



FORBRUKERTILSYNET

Telia Norge AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 19/285-1

31.01.2019

Saksbehandler: Emil Vangen Solheim

Dir.tlf:

Markedsføring av "Telia X" - påstander om fri data

Forbrukertilsynet fører tilsyn med at næringsdrivendes avtalevilkår og markedsføring som rettes til forbrukere ikke er i strid med markedsføringsloven. Vi fører også tilsyn med at næringsdrivende overholder angrerettloven, finansavtaleloven og forbrukervernregler i en rekke andre lover. For mer informasjon, se Forbrukertilsynet.no.

1. Sakens bakgrunn og innledning

Forbrukertilsynet har gjennom markedsføring og media¹ blitt kjent med at Telia Norge AS (heretter «Telia») har lansert og innledet markedsføring av et nytt mobilabonnement ved navn «Telia X». Det aktuelle abonnementet markedsføres på Telias nettsider² med påstander om fri bruk av datatrafikk, herunder «fri bruk», «[s]urf og stream fritt på mobilen»³, «ubegrenset tilgang til en hel verden av underholdning»⁴ og «[f]or kr 579 per måned får du fri bruk av mobilen»⁵. Bruker man mer enn 40 GB per måned reduseres hastigheten til 3 Mbit/s.

Etter vårt syn reiser bruken av påstandene nevnt ovenfor, holdt opp mot abonnementsvilkårene, spørsmål etter markedsføringsloven § 7 jf. § 6 om villedende markedsføring.

2. Generelt om markedsføringsloven § 7 – forbud mot villedende markedsføring

Markedsføringsloven (mfl.) § 6 første ledd forbyr urimelig handelspraksis. Det følger av bestemmelsens fjerde ledd at en handelspraksis alltid er urimelig dersom den er

¹ Nettsak i Dagens Næringsliv, tilgjengelig på <https://www.dn.no/privat/2019/01/28/1627/Privatokonomi/selger-fri-databruk-med-begrensninger>, hentet 29. januar 2019, og nettsak på Tek.no, tilgjengelig på <https://www.tek.no/artikler/telia-lanserer-fri-data-abonnement-kalt-telia-x/456543>, hentet 30. januar 2019.

² <https://www.telia.no/telia-x/> og <https://www.telia.no/>, hentet 29. januar 2019

³ Skjerm bilde 3

⁴ Se fotnote 2

⁵ Se fotnote 3

villedende og i strid med mfl. § 7.

Mfl. § 7 regulerer villedende handlinger. En handelspraksis er villedende dersom den inneholder uriktige opplysninger og dermed er usannferdig eller på annen måte er egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til ett eller flere av elementene som er nevnt i bestemmelsens første ledd bokstav a) til h).

Av første ledd bokstav b) følger det at bestemmelsen omfatter uriktige, eller på annen måte villedende opplysninger vedrørende «ytelsens hovedegenskaper».

Forbrukertilsynet finner det klart at betingelsene for bruk av datatrafikk er et av de viktigste forholdene ved et mobilabonnement, og vil være av stor betydning når forbrukerne står overfor valget mellom ulike abonnement og leverandører å inngå avtale med.

Et mobilabonnements datavilkår omfattes dermed av «ytelsens hovedegenskaper». En uriktig eller på annen måte villedende fremstilling av disse vil således være omfattet av bestemmelsen i mfl. § 7.

2.1. Markedsføringen av «Telia X»

Forbrukertilsynet er kjent med at Telia markedsfører et mobilabonnement under navnet «Telia X». På Telias nettsider⁶ markedsføres abonnementet med en rekke påstander om at abonnementet gir abonnenten adgang til fri bruk av datatrafikk for en fast månedspris. Se ovenfor under punkt 1, hvor disse er gjengitt med videre henvisninger.

Etter hvert som flere og flere forbrukere tar i bruk smarttelefoner og derfor etterspør en stadig større mengde datatrafikk, er databingelsene i ferd med å bli den viktigste konkurranseparameteren i forbrukermarkedet for mobilabonnement. Etterspørselen etter abonnement med stor inkludert datamengde er økende, og abonnement som inkluderer en ubegrenset mengde data må antas å være av betydelig interesse hos forbrukerne.

Mobilabonnement som markedsføres på en måte som skaper et inntrykk hos forbrukerne om fri databruk, må derfor samsvare med dette inntrykket, for ikke å virke villedende og i strid med markedsføringslovens krav.

Forbrukertilsynets oppfatning er at markedsføring med bruk av slike påstander som sitert ovenfor bidrar til å skape et slikt inntrykk hos forbrukerne nettopp om at abonnementet kan brukes fritt. Dette inntrykket knytter seg for det første til den inkluderte mengden data i abonnementet: At for brukeren gis adgang til å benytte en ubegrenset mengde datatrafikk.

Markedsføringen av abonnementet skaper imidlertid ikke bare et inntrykk hos forbrukerne om fravær av kvantitative begrensninger, men at det også er fravær av faktiske begrensninger

⁶ Se fotnote 2

på brukens art. Dette kan for eksempel være avtalevilkår som legger restriksjoner på hva den inkluderte datatrafikken kan brukes til, når den kan brukes eller overføringshastighet.

Dersom det legges slike faktiske begrensninger på forbrukerens muligheter for databruk, vil dette lett kunne gripe inn i inntrykket skapt hos forbrukerne om reell fri bruk, og dermed oppfattes som villedende etter mfl. § 7.

2.2. De særlige vilkårene for «Telia X» - hastighetsbegrensning

Forbrukertilsynet er kjent med at Telia i abonnementsvilkårene⁷ for «Telia X» har inntatt en bestemmelse om hastighetsbegrensning etter at en viss kvote datatrafikk er forbrukt. Begrensningen er også nevnt på abonnementsssidene.⁸ Vilkåret innebærer at abonnenten kan benytte inntil 40 GB data per faktureringsperiode, med full hastighet. Forbrukerens opplevde datahastighet vil da bare være begrenset av alminnelige forhold⁹ som dekningsforhold, signalstyrke, avstand til basestasjon, antall abonnenter per basestasjon, samt tid på døgnet. Når den inkluderte kvoten er brukt opp, vil maksimal oppnåelig hastighet for abonnenten begrenses til 3 megabit per sekund, uavhengig av forholdene nevnt ovenfor.

Som nevnt ovenfor under punkt 2.1 må det antas å være økende etterspørsel i forbrukermarkedet etter abonnement høy inkludert datamengde. Flere forbrukere ønsker å periodevis ha muligheten til å kunne benytte seg av større datamengder over mobilnett. For eksempel vil strømming av videoinnhold i HD-kvalitet enkelt kunne forbruke mer enn 3 GB per time. Også strømming av musikk, videosamtaler, opplasting av video- og bildeinnhold til sosiale medier, data- og mobilspill, filoverføringer, skytjenester og lignende, vil kunne medføre et høyt dataforbruk. Forbrukere som i stor grad ønsker å benytte seg av slike tjenester, vil dermed ofte oppleve at abonnementer med kvantitative begrensninger ikke i tilstrekkelig grad imøteser deres behov, fordi den inkluderte kvoten raskt brukes opp. På bakgrunn av dette må det antas at abonnementet «Telia X», som følge av markedsføringen med «fri bruk»-påstandene nevnt ovenfor, vil appellere sterkt til denne gruppen av forbrukere.

Et felles element for de typer av tjenester som er nevnt ovenfor, utover at de medfører et høyt kvantitativt dataforbruk, er at de imidlertid også stiller visse krav til hastigheten på internettilkoblingen de formidles over. For eksempel vil anbefalt hastighet for strømming av videoinnhold i HD-kvalitet¹⁰ være minimum 5 megabit per sekund, om lyd og bilde kvalitet skal være tilfredsstillende. Også en rekke data- og mobilspill stiller store krav til datahastighet for å fungere optimalt.

⁷ Tilleggsvilkår for «Telia X», vilkårene s. 7. Tilgjengelig på https://www.telia.no/globalassets/pdf/abonnementsvilkar_privat.pdf, hentet 29. januar 2019.

⁸ <https://www.telia.no/telia-x/>, hentet 30. januar 2019. Se også vedlagte skjermbilde.

⁹ Se abonnementsvilkårene punkt 15.1

¹⁰ Video med oppløsning >720p

Etter det vi er kjent med vil nedlastning av en datafil på 1 GB anslagsvis ta 43 minutter ved en tilkoblingshastighet på 3 Mbit/s, mot noe over 5 minutter ved en hastighet på 24 Mbit/s. På samme tiden det vil ta å laste opp filer til internett påvirkes.

Hastighetseksemplene ovenfor illustrerer, at for mange forbrukere, vil deres opplevelse av å ha et abonnement med «fri data» ikke bare bero på adgangen til å bruke et ubegrenset kvantum, men også å ha tilstrekkelig høy hastighet til at det er mulig å benytte de tjenestene som var motiverende for deres beslutning om å inngå avtale om «Telia X». En hastighet på 3 Mbit/s, som fastsatt i vilkåret om hastighetsbegrensning, vil i overhengende grad være utilstrekkelig for disse tjenestene.

Forbrukertilsynet merker seg videre at Telia, som ledd i markedsføringen av abonnementet, har publisert en video¹¹ ment å illustrere forskjellene i opplevd hastighet under «fri fart» og under begrensningen på 3 Mbit/s. Videoen viser bruk av internett og apper på to ulike smarttelefoner, henholdsvis med og uten hastighetsbegrensning. Imidlertid er eksemplene i videoen begrenset til tjenester som stiller beskjedne krav til datahastighet, og som dermed i liten grad vil påvirkes av begrensningen i «Telia X». Videoen gir således ikke et fullstendig bilde av hvordan denne vil oppleves hos forbrukerne.

Forbrukere som i stor grad benytter seg av strømmetjenester i HD-kvalitet, og som derfor raskt vil bruke opp «kvoten» på 40 GB, vil dermed kunne oppleve at slik strømming ikke lenger er mulig etter at denne mengden er brukt opp. Disse forbrukerne vil da neppe oppleve «Telia X» som et abonnement med «fri data».

2.3. Vilkares forhold til mfl. § 7 – oppsummering

På bakgrunn av forholdene nevnt under punkt 2.1-2.2, er det Forbrukertilsynets oppfatning at Telia gjennom sine avtalevilkår for «Telia X» legger faktiske begrensninger på forbrukernes muligheter til å bruke data.

Vilkåret om hastighetsbegrensning etter oppbrukt «kvote» innebærer, som nevnt, at forbrukerne ikke vil kunne nyttiggjøre seg abonnementet til å bruke datakrevende tjenester som forutsatt. Dette samtidig som forbrukere gjennom markedsføringen på Telias nettsider forespeiles fri bruk, både med hensyn til mengde og art.

Forbrukertilsynet konkluderer på denne bakgrunn med at markedsføringen av abonnementet er en villedende handelspraksis i strid med mfl. § 7 første ledd.

Inntrykket markedsføringen gir, om at det gir adgang til reell fri bruk av data, må antas å ha avgjørende betydning for at forbrukerne velger å inngå avtale om det aktuelle abonnementet. Handelspraksisen vil dermed etter vårt syn også være egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, jf. § 7 annet ledd.

¹¹ Tilgjengelig på <https://youtu.be/leDjyL3Mlik>, hentet 29. januar 2019

Den aktuelle markedsføringen er derfor en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 fjerde ledd jf. første ledd.

Som det fremgår av redegjørelsen over, legger Forbrukertilsynet til grunn at markedsføringsloven § 7 er overtrådt i denne saken.

Vi ber derfor om at dere endrer eller stanser markedsføringen **så snart som praktisk mulig, og senest innen torsdag 14. februar 2019.**

Vi ber om svar i saken, med en bekreftelse på at markedsføringen er endret eller stanset, senest innen samme dato.

Dersom dere mener det ikke har skjedd brudd på loven slik Forbrukertilsynet har lagt til grunn eller er uenig i Forbrukertilsynets juridiske vurdering, ber vi om at dere redegjør for begrunnelsen for dette innen samme frist.

Vi gjør dere oppmerksom på at ved brudd på markedsføringsloven, angrerettloven, finansavtaleloven eller annen lovgivning som Forbrukertilsynet håndhever, kan det fattes vedtak om forbud, påbud, tvangsmulkt og i visse tilfeller overtredelsesgebyr, jf. mfl. §§ 39 – 43.

Med vennlig hilsen
for Forbrukertilsynet

Bente Øverli
nestleder

Vedlegg: skjermbilder av markedsføring på Telias nettsider
utskrift av nettsak fra Dagens Næringsliv
utskrift av nettsak fra Tek.no