

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 22/2911-1

23.03.2022

Saksbehandler: Victoria Skorgevik

Dir.tlf: 98906215

Orienteringsbrev - markedsføring av billetter med "gebyrfri endring" og lignende rettigheter

1 BAKGRUNN

Forbrukertilsynet fører tilsyn med at næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår er i samsvar med markedsføringsloven. For mer informasjon, se www.forbrukertilsynet.no.

De siste årene har Forbrukertilsynet særlig prioritert tilsyn med saker relatert til covid-19. Vi har i det siste observert en betydelig økning i markedsføringen av gebyrfri endring på reiser/bookinger som følge av usikkerheten pandemien har ført med seg.

Ved markedsføring av slike tilbud skal vilkårene og eventuelle begrensninger i tilbudet fremgå tydelig, slik at forbrukerne ikke blir villedet.

Vi har imidlertid fått klager på, og har selv observert, at vilkårene for å endre billetter ofte ikke fremgår, eller ikke fremgår tydelig, av markedsføringen av gebyrfri endring på selskapenes nettsider og i annen markedsføring. Dette gjør at mange forbrukere kan bli villedet når de vurderer å bestille ulike typer billetter.

Forbrukertilsynet sender derfor ut dette orienteringsbrevet, slik at aktørene som mottar brevet kan ta en gjennomgang av sin markedsføring for å sikre at denne er i samsvar med kravene i markedsføringsloven.

Dere mottar dette orienteringsbrevet fordi vi har registrert at dere har aktive markedsføringskampanjer om gebyrfri endring av billetter. Orienteringsbrevet er sendt til aktørene listet opp i [vedlegg 1](#).

I tillegg til informasjonen som fremgår av dette brevet, viser vi til vår nettmelding fra 2021 angående markedsføring av gebyrfri reise: <https://www.forbrukertilsynet.no/ma-gi-informasjon-om-rettar-ved-kansellering-avbestilling-og-endring-av-reiser>

Vi gjør oppmerksom på at vi ved senere tilsyn vil legge vekt på at dere har mottatt denne orienteringen. Ved brudd på markedsføringsloven kan Forbrukertilsynet fatte vedtak om økonomiske sanksjoner, i form av tvangsmulkt eller overtredelsesgebyr. At dere har mottatt veiledning gjennom dette brevet vil være av betydning for eventuell senere bruk av sanksjoner.

2 FORBUDET MOT VILLEDENDE MARKEDSFØRING

Markedsføringsloven § 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.

Markedsføringsloven § 7 regulerer villedende *handlinger*. Markedsføring er villedende dersom den inneholder *uriktige opplysninger* og dermed er usann. Markedsføring er også villedende dersom opplysningene som gis i og for seg er riktige, men hvor forbruker likevel kan bli villedet med tanke på blant annet hovedegenskapene ved tilbudet som gis.

Markedsføringsloven § 8 regulerer villedende *utelatelser* og villedende presentasjon av opplysninger. Markedsføring 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. Markedsføringen kan også være villedende om den presenterer opplysningene på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte.

Dersom informasjon om ytelsens hovedegenskaper ikke fremgår, vil dette i utgangspunktet være villedende og forbudt markedsføring.

3 HVA DERE SPESIELT BØR PASSE PÅ VED MARKEDSFØRING AV «GEBYRFRI ENDRING» OG LIGNENDE RETTIGHETER

Forbrukertilsynet vurderer at tidsfrister for endringer og andre vesentlige begrensninger i tilbud om «gebyrfri endring» og lignende er vesentlig informasjon for forbrukerne, som i utgangspunktet må inkluderes i *all markedsføring* av slike tilbud.

Ved vurderingen av markedsføring av «gebyrfri endring» og lignende tilbud er i tråd med regelverket, vil det avgjørende momentet være hvorvidt vilkår og begrensninger i tilbudet kommer klart og tydelig frem slik at forbrukere ikke går glipp av informasjonen.

I denne sammenheng ber vi dere særlig være oppmerksom på følgende:

- a) Spesifikke tidsbegrensninger for å benytte seg av gebyrfri endring må fremgå i all markedsføring. Dersom det opereres med forskjellige frister for forskjellige bookingklasser / billettyper, må også dette fremgå klart av markedsføringen.
- b) Det kan være i strid med loven dersom opplysningene om vilkår og begrensninger er plassert på en slik måte at de skjules av annen informasjon, eller dersom forbrukerne må scrolle for å finne dem.
- c) Blant mottakerne av dette brevet har vi blant annet observert bruk av denne formuleringen: «Endre så mange ganger du vil. Helt uten gebyrer». Bruken av slike påstander uten samtidig informasjon om gjeldende tidsfrister og andre begrensninger i tilbudet, når slike vilkår faktisk gjelder, vil være i strid med loven.
- d) Plassering av opplysningene om vilkår og begrensninger i tilbudet «ett klikk unna» vil også kunne være problematisk etter markedsføringsloven.

I *enkelte tilfeller* vil for eksempel en stjernehenvisning eller annen henvisning til informasjon «ett klikk unna» *kunne* være tilstrekkelig. Om dette er tilstrekkelig, vil både avhenge av hvor vesentlige begrensningene i tilbudet er, og av en konkret vurdering av helhetsinntrykket markedsføringen gir og eventuelle plassbegrensninger i mediet som er brukt.

Dersom man først benytter seg av stjernehenvisning eller lenke til informasjon «ett klikk unna» er det uansett viktig at det fremgår klart for forbruker at det er vilkår eller begrensninger i tilbudet som faktisk følger av henvisningen. Kun slik vil forbrukeren få en tilstrekkelig oppfordring til å sette seg inn i den aktuelle informasjonen.

Forbrukertilsynet har også registrert at enkelte benytter seg av stjernehenvisninger til mer informasjon, men hvor informasjonen ikke fremkommer klart på siden man henviser til. Alle vilkår og begrensninger må selvsagt fremgå klart av siden/plasseringen på siden man eventuelt viser til.

Dersom opplysningene om vilkår og begrensninger utelates eller presenteres på en uhensiktsmessig måte som gjør at forbrukerne lett kan gå glipp av disse, vil markedsføringen i utgangspunktet være villedende og i strid med markedsføringsloven.

4 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

Forbrukertilsynet forventer at samtlige aktører som mottar dette brevet **senest 20. april 2022** har sørget for å gjennomgå sin markedsføring av «gebyrfri endring» og lignende tilbud til forbrukere for å sikre at markedsføringen er i samsvar med lovens krav.

Forbrukertilsynet vil ved behov i etterkant av denne fristen kontrollere og følge opp eventuelle lovbrudd.

Forbrukertilsynet **ber om bekreftelse senest 30. mars 2022** på at dere har mottatt og lest brevet. Bekreftelse kan sendes til vs@forbrukertilsynet.no

Ved eventuelle spørsmål ber vi dere ta kontakt med saksbehandler Victoria Skorgevik på samme e-post.

Med hilsen

Bente Øverli
avdelingsdirektør

Tonje Drevland
seksjonssjef

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur