

Advokatfirmaet Selmer AS

Dokumentet blir iht, samtykke kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 21/9252-25

02.05.2022

Saksbehandler: Balder Angel

Dir.tlf: 96945846

Vedtak om overtredelsesgebyr for medvirkning til villedende markedsføring

1 INNLEDNING

1.1 Vedtak om overtredelsesgebyr

Forbrukertilsynet fatter herved vedtak om overtredelsesgebyr på kr 200 000 mot Finn Erik Gaarder Arctander. Størrelsen på overtredelsesgebyret er altså økt i forhold til varslet størrelse, fra kr 100 000 til kr 200 000.

Overtredelsesgebyret er en sanksjon som ilegges for lovbrudd som Arctander, i kraft av sine roller som daglig leder og styreleder i Agva Kraft AS, allerede har begått. Lovbruddene består i at Arctander har medvirket til at Agva Kraft AS har benyttet villedende billigspåstander i sin markedsføring, i strid med markedsføringsloven (mfl.) § 6, jf. § 7.

Vedtaket om overtredelsesgebyr er fattet med hjemmel i mfl. § 42, jf. § 39.

1.2 Samtidig vedtak mot Agva Kraft AS

Forbrukertilsynet har, samtidig med dette vedtaket, fattet vedtak mot Agva Kraft AS, org.nr. 914 902 371 (**Agva**). Etersom vedtaket mot Arctander har sin bakgrunn i hans medvirkning til de lovbrudd som ligger til grunn for vedtaket mot Agva, er vedtaket mot Agva av samme dato vedlagt.

Bilag 1 Vedtak av 02.05.2022 rettet mot Agva Kraft AS

1.3 Videre fremstilling

Vi vil i dette vedtaket hovedsakelig redegjøre for de sider av saken som kun er relevant i relasjon til Arctanders medvirkning til villedende markedsføring. For de redegjørelser og vurderinger som ellers ligger til grunn i saken, viser vi til redegjørelsene og vurderingene i Forbrukertilsynets vedtak mot Agva, som vil gjelde tilsvarende for vedtaket mot Arctander.

Vi har inntatt en kortfattet oppsummering av sakens bakgrunn i punkt 2. I punkt 3 har vi redegjort for Arctanders roller i selskapet. I punkt 4 - 6 har vi redegjort for de ulike rettslige sidene i saken og våre vurderinger.

Forbrukertilsynets vedtak mot Arctander er inntatt i punkt 7. I punkt 8 informerer vi om Arctanders rett til å klage på vedtaket.

2 SAKENS BAKGRUNN

Arctander er styreleder og daglig leder i Agva. Saken gjelder Arctanders medvirkning til Agvas markedsføring med bruk av billigstpåstander uten at Agva har kunnet fremlegge dokumentasjon som sannsynliggjør at disse påstandene er sanne.

Ved markedsføring med bruk av billigstpåstander er det viktig for forbrukerne at påstandene er sanne. Dersom næringsdrivende markedsfører seg som billigst uten faktisk å være det, kan forbrukere risikere å ta kjøpsvalg på feil grunnlag. Bruk av udokumenterte billigstpåstander i markedsføring vil lett anses villedende og dermed forbudt, jf. mfl. § 6, jf. § 7. Daglig leder og styreleder i et selskap har viktige og sentrale roller med tanke på å hindre at et selskap bryter disse grunnleggende reglene i markedsføringsloven.

Med de høye strømprisene som har vært det siste året, anser Forbrukertilsynet det som spesielt viktig at strømleverandørene overholder markedsføringslovens forbud mot villedende markedsføring.

Agva har i perioden mai til oktober 2021 fremsatt billigstpåstander i blant annet sponset innholdsmarkedsføring i store nettaviser (totalt åtte ulike artikler) og i et sponset Google-søketreff. For oppsummering av ytterligere bakgrunn og faktum i saken, samt en nærmere redegjørelse for regelverket og lovbruddene saken gjelder, viser vi til vedtaket mot Agva punkt 2 - 4.

Samtidig som Forbrukertilsynet sendte varsel om vedtak i saken til Agva 07.12.2021, sendte vi også varsel til Arctander personlig om vedtak for medvirkning til villedende bruk av billigstpåstander i strid med mfl. § 6, j. § 7.

Agva og Arctander ga sine merknader til varselet i felles brev av 14.01.2022 og 15.02.2022. Utover det som allerede er gjengitt som innsigelser fra Agva og dermed også Arctander i vedtaket mot Agva, anfører Arctander blant annet at han har *«utført sin oppgave som daglig leder på en fullt ut forsvarlig måte, og det er ingen grunnlag for å påstå at Arctander ikke skal ha organisert virksomheten i Agva på en tilsvarende fullt ut forsvarlig måte, eller på annen måte opptrådt uaktsomt eller utilbørlig»*.

Som det fremgår av vedtaket mot Agva, anser Forbrukertilsynet at Agva ikke har fremlagt tilstrekkelig dokumentasjon for at billigspåstandene er sanne. Vi vurderer at Arctander, i kraft av sine roller som daglig leder og styreleder i selskapet, er den som i realiteten står bak lovbruddene.

Forbrukertilsynet fatter derfor vedtak om overtredelsesgebyr mot Arctander personlig.

3 SÆRLIG OM ARCTANDERS ROLLER I AGVA KRAFT AS

Arctander er daglig leder i Agva, og har vært dette siden 05.07.2018. Arctander er også styreleder i selskapet. Dette har Arctander vært siden registrering av selskapet i Foretaksregisteret 02.02.2015.

- Bilag 2** Skjermbilder fra proff.no 19.04.2022 og 21.04.2022
Bilag 3 Kunngjøringer fra Brønnøysundregisteret for Agva Kraft AS, skjermbilde av 19.04.2022

Arctander har altså vært daglig leder og styreleder i selskapet hele perioden den lovstridige markedsføringen har pågått. Vi viser til vedtaket mot Agva av samme dato for vurderingen av hvor lenge den lovstridige markedsføringen har pågått.

Agva har ifølge opplysningene på proff.no ni ansatte.

Agva inngår i Telinet-konsernet. Arctander skriver selv i sine merknader av 14.01.2022 at Telinet-konsernet: *«driver virksomhet i Norge og Sverige og hadde en samlet omsetning på om lag 1,5 milliard norske kroner i 2021. Konsernet har 150.000 kunder, ansatte på tre lokasjoner i to land, og benytter flere titalls ulike salgskanaler»*.

4 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER AV OM DET FORELIGGER LOVBRUDD

Forbrukertilsynet viser til vedtaket mot Agva av samme dato punkt 5, der vi konkluderer med at Agva ved å benytte villedende billigspåstander har begått handlinger som er i strid med mfl. § 6, jf. § 7.

5 FORBRUKERTILSYNETS VEDTAKSKOMPETANSE

5.1 Forbrukertilsynets adgang til å rette vedtak mot medvirkere

Det følger av mfl. § 39 tredje ledd at Forbrukertilsynets vedtak også kan rettes mot medvirkere.

I sine merknader av 14.01.2022 anfører Arctander at «forarbeidene til den gamle markedsføringsloven slås det fast at det skal mye til for at det kan bli gjort gjeldende personlig ansvar etter markedsføringsloven. Det avgjørende er om vedkommende har medvirket ved utøvelse av beslutningsmyndighet eller reell påvirkning». Forbrukertilsynet kan ikke se at dette har støtte i forarbeidene.

Medvirkningsansvaret er begrunnet i hensynet til en mest mulig effektiv håndheving av markedsføringsloven, som tilsier at det er nødvendig at også personer bak den ulovlige virksomheten bør kunne rammes.¹

Når det gjelder spørsmålet om når en person kan sies å ha medvirket til en overtredelse, uttalte departementet følgende i forarbeidene til den gamle markedsføringsloven:

«Bestemmelsen vil omfatte faktisk medvirkning i form av reell innflytelse når det gjelder den aktuelle markedsføring. Dette kan være innflytelse på så vel utformingen av f.eks en annonse som på at et tiltak skal gjennomføres eller iverksettes. Som eksempler på personer som vil kunne omfattes av bestemmelsen kan nevnes daglige ledere, disponenter, avdelingssjefer, markedsføringssjefer o l, samt styremedlemmer i et selskap som f.eks ved utøvelse av stemmerett medvirker til at et ulovlig tiltak iverksettes eller fortsetter. Vurderingstemaet er om disse personene faktisk har medvirket, ikke nødvendigvis fysisk, men ved utøvelse av beslutningsmyndighet eller reell påvirkning. Formell stilling er ikke avgjørende, det er den reelle innflytelse som må legges til grunn. Etter lovforslaget er det heller ikke et vilkår om formell tilknytning til virksomheten. Dette innebærer at også personer som i realiteten driver en virksomhet, men der andre formelt står i ledelsen, vil rammes. Hvem vedtak i den enkelte sak kan rettes mot, må avgjøres ut fra en konkret vurdering.»²

Ved vedtakelsen av markedsføringsloven av 2009 valgte departementet å videreføre dette medvirkningsansvaret i nåværende § 39 tredje ledd. Departementet uttalte i den forbindelse følgende:

¹ Ot.prp. nr. 34 (1994-1995) s. 27 flg.

² Ot.prp. nr. 34 (1994-1995) s. 28

«Bestemmelser om sivilrettslig medvirkningsansvar kom inn i loven samtidig med tvangsgebyrordningen, jf. Ot.prp.nr.34 (1994–1995). I proposisjonen er det utførlig redegjort for medvirkningsansvaret, og departementet legger til grunn at gjeldende rett videreføres. Bestemmelsen rammer både juridiske og fysiske personer. Det må vurderes konkret hvem som i realiteten står bak lovbruddet, og håndhevsmyndighetene må sannsynliggjøre sitt standpunkt på vanlig måte.»³

Departementet siterte i samme forarbeider også høringsuttalelsen fra Forbrukerombudet. I sin uttalelse hadde Forbrukerombudet blant annet uttalt følgende:

«Det vil åpenbart være en meget vanskelig oppgave for Forbrukerombudet å skulle dokumentere at en daglig leder, styreleder eller styremedlem i et selskap har gitt direkte beskjed til de ansatte om å bryte markedsføringslovens regler. Etter mitt syn er det nok å dokumentere at personen gjennom sin rolle i firmaet har hatt et ansvar i forhold til firmaets markedsføring eller avtalevilkår og dermed også mulighet til å stanse eller endre på de lovstridige forholdene. Når vedkommende ikke har klart dette til tross for at han er kjent med Forbrukerombudets standpunkt, må det være grunnlag for å kunne fatte vedtak også mot personen.»⁴

Departementet sluttet seg til denne uttalelsen:

«Departementet er enig med Forbrukerombudet i at det er nok å dokumentere/sannsynliggjøre at den aktuelle personen gjennom sin rolle i firmaet har medvirket.»⁵

Etter lovens forarbeider kreves det dermed kun at Forbrukertilsynet etter en konkret vurdering sannsynliggjør at den aktuelle personen har medvirket til lovbruddet – dette innebærer ikke nødvendigvis at det er en høy terskel, eller skal mye til, for at vedtak kan rettes mot medvirkere.

5.2 Inngrep er begrunnet i hensynet til forbrukerne

Dersom Forbrukertilsynet finner at en handling er i strid med markedsføringsloven og at inngrep tilsies av hensynet til forbrukerne, kan vi fatte vedtak, jf. mfl. § 36 andre ledd og § 39 første ledd, jf. § 35 andre ledd

Saken gjelder brudd på markedsføringsloven § 6, jf. § 7. Forbrukertilsynets vurdering er videre at inngrep tilsies av hensynet til forbrukerne, se vedtaket mot Agva punkt 6.

³ Ot.prp.nr.55 (2007-2008) s. 211-212

⁴ Ot.prp.nr.55 (2007-2008) s. 211-212

⁵ Ot.prp.nr.55 (2007-2008) s. 212

Forbrukertilsynet kan da fatte vedtak om blant annet overtredelsesgebyr.

6 ARCTANDER HAR MEDVIRKET TIL LOVBRUDDENE

Ettersom det i denne saken er spørsmål om Forbrukertilsynet kan ilegge Arctander overtredelsesgebyr, må det være klar sannsynlighetsovervekt for at Arctander har medvirket til lovbruddene.⁶

I tråd med forarbeidsuttalelsene gjengitt over, er vurderingstemaet da om Arctander faktisk har medvirket til overtredelsene i form av reell innflytelse på de lovstridige markedsføringskampanjene.

Arctander er daglig leder og styreleder i Agva. Disse rollene har han hatt i hele det tidsrommet de lovstridige markedsføringskampanjene har pågått.

Som følge av rollen som daglig leder har Arctander det overordnede ansvaret for selskapets daglige drift, jf. aksjeloven § 6-14. Daglig leders ansvar vil dermed blant annet omfatte ansvaret for forvaltningen av selskapets i samsvar med lovbestemmelser og forskrifter, herunder ansvar for tilstrekkelig gode rutiner mv. for å sikre at selskapet overholder markedsføringslovens bestemmelser. Selskapets markedsføring vil normalt være noe som klart går inn under selskapets daglige drift, og er derfor noe som vil høre inn under daglig leders ansvar. Dette gjelder utvilsom i et relativt lite selskap som Agva, som ut fra offentlig tilgjengelige opplysninger kun har ni ansatte (se bilag 2). Vi vurderer derfor at Arctander gjennom sin rolle som daglig leder har hatt det overordnede ansvaret for selskapets markedsføring, herunder ansvar og mulighet til å sikre at selskapet har tilstrekkelig gode rutiner for å sikre at selskapet ikke bryter markedsførings regler samt rutiner for å stanse eller endre lovstridige forhold.

Det kan da ikke ha betydning at Arctander i sine merknader av 14.01.2022 anfører at i selskaper «*av denne størrelsesorden er ikke daglig leder involvert i behandlingen av saker som utforming av reklamebudskap. Dette arbeidet utføres av selskapene markedsavdelinger. Det gjelder også for Agva og Finn Erik Gaarder Arctander*». Slike markedsføringskampanjer er likefullt noe som ligger under daglig leders ansvarsområde og beslutningsmyndighet, selv om det eventuelt er selskapets markedsavdeling som har fått tildelt ansvaret for selskapets markedsføring, eventuelt at ansvaret er satt bort et annet konsernselskap. Daglig leder kan da ikke unndra seg sitt ansvar med henvisning til at man har satt bort ansvaret for en bestemt oppgave eller til at daglig leder også innehar andre roller.

⁶ Jf. f.eks. Markedsrådets avgjørelse i sak MR-2021-1947 (Route66usa Info AS)

Forbrukertilsynet var i april og mai 2021 i dialog med Agva om dokumentasjonskravet ved bruk av billigstpåstander, se beskrivelse i vedtaket mot Agva punkt 2. Henvendelsene fra Forbrukertilsynet har vært rettet til selskapet. Selv om det ikke er Arctander som har ført dialogen i saken med Forbrukertilsynet på vegne av selskapet, må Arctander i sin rolle som daglig leder forutsettes å være kjent med en slik dialog med en offentlig tilsynsmyndighet. Bruken av billigstpåstander har dessuten skjedd i stort omfang. Som vist i vedtaket mot Agva punkt 3.2-3.5, har selskapet benyttet udokumenterte billigstpåstander i minst åtte ulike, sponsede artikler i ulike nettaviser, samt på Google i form av et sponset søketreff. Bruken av billigstpåstander fremkommer dessuten tydelig i artiklene og i søketreffet, herunder har flere artikler overskrifter som inneholder billigstpåstander. Omfanget av praksisen viser at dette var en sentral del av selskapets markedsføringsstrategi, og derfor faller inn under daglig leders ansvarsområde.

Lovbruddene kan etter dette ikke ses som utslag av enkeltstående glipper som daglig leder ikke kan klandres for. Disse forholdene taler for at det er klar sannsynlighetsovervekt for at Arctander kjente til og godkjente praksisen.

I Agva og Arctanders merknader av 15.02.2022 til varselet om vedtak var det lagt ved en rekke e-poster i bilag 2 til 11 som skal dokumentere at markedsføringen ikke er villedende. Avsender av e-postene er en ansatt i selskapet med stillingstittelen «*Sales Controller*». E-postene skal vise at Agva kontrollerte og har dokumentasjon for at billigstpåstandene som ble benyttet var korrekte. E-postene er sendt til blant Arctander. Arctander skriver selv i merknadene av 15.02.2022 at han «*stod som mottaker i e-postene fordi det er nødvendig for ham å ha innsikt i rapportering av tallene*». Dette underbygger at markedsføringen falt inn under daglig leder Arctanders ansvarsområde og beslutningsmyndighet, og at den ansatte («*sales controller*») var underlagt Arctanders myndighet.

Vi viser i denne forbindelse også til rutinebeskrivelsen oversendt i Agva og Arctanders merknader av 15.02.2021 bilag 1. Denne er ifølge Agva en intern rutine som «*...skal følges for prisplassering*», og omfatter altså markedsføringskampanjer hvor det benyttes billigstpåstander. En slik rutine er det klar sannsynlighetsovervekt for at daglig leder Arctander kjente til, ikke minst fordi denne vil falle inn under daglig leders ansvarsområde. Det at selskapet hadde utarbeidet en slik rutine for nettopp bruk av billigstpåstander mv., viser at markedsføringen var utslag av en bevisst strategi fra selskapets side, og noe daglig leder har godkjent.

Arctander har som nevnt også vært styreleder i Agva perioden den lovstridige markedsføringen har pågått. Hans ansvar som styreleder omfatter blant annet en plikt til å sørge for forsvarlig organisering av virksomheten og til å føre tilsyn med den daglige ledelse og selskapets virksomhet for øvrig, jf. aksjeloven §§ 6-12 og 6-13. Arctander har dermed hatt

en reell innflytelse på selskapets praksis, herunder dets markedsstrategi, også utover ansvaret som følger av å være daglig leder.

Som følge av Arctanders roller som daglig leder og styreleder, og basert på bevisene i saken, anser vi at det er klar sannsynlighetsovervekt for at Arctander har godkjent selskapets ulovlige bruk av billigspåstander.

Under enhver omstendighet har Arctander passivt medvirket til lovbruddene, ved at han i kraft av sine roller i selskapet ikke sikret tilstrekkelig gode rutiner for selskapets bruk av billigspåstander i markedsføring, og heller ikke satte en stopper for selskapets ulovlige markedsføring etter Forbrukertilsynets korrespondanse med selskapet våren 2021. På dette grunnlag vurderer Forbrukertilsynet at det i realiteten er Arctander som står bak lovbruddene.

Det er klart sannsynlighetsovervekt for at lovbruddene ikke ville ha skjedd dersom Arctander i kraft av sin rolle som daglig leder og / eller styreleder hadde handlet for å avverge eller stanse lovbruddene.

Forbrukertilsynet vurderer derfor at det er klar sannsynlighetsovervekt for at Arctander har medvirket til den lovstridige praksisen.

Forbrukertilsynet kan da rette vedtak mot Arctander som medvirker til lovbruddene.

7 VURDERING AV BEHOVET FOR VEDTAK MOT ARCTANDER PERSONLIG

I vurderingen av om Forbrukertilsynet skal bruke sin hjemmel til å fatte vedtak mot Arctander personlig, vil særlig hensynet til effektiv håndheving og behovet for vedtak mot Arctander som medvirker være relevant.

Forbrukertilsynet viser i denne sammenheng særlig til omfanget av praksisen – praksisen har pågått over lang tid, til tross for korrespondanse med Forbrukertilsynet. Hensynet til en effektiv håndheving, samt individual- og allmennpreventive hensyn, tilsier da at vedtak også bør rettes mot Arctander som medvirker.

Forbrukertilsynet finner etter dette at det er nødvendig å rette vedtak mot Arctander som medvirker.

8 OVERTREDELSESGEBYR

8.1 Hjemmel og grunnlag

Som det fremgår av redegjørelsen ovenfor, legger Forbrukertilsynets til grunn som klart sannsynliggjort at Arctander har medvirket til Agvas overtredelse av mfl. § 6, jf. § 7, ved å benytte villedende billigspåstander.

Vedtak om overtredelsesgebyr kan fattes ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av mfl. § 6, jf. § 7, som enten anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, jf. mfl. § 42 første ledd.

8.2 Kravet om «vesentlig overtredelse»

For en redegjørelse for lovens krav om vesentlig overtredelse, se vedtaket mot Agva punkt 7.1.

Forbrukertilsynet vurderer at de overtredelsene Arctander har medvirket til, er å anse som vesentlige. Vurderingene i vedtaket mot Agva punkt 7.2 gjelder tilsvarende overfor Arctander.

Vilkåret om vesentlig overtredelse er dermed oppfylt.

8.3 Kravet om «forsettlig eller uaktsom» overtredelse

8.3.1 Overordnet

De materielle kravene til skyldformene forsett og uaktsomhet følger av alminnelige juridiske grunnprinsipper, som blant annet er nedfelt i definisjonene i straffeloven (strl.) §§ 22 (forsett) og 23 (uaktsomhet).⁷

Forbrukertilsynet mener at Arctander har opptrådt forsettlig ved overtredelsen, subsidiært grovt uaktsomt.

8.3.2 Uaktsom uvitenhet om markedsføringslovens regler fritar ikke fra ansvar

Et grunnleggende prinsipp ved skyldvurderingen etter norsk rett er at uvitenhet om at en handling er ulovlig, ikke fritar for ansvar *når uvitenheten er uaktsom*, jf. blant annet straffeloven § 26 og Markedsrådets vedtak i MR-2011-865.

Forbudet mot villedende fremstilling av prisfordeler og kravet til dokumentasjon for påstander som benyttes i markedsføring er sentrale bestemmelser i markedsføringssammenheng. De aktuelle bestemmelsene i markedsføringsloven må også anses klare med tanke på hva som

⁷ Jf. også Lunde/Michaelsen, *Markedsføringsloven med kommentarer*, 3. utgave, 2019, s. 444

kreves av den næringsdrivende. På tilsvarende måte som at det er uaktsomt dersom Agva eventuelt ikke forstod de aktuelle reglene i markedsføringsloven for bruk av billigstpåstander i markedsføring, legger vi til grunn at det det er uaktsomt dersom Arctander i kraft av sine roller i selskapet ikke kjente til eller ikke forstod de aktuelle reglene i markedsføringsloven, se vedtaket mot Agva punkt 7.3.2.

En eventuell uvitenhet om reglene for bruk av billigstpåstander i markedsføring hos Arctander kan derfor ikke tillegges vekt ved skyldvurderingen.

8.3.3 Vurdering av om Arctander har opptrådt forsettlig, subsidiært grovt uaktsomt

Arctander har handlet med forsett dersom hans handlinger er gjort i) med den hensikt at Agva skulle fremsette de udokumenterte billigstpåstandene eller ii) med viten om at Agva sikkert eller mest sannsynlig ville fremsette de udokumenterte billigstpåstandene, eller iii) dersom han har holdt det for mulig selskapet ville fremsette de udokumenterte billigstpåstandene, og likevel har valgt å godkjenne dette.

I lys av omfanget av markedsføringen og Arctanders sentrale roller i selskapet, samt det faktum vi har redegjort for under punkt 4.2.2, vurderer vi at det er klar sannsynlighetsovervekt for at Arctander var kjent med Agvas bruk av billigstpåstander i markedsføringen.

Vi vurderer tilsvarende at det er klar sannsynlighetsovervekt for at Arctander var kjent med hvilken dokumentasjon Agva hadde og ikke hadde for sine påstander. Vi viser til rutinebeskrivelsen inntatt i Agva og Arctanders merknader til varselet om vedtak av 15.02.2022 bilag 1, som vi vurderer at Arctander som daglig leder i selskapet med klar sannsynlighetsovervekt var kjent med. Vi viser også til at den ansatte i Agva sendte e-poster til Arctander i forbindelse med etterlevelsen av denne rutinen, se samme merknader bilag 2-11.

Når Arctander som styreleder og daglig leder kjente til rutinene som ikke var tilstrekkelig for å sikre at selskapet overholdt markedsføringslovens krav, og til at selskapet til tross for dette fremsatte billigstpåstander, anser vi det som klart sannsynliggjort at Arctander godkjente selskapets bruk av udokumenterte billigstpåstander med den hensikt at Agva skulle fremsette disse påstandene.

Kravet til forsettlig opptreden er etter dette oppfylt.

I alle tilfeller vurderer Forbrukertilsynet medvirkningen til overtredelsene av mfl. § 6, jf. § 7 første ledd bokstav d, som grovt uaktsomme.

Det følger av straffeloven § 23 at «den som handler i strid med kravet til forsvarlig opptreden på et område, og som ut fra sine personlige forutsetninger kan bebreides, er uaktsom». Uaktsomheten er grov «dersom handlingen er svært klanderverdig og det er grunnlag for sterk bebreidelse».

Hvorvidt det foreligger avvik fra forsvarlig opptreden, beror på hvilket aktsomhetskrav som stilles. Det følger av tidligere praksis fra Markedsrådet⁸ at det er et grunnleggende krav at næringsdrivende må forventes å innrette næringsvirksomheten slik at denne drives i samsvar med gjeldende lover og forskrifter innenfor det aktuelle forretningsområdet. Det er på det rene at næringsdrivende har ansvaret for å initiere og iverksette nødvendige tiltak og kvalitetssikringsrutiner for å overholde lovkrav, herunder for å overholde reglene i markedsføringsloven.

På bakgrunn av de samme momentene som gjør at Forbrukertilsynet anser at Arctander har opptrådt forsettlig, vurderer Forbrukertilsynet at Arctander i alle tilfeller har handlet grovt uaktsomt.

Skyldkravet i mfl. § 42 er etter dette oppfylt

8.4 Utmåling

8.4.1 Generelle utgangspunkter

Overtredelsesgebyret skal utmåles etter en konkret vurdering i det enkelte tilfelle. Ved fastsettelse av gebyrets størrelse skal det legges vekt på overtredelsens grovhet, omfang og virkninger, jf. mfl. § 42 andre ledd.

Av forarbeidene til markedsføringsloven⁹ fremgår det at det er et overordnet prinsipp at gebyret bør settes så høyt at det ikke skal lønne seg økonomisk å bryte loven. Ved utmålingen vil det i tillegg være relevant å se hen til blant annet medvirkers økonomiske situasjon og en eventuell økonomisk fortjeneste som er oppnådd ved lovbruddet jf. også forvaltningsloven § 44 tredje ledd jf. § 46 andre ledd. Det skal også ses hen til allmenn- og individualpreventive hensyn.

Når det gjelder vurderingen av lovbruddenes grovhet, omfang og virkninger, viser vi til våre vurderinger i vedtaket mot Agva punkt 7.4, som gjelder tilsvarende ved utmålingen av gebyret overfor Arctander. Disse momentene tilsier at overtredelsesgebyret bør settes høyt.

⁸ For eksempel MR-2011-865 (Living)

⁹ Ot.prp.nr. 55 (2007-2008) s. 214

Som daglig leder og styreleder i Agva har Arctander en betydelig innflytelse over selskapets drift og markedsføring, og det er viktig at myndigheten og ansvaret som ligger disse rollene faktisk utøves for å hindre lovbrudd som i denne saken. Lovbruddene har dessuten skjedd til tross for tidligere korrespondanse med Forbrukertilsynet. Sterke individual – og allmennpreventive hensyn gjør seg dermed gjeldende ved utmålingen av gebyret.

Av Arctanders skatteoppgjør for 2020 fremgår det at Arctander i 2020 hadde en inntekt på [REDACTED] Inntekten må anses som svært høy, hvilket tilsier at overtredelsesgebyret ikke må settes for lavt.

Bilag 4 Skatteoppgjør for 2020 for Finn Erik Gaarder Arctander

Forbrukertilsynet har ikke mottatt øvrige opplysninger om Arctanders økonomiske stilling.

Etter Forbrukertilsynets vurdering taler disse forholdene for å sette størrelsen på overtredelsesgebyret til kr 200 000.

8.5 Konklusjon

Forbrukertilsynet konkluderer med at overtredelsesgebyret for Finn Erik Gaarder Arctander settes til kr 200 000.

9 VEDTAK

På denne bakgrunn og med hjemmel i mfl. § 42, jf. § 39 første og tredje ledd, fatter Forbrukertilsynet følgende vedtak:

Finn Erik Gaarder Arctander ilegges et overtredelsesgebyr på 200 000 – tohundretusen – kroner for brudd på markedsføringsloven § 6, jf. § 7.

10 RETTEN TIL Å KLAGE PÅ VEDTAKET

Arctander kan klage på vedtaket. Klagen skal sendes til Forbrukertilsynet. Klagen skal sendes på e-post til postmottak@forbrukertilsynet.no eller per post til Forbrukertilsynet, Postboks 2862 Kjørbekk, 3702 Skien.

Dersom vi ikke tar klagen til følge, vil saken bli sendt til Markedsrådet for klagebehandling, jf. mfl. § 37 første ledd.

Klagefristen er tre uker regnet fra den dag Arctander har mottatt vedtaket.

Vedtaket kan ikke bringes inn for de alminnelige domstoler uten at saken først er forelagt Markedsrådet, jf. forvaltningsloven § 27 b.

Dersom Arctander ikke klager på vedtaket, vil overtredelsesgebyret forfalle til betaling fire uker etter den dato vedtaket er fattet, jf. mfl. § 42 tredje ledd. Overtredelsesgebyret vil i så fall bli fakturert og krevd inn av Statens Innkrevingsentral på vegne av Forbrukertilsynet. Endelig vedtak om overtredelsesgebyr er tvangsgrunnlag for utlegg, jf. mfl. § 42 tredje ledd.

Vi gjør også oppmerksom på adgangen Arctander har til å be om at gjennomføringen av vedtaket utsettes etter forvaltningsloven § 42 første ledd. Arctander kan altså be om at vedtaket ikke skal iverksettes før klagefristen er ute eller klagen er avgjort, og vi vil ved slik anmodning snarest mulig ta stilling til dette spørsmålet.

Med hilsen

Trond Rønningen
direktør

Bente Øverli
avdelingsdirektør

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur