



FORBRUKERTILSYNET

Ice Norge AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 19/1998-1

10.10.2019

Saksbehandler: Marie Linga Slåke

Dir.tlf: 907 79 261

Villedende markedsføring av MobilBytte fra ice

Forbrukertilsynet fører tilsyn med at de næringsdrivendes markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold er i samsvar med markedsføringsloven (mfl).

Vi er kjent med at dere har lansert et nytt mobilprodukt kalt «MobilBytte». Dette innebærer at man kan kjøpe mobiltelefoner som betales gjennom nedbetalingsavtaler over 30 måneder. Etter 18 måneder kan man velge å bytte mobilen inn i en ny telefon, mot at man inngår en ny nedbetalingsavtale på 30 nye måneder. Etter hva vi forstår er det ikke bindingstid på selve abonnementet, men man må inngå en abonnementsavtale på kjøpstidspunktet, samt at man må være kunde på byttetidspunktet. Utover dette står forbrukerne fritt til å bytte mobiloperatør.

Markedsføringen av MobilBytte fra ice reiser spørsmål etter markedsføringsloven og øvrig lovverk. Vi vil redegjøre for dette i det følgende. Vi bemerker for ordens skyld at de samme prinsipper vil gjelde tilsvarende for all markedsføring av MobilBytte i alle kanaler og på alle flater.

1. Bruk av begreper som «billigst» «markedets laveste månedspris» og «mest for pengene» - mfl. §§ 6 og 7

Det følger av nettsiden deres at ice MobilBytte har «markedets laveste månedspris» og «med MobilBytte og abonnement fra ice får du mest for pengene» (vedlegg 1 og 2). Vi ser også at dere i en artikkel på ice sine nettsider skriver: «Derfor er MobilBytte billigst» (vedlegg 3).

Markedsføringen reiser spørsmål etter mfl. § 7 første ledd bokstav d som inneholder forbud mot markedsføring som er egnet til å villedede forbrukerne med hensyn til blant annet prisen på ytelsen eller eksistensen av en prisfordel.

Vurderingen av om markedsføring er villedende etter mfl. § 7 vil ta utgangspunkt i *helhetsinntrykket* mottakeren sitter igjen med. Påstander som er faktisk korrekte kan dermed tenkes å være villedende ut fra sammenhengen de er presentert i.

Ved å fremheve at ice MobilBytte har «markedets laveste månedspris» skapes det et inntrykk av at avtalen i sin helhet er økonomisk gunstig sammenlignet med konkurrentene. Det er vår vurdering at påstandene er egnet til å få forbrukeren til å tro at avtalen er den rimeligste avtalen på markedet.

MobilBytte har isolert sett en lavere månedspris enn tilsvarende produkter, men forbrukeren blir bundet til avtalen 6 måneder lengre enn ved tilsvarende avtaler hos konkurrentene. Avtaleperioden er 30 måneder. Forbrukeren kan velge å bytte inn mobiltelefonen etter 18 måneder, men blir da også bundet til en ny avtaleperiode på 30 måneder. For å komme seg ut av avtalen, må forbrukeren betale ned mobilen over 30 måneder, eller betale det gjenstående beløpet på mobilens totalpris.

Vi har sammenlignet et kjøp av Samsung Galaxy S10 med MobilBytte fra ice, og SWAP fra Telenor. For SWAP vil avtalen innebære at forbrukeren er bundet i 24 mnd og betaler totalt kr. 11 016 for mobilen (vedlegg 4), for MobilBytte vil avtalen innebære at forbrukeren er bundet i 30 måneder og betaler totalt kr. 11 670 for den samme mobilen (vedlegg 5). Tilsvarende er prisen med Svitsj fra Telia kr. 11 016 (vedlegg 6) Eksempelet viser at avtalen med MobilBytte faktisk er dyrest av de tre avtalene på markedet.

Vi reagerer også på priseksempellet dere viser til på deres nettside, hvor dere påstår at MobilBytte fra ice er billigst (vedlegg 5, 7 og 8). I eksempelet sammenligner dere priser for ice, Telia og Telenor uten å vise til totalpris som nevnt over. En nedbetalingsavtale på 30 måneder er en vesentlig forpliktelse for forbrukerne. Vår vurdering er at dette undergraver avtalens forpliktelser. Tiden fram til et eventuelt bytte er bare en del av avtalen. Å fokusere på månedsprisen når avtalen i sin helhet er dyrere enn andre alternativer er egnet til å overskygge den helhetlige forpliktelsen som avtalen innebærer, og villedede forbrukerne med hensyn til avtalens kostnader.

I tillegg er opplysningen om markedets laveste månedspris gitt med stor oppmerksomhetverdi i markedsføringen av MobilBytte. På denne måten underkommuniseres forpliktelsene ved avtalen og kan derfor villedede forbrukere til å inngå avtaler uten fullstendig informasjon om avtalens innhold. At påstanden etterlater et villedende inntrykk, forsterkes også ved at dere bruker begreper som «mest for pengene» (vedlegg 2).

Etter Forbrukertilsynets syn er praksisen egnet til å villede forbrukerne med hensyn til prisen på avtalen. Den er også egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, og er dermed ulovlig og forbudt jf. § 7 andre ledd, jf. § 6 fjerde ledd jf. første ledd.

Vi ber dere snarest fjerne eller endre villedende påstander om at MobilBytte har «markedets laveste månedspris», er «billigst» og at avtalen gir forbrukeren «mest for pengene», fra egne nettsider og avstå fra å benytte slike påstander i markedsføring fremover.

2. Bruk av begrepet «kostnadsfritt» - mfl. § § 6 og 7

Vi har også merket oss at dere bruker markedsføringspåstander om at «Etter 18 måneder kan du bytte til ny mobiltelefon kostnadsfritt» (vedlegg 9).

Markedsføringen reiser spørsmål etter mfl. § 7 første ledd bokstav b som inneholder forbud mot markedsføring som er egnet til å villedede forbrukerne med hensyn til blant annet ytelsens hovedegenskaper.

Selv om nedbetalingsavtalen har den innbygde fordelten at man kan bytte mobilen etter 18 måneder, er det ikke uten kostnader for forbrukeren å bytte inn mobilen. Innbytte av mobil innebærer at forbrukeren må inngå en ny avtale på 30 måneder, og dermed inngå en ny betalingsforpliktelse. En ny avtale innebærer også at den samlede betalingsforpliktelsen er større enn ved et eventuelt kontantkjøp, og ved inngåelsen av en enkelt MobilBytte-avtaleperiode, og man kan ikke i dag vite hvilken kostnad eller månedspris forbrukeren vil måtte betale i den nye avtalen.

Vår vurdering er derfor at påstanden om at man kan bytte mobilen etter 18 måneder uten ekstra kostnad er egnet til å villedede forbrukerne med hensyn til ytelsens hovedegenskaper, jf. mfl § 7 bokstav b.

Etter vårt syn er praksisen egnet å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, og er dermed ulovlig og forbudt jf. § 7 andre ledd, jf. § 6 fjerde ledd jf. første ledd.

Vi ber dere snarest fjerne eller endre uriktige og villedende påstander om avtalens kostnad fra egne nettsider og avstå fra å benytte slike påstander i markedsføring fremover.

Vi vil også bemerke at markedsføring som kommuniserer innbyttedelen av avtalen alltid må følges av informasjon om at innbytte krever at man inngår en ny 30 måneders nedbetalingsavtale. Når denne fordelten forutsetter at man inngår en ny avtale på 30 måneder og leverer inn mobilen, innebærer konseptet at kunden - for å kunne benytte seg av denne fordelten - i realiteten også forplikter seg 48 måneder, og altså 4 år, fram i tid. For mange forbrukere vil den framhevede fordelten som innbytte utgjør, kunne overskygge forståelsen av denne forpliktelsen.

Hele grunnlaget for avtalekonseptet er at man kan bytte inn nåværende telefon mot å inngå ny avtale med 30 nye måneder nedbetalingstid. Det er derfor svært viktig at dette ikke underkommuniseres i markedsføringen.

3. Bruk av påstander som «rentefri finansiering» og «ingen renter og gebyrer» - mfl. §§ 6 og 7

Vi har også merket oss at ice benytter seg av påstander om at MobilBytte innebærer en «rentefri finansiering», og at det er «ingen renter og gebyrer» knyttet til avtalen (vedlegg 10 og 11).

En påstand om at produktet nedbetales rentefritt, vil av forbrukere oppfattes som en påstand om at det ikke er kostnader tilknyttet avbetalingsavtalen, og at det dermed ikke er prisforskjeller sammenliknet med kontantkjøp. Som beskrevet ovenfor er dette ikke tilfelle, ettersom MobilBytte-avtalen er dyrere enn kontantkjøp.

Etter Forbrukertilsynets syn er praksisen egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til prisen på avtalen. Den er også egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, og er dermed ulovlig og forbudt jf. § 7 andre ledd, jf. § 6 fjerde ledd jf. første ledd.

Vi ber dere snarest endre eller fjerne uriktige og villedende påstander om avtalens kostnad fra egne nettsider og avstå fra å benytte slike påstander i markedsføringen fremover.

4. Påstand om at «Kun ice har skjerm og skadeforsikring inkludert!» - mfl. §§ 6 og 7

I en kampanje på Facebook markedsfører dere MobilBytte fra ice med påstander om at «Kun ice har skjerm og skadeforsikring inkludert!» (vedlegg 12). Dette er også nevnt i pressemeldingen av MobilBytte (vedlegg 10).

Markedsføringen reiser spørsmål etter mfl. § 7 første ledd bokstav b som inneholder forbud mot markedsføring som er egnet til å villedede forbrukerne med hensyn til blant annet ytelsens hovedegenskaper.

Dere viser til at det kun er ice som tilbyr *både* skjermforsikring og skadeforsikring inkludert i avtalen. Ut fra vår kunnskap tilbyr både Telia og Telenor forsikringsordninger for henholdsvis Svitsj og SWAP, med skjermforsikring inkludert i prisen. Slik påstanden om forsikring er formulert i deres markedsføring fremstår det imidlertid som at ice er den eneste operatøren som tilbyr slike forsikringer.

Etter vårt syn er praksisen egnet til å villedde forbrukerne med hensyn til ytelsens hovedegenskaper. Den er også egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk

beslutning de ellers ikke ville ha truffet, og er dermed ulovlig og forbudt jf. § 7 andre ledd, jf. § 6 fjerde ledd jf. første ledd.

Vi ber dere snarest endre eller fjerne uriktige og villedende påstander om avtalens forsikringsordninger og avstå fra å benytte slike påstander i markedsføring fremover.

5. Øvrige opplysninger om abonnementet

Over har vi redegjort for hvilke deler av markedsføringen vi mener er nødvendig at dere endrer eller fjerner. I det følgende vil vi gjøre dere oppmerksom på andre problemstillinger slike nedbetalingsavtaler reiser. Dette er informasjon dere må ta i betraktning når dere markedsfører MobilBytte fra ice.

Det må gis god informasjon om at avtalen medfører at kunden må ha et ice-abonnement ved nytegning av MobilBytte og ved innbytte til ny telefon. Det må også gis informasjon om at forbrukeren ikke behøver å ha et ice-abonnement ellers i avtalen. Tegning av abonnement hos ice er etter vårt syn en vesentlig del av avtalens innhold som forbrukeren behøver tydelig informasjon om for å kunne danne seg et fullstendig bilde av avtalens innhold og omfang.

Det er også viktig at avtalen ikke markedsføres slik at forbrukere oppfatter at prisen inkluderer abonnementskostnader, når dette ikke er tilfelle. Det må derfor framgå klart og tydelig at totalprisen ikke er inkludert abonnement

I tillegg er det også viktig at det opplyses om at abonnementet er uten bindingstid – tilsvarende vil også gjelde i all øvrig markedsføring der det fremgår at tegning av avtalen forutsetter abonnement hos ice. Vi bemerker at det ikke er tilstrekkelig at informasjonen finnes ett klikk unna.

Vi ber dere ta dette i betraktning ved all framtidig markedsføring av MobilBytte og bemerker at ufullstendig opplysninger som nevnt over i dette punktet, vil kunne reise spørsmål etter flere av markedsføringslovens bestemmelser.

6. Markedsføring og inngåelse av kredittavtale

Forbrukertilsynet var i dialog med Telia og Telenor da de lanserte produktene Svitsj og SWAP. I begge sakene uttalte vi at slike konsepter i realiteten er kredittavtaler underlagt reguleringen i finansavtaleloven kapittel tre. Vi gikk imidlertid ikke videre med dette siden markedsføringen av konseptene ble innrettet slik at forbrukeren fikk god informasjon om produktet.

Vi vil benytte anledningen til å informere dere om vår vurdering av «MobilBytte» med bakgrunn i finansavtaleloven.

Det såkalte lovstridsprinsippet innebærer at markedsføring som strider mot ufravikelig spesiallovgivning som gjelder forbrukerbeskyttelse, for eksempel finansavtaleloven kapittel 3, også vil kunne anses som brudd på markedsføringsloven § 6.

Etter finansavtaleloven § 44a bokstav a er en kredittavtale «en avtale der en kredittgiver gir en kredittkunde kreditt i form av betalingsutsettelse». En avtale om å nedbetale en vare over tid faller derfor i utgangspunktet inn under reguleringen av kredittavtaler i finansavtaleloven kapittel tre, jf. § 44 første ledd. Det følger av § 44 andre ledd bokstav a at en kreditt som gis «rente og kostnadsfritt» ikke reguleres av bestemmelsene i kapittel tre.

Forbrukertilsynet har sammenliknet kontantkjøpsprisen med prisen for MobilBytte for to av modellene i ice nettbutikk. For Iphone Xs var det en prisforskjell på kr. 3 680 for kontaktkjøp og kjøp med MobilBytte. Kredittavtalen har derfor en kostnad på kr. 3 680 ved avbetalingskjøp av den aktuelle telefonmodellen (vedlegg 13). For modellen Samsung Galaxy S10 var differansen på kr. 2 180. Kredittavtalen har følgelig en kostnad på kr. 2 180 ved avbetalingskjøp av den aktuelle telefonmodellen (vedlegg 14).

Etter dette kan kredittavtalen ikke sies å gis «rentefritt», og den faller dermed utenfor en naturlig forståelse av ordlyden i § 44 andre ledd bokstav a. Det følger av forarbeidene i Prop.65L (2009-2010) at «[d]ette kriteriet må ut fra forbrukerhensyn tolkes strengt».

Ut ifra de tilgjengelige opplysningene, er det vår vurdering at MobilBytte-avtalen er en kredittavtale som er underlagt reguleringen i finansavtaleloven kapittel tre. Dette innebærer blant annet at all markedsføring som utgangspunkt må oppfylle den lovpålagte opplysningsplikten i finansavtaleloven § 46, at kredittavtalen må undertegnes av forbruker, jf. § 48 første ledd, og at en rekke formkrav til innholdet i kredittavtalen gjør seg gjeldende.

Reglene i finansavtalelovens kapittel 3 skal blant annet sikre at forbrukere kan sammenligne kostnader ved ulike kredittavtaler gjennom å sammenligne effektiv rente, samt at kravet om signering av avtalen skal bidra til å sikre at forbrukeren forstår omfanget av avtalen. Slik vi forstår MobilBytte-avtalen er det gode grunner til å ivareta nettopp disse hensynene.

I dialogen vår med Telenor kom vi fram til at det ikke var tilstrekkelige forbrukerhensyn som tilsa at vi gikk videre med denne delen av saken, ettersom markedsføringen av SWAP-avtalen ble innrettet slik at forbrukeren ikke ble villedet, men fikk god informasjon om produktet.

Forbrukertilsynet legger dette til grunn også overfor dere, og har med dette utgangspunktet gjennomgått markedsføringen av MobilBytte som har vært tilgjengelig for tilsynet.

Vi gjør oppmerksom på at vi fortløpende vurderer hvorvidt det er behov for å gå videre med den delen av saken som gjelder spørsmål etter finansavtaleloven, og dersom vi ser problemer med dette i praksis, vil vi komme tilbake til det på et senere tidspunkt.

7. Avslutning

Forutsatt at de faktiske forholdene vi har beskrevet er korrekte, legger Forbrukertilsynet til grunn at markedsføringsloven er overtrådt i denne saken. Vi ber derfor om at dere endrer eller stanser markedsføringen så snart som praktisk mulig, og senest innen **31. oktober 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 eller at de faktiske forholdene ikke er slik Forbrukertilsynet har lagt til grunn, ber vi om at dere redegjør for dette innen samme frist.

Med vennlig hilsen
for Forbrukertilsynet

Marie Linga Slåke
juridisk rådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur

Vedlegg:

Skjermbilder av markedsføringen av MobilBytte fra ice