringsdrivende for å gjøre opplysningene tilgjengelige for forbrukerne på annen måte, jf. mfl. § 8 første ledd andre punktum.

Etter både § 7 andre ledd og § 8 andre ledd må praksisen, for å bli ansett som urimelig, dessuten være egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet.

Videre følger det av mfl. § 10 første ledd at den som i næringsvirksomhet selger varer, tjenester eller andre ytelser til forbrukere, «skal så langt det er praktisk mulig informere om prisene, slik at de lett kan ses av kundene».

Næringsdrivende er i angrl. § 8 første ledd pålagt en omfattende opplysningsplikt før en avtale inngås ved fjernsalg. Når en avtale som forplikter forbrukeren til å betale inngås elektronisk, for eksempel via en nettside eller mobil applikasjon, oppstiller angrl. § 16 første ledd krav i tillegg krav om at enkelte av opplysningene som er angitt i § 8 skal fremheves rett før bestilling.

Opplysningene som skal fremheves rett før bestilling følger av angrl. § 8 første ledd bokstav a, e og n:

- Varenes eller tjenestens viktigste egenskaper
Dersom avtalen innebærer et abonnement må det opplyses om dette.
- Samlet pris
Den samlede prisen for varen eller tjenesten medregnet avgifter skal som hovedregel opplyses. Dersom varens eller tjenestens art gjør at prisen ikke med rimelighet kan forhåndsregnes skal det opplyses om metoden for beregning av prisen, samt

eventuelle tilleggs kostnader. Dersom prisen på tilleggs kostnadene ikke med rimelighet kan forhånds beregnes, skal det opplyses at slike tilleggs kostnader kan forekomme.

For abonnementsavtaler som betales med et fast beløp skal den samlede prisen per avregningsperiode oppgis, samt hvor mye dette utgjør per måned.

- Avtalens varighet og eventuell minste bindingstid
Herunder må det opplyses om eventuelt bruddgebyr ved førtidig oppsigelse av abonnementet.
- Vilkårene for å si opp avtalen
Opplysning om eventuell oppsigelsestid og øvrige vilkår knyttet til oppsigelse av avtalen.

Loven krever at disse opplysningene gis *tydelig og i fremhevet form*, og det *umiddelbart før forbrukeren foretar sin bestilling*. I praksis innebærer dette at opplysningene skal stå på den nettsiden der forbrukeren bekrefter bestillingen av varen eller tjenesten. Opplysningene skal for det andre presenteres på en slik måte at forbrukeren lett kan se og lese dem uten å måtte foreta en aktiv handling, eksempelvis klikke for å åpne et nytt vindu eller scrolle nedover på siden.

For å oppfylle lovens krav, er det heller ikke nødvendigvis tilstrekkelig at opplysningene fremgår av samme side som der bestilling foretas. Utføres bestillingen ved å aktivere en knapp eller annen funksjon skal opplysningene fremgå så nært bestillingsknappen og med en slik tekststørrelse at forbrukeren ikke kan unngå å få med seg opplysningene.

Forbrukertilsynets vurdering

Forbrukertilsynets vurdering er at både eksistensen av ekstra priselementer utover spotpris, påslag per kWh og eventuelle fastbeløp, samt størrelsen på disse, etter de nevnte bestemmelsene må fremgå tydelig av både markedsføringen, ved bestilling og i avtalevilkårene til de aktuelle strømvitalene. Dersom det aktuelle priselementet er av en slik art at det ikke er mulig å forutsi størrelsen på forhånd, må priselementet likevel konkretiseres så langt mulig for at praksisen ikke skal anses som i strid med markedsføringsloven §§ 7 og 8, jf. § 6, samt § 10 og angrerettloven § 8.

En slik konkretisering kan bestå i at det gis et representativt anslag for størrelsen på priselementet, for eksempel basert på historiske data. En annen mulighet er at størrelsen på priselementet angis i et spenn, der forbrukeren har mulighet til å gjøre seg kjent med den faktiske størrelsen til ethvert tidspunkt. Dersom markedsføringen og informasjonen som gis ved bestilling ikke inneholder noen slik form for konkretisering av priselementet og dets størrelse, vil den aktuelle handelspraksisen være lovstridig.

Under henvisning til redegjørelsen over, ber vi om at dere endrer eller stanser markedsføringen av de aktuelle avtaletypene så snart som praktisk mulig, og **senest innen 6. januar**. Vi ber om svar i saken, med en bekreftelse på at markedsføringen er endret eller stanset, senest innen samme dato.

Dersom dere er uenig i vurderingene til Forbrukertilsynet, ber vi om at dere redegjør for dette innen samme frist.

Med vennlig hilsen
for Forbrukertilsynet

Balder Angel
juridisk rådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur