

Agva Kraft AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.
daglig leder Finn Erik Arctander

Vår ref.
Sak nr: 23/2027-4
Saksbehandler: Mari Bakke Akslen
Dir.tlf: 990 84 659

Dato:
22.06.2023

Villedende markedsføring - Forbrukertilsynet ber om innrettelse

1 FORBRUKERTILSYNET BER OM INNRETTELSE

Forbrukertilsynet viser til vårt varsel om vedtak til Agva Kraft AS (**Agva**) av samme dato som dette brevet. Der har vi varslet at vi vil fatte vedtak med tilhørende tvangsmulkt for brudd på markedsføringsloven med forskrifter.

Som beskrevet i varselet om vedtak, gjennomførte Forbrukertilsynet i mars 2023 en kontroll av de 20 største aktørene i strømbransjen i Norge basert på antall forbrukerkunder per 01.02.2023. Agva er én av disse 20 aktørene. Bakgrunnen for kontrollen er nærmere beskrevet i varselet om vedtak.

I tillegg til lovbruddene vi har tatt opp i varselet om vedtak, avdekket Forbrukertilsynet i kontrollen også andre forhold hos Agva som vi mener er ulovlige, se punkt 4 nedenfor.

Forbrukertilsynet ber om at Agva **snarest mulig og senest 11.08.2023** endrer eller stanser markedsføring som vi anser at er i strid med markedsføringsloven, som spesifisert nedenfor. Vi ber om en bekreftelse fra dere senest samme dato på at de dette er gjort.

Vi ber konkret om at Agva i all markedsføring:

- i Gir opplysninger om at Agvas strømvavtaler kan sammenlignes på Forbrukerrådets strømprisportal, med hyperlenke til Forbrukerrådets strømprisportal, og

presenterer dette på en klar og hensiktsmessig måte. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.3 nedenfor.

- ii Gir alle vesentlige opplysninger om kredittverdighet som kvalifiseringsvilkår for alle avtaler hvor et slikt forbehold gjelder. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.4 nedenfor.
- iii Gir alle vesentlige opplysninger om bruddgebyr, og beregningsmetoden for fastsettelse av bruddgebyret, i markedsføringen av alle avtaler som har bruddgebyr. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.5 nedenfor.

Bakgrunnen for at vi varsler vedtak om visse lovbrudd, mens vi foreløpig kun ber om innrettelse for andre lovbrudd, er en totalvurdering av den ulovlige praksisen.

2 REGELVERKET SOM ER RELEVANT I SAKEN

De reglene i markedsføringsloven (mfl). og prisopplysningsforskriften (prisf.) som er relevant i denne saken, er oppsummert i varselet om vedtak punkt 4.1-4.2.

3 NÆRMERE OM SAKENS FAKTISKE SIDE

3.1 Presiseringer

Når det gjelder sakens faktiske side, viser vi til gjennomgangen av dette i varselet om vedtak punkt 5, med presiseringer og utfyllende merknader som følger av dette brevet.

3.2 Lenke til, og informasjon om, sammenligning av avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal

På hovedsiden på Agvas hjemmeside til agva.no, og på samtlige landingssider til både tilgjengelige og utgåtte avtaler, er det informasjon om at Agvas strømvavtaler kan sammenlignes på strompris.no. Informasjonen inneholder en hyperlenke til portalen. Denne informasjonen er plassert nederst på den enkelte siden, sammen med kontaktinformasjon, kundeservice, med mer. Dette feltet har en annen farge enn siden for øvrig, og fremstår som adskilt fra øvrig informasjon på de respektive sidene. Se varselet om vedtak vedlegg 1 og 10 som eksempler på dette.

3.3 Kredittsjekk som grunnlag for avvisning av kunde

For samtlige av Agvas strømvavtaler følger det av avtalevilkårene, under punktet «*Oppstart*», at Agva forbeholder seg retten til å foreta kredittsjekk av nye strømkunder. Videre følger det at Agva forbeholder seg retten til å ikke akseptere kunder for leveranse av strøm. Det er naturlig å lese sistnevnte i lys av forbehold om retten til å kredittsjekke kunden. En mulig konsekvens av å ikke anses kredittverdig, er dermed at Agva avviser eller avslutter avtaleforholdet (se varselet om vedtak vedlegg 15 og 16 som eksempler).

Dette vilkåret fremgår ikke noe sted i markedsføringen, se varselet om vedtak vedlegg 5-11, og kommer kun frem av avtalevilkårene til samtlige avtaler, som er tilgjengelig via lenke i markedsføringen på landingssidene.

3.4 Bruddgebyr for Agva Fast 3 måneder

I henhold til markedsføringen av Agva Fast 3 Måneder har avtalen et bruddgebyr på minimum kr 1 200. Det følger videre av avtalevilkårene under punktet «*Bruddgebyr*» at bruddgebyret tar utgangspunkt i differansen mellom den avtalte fastprisen og fremtidig spotpris for den gjenværende delen av bindingstiden. Bruddgebyret er på minimum kr 1 200, og beregnes ved å finne differansen mellom avtalt fastpris og spotpris, og multipliseres med forventet strømforbruk (kWh) ut bindingstiden. Dersom verdien av gjenstående bindingstid er positiv, vil ikke dette kompenseres (se varselet om vedtak vedlegg 18).

4 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER

4.1 Landingsssidene til Agvas strømvavtaler utgjør oppfordringer til kjøp

Som vurdert i varselet om vedtak punkt 5.1, utgjør markedsføringen på landingssiden til samtlige av Agvas strømvavtaler kommersiell kommunikasjon med oppfordring til kjøp.

Derfor skal markedsføringen på landingssidene, heretter omtalt som markedsføringen, oppfylle krav til opplysninger som angitt i markedsføringsloven § 8 tredje ledd, og prisl. § 20 a-h.

4.2 Plassmessige begrensninger

Forbrukertilsynet har utelukkende kontrollert markedsføring på Agvas egne hjemmesider. På hjemmesidene foreligger det ikke relevante, plassmessige begrensninger ved mediet. Alle vesentlige opplysninger skal derfor fremgå direkte av markedsføring med oppfordring til kjøp på hjemmesiden, jf. markedsføringsloven § 8.¹

¹ Sak C-611/14 Canal Digital Danmark A/S 26 oktober 2016 punkt 62 og 63.

4.3 Manglende opplysning om mulighet for sammenligning av Agvas strømavtaler på Forbrukerrådets strømprisportal

Prisopplysningsforskriften § 20 bokstav h innebærer to krav ved markedsføring av strømavtaler som inneholder en oppfordring til kjøp, og fremsettes digitalt. For det første må det fremgå eksplisitt at avtalen kan sammenlignes på Forbrukerrådets strømprisportal, og for det andre skal det inntas en hyperlenke til Forbrukerrådets strømprisportal. I tillegg må opplysningen etter markedsføringsloven § 8 første ledd ikke presenteres på en uklar eller uhensiktsmessig måte.

Agva har inntatt følgende opplysning på sine hjemmesider, inkludert landingssiden for de ulike strømavtalene, se varselet om vedtak vedlegg 5-11:

«Alle våre strømavtaler kan sammenlignes på strømpris.no»

«*Strømpris.no*» inneholder hyperlenke til Forbrukerrådets strømprisportal *strompris.no*, og oppfyller dermed det andre kravet i prisf. § 20 bokstav h. Agva opplyser imidlertid ikke om at strømavtalene kan sammenlignes på *Forbrukerrådets strømprisportal*, som påkrevd i forskriften, men kun at strømavtalene kan sammenlignes på *strompris.no*. Det kommer altså ikke frem av markedsføringen at *strompris.no* er Forbrukerrådets strømprisportal. Denne opplysningen er utelatt fra markedsføringen.

Presentasjonen av opplysningen om at Agvas strømavtaler kan sammenlignes på *strompris.no*, fremgår også helt nederst på landingssidene med opplysninger om blant annet kundeservice og kontaktinformasjon, og er adskilt fra presentasjonen av de øvrige vesentlige opplysninger om avtalen i markedsføringen. For å finne denne opplysningen må altså forbruker navigere seg til helt nederst på siden, bort fra de øvrige opplysningene om strømavtalen og bestillingsportalen. Feltet opplysningen fremgår i har også en annen farge enn siden for øvrig. Summen av dette medfører en betydelig risiko for at forbrukeren ikke vil få med seg denne opplysningen overhodet.

Forbrukertilsynet anser dermed at Agva i markedsføringen utelater og skjuler en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler og er skjult i markedsføringen av alle Agvas strømavtaler, er at avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal *strompris.no*, herunder en presisering av at det er snakk *Forbrukerrådets strømprisportal*, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav h. Under enhver omstendighet er disse opplysningene ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Forbrukere vet ikke nødvendigvis at strømpris.no er Forbrukerrådets strømprisportal. Tvert imot er risikoen stor for at en forbruker forveksler strømpris.no med en kommersiell sammenligningstjeneste. Vanligvis vil tillitten til en offentlig sammenligningstjeneste, hvor hensynet til forbrukerne og et sikrere sluttbrukermarked for strøm ligger til grunn for selve tilblivelsen av sammenligningstjenesten, være høyere enn til kommersielle sammenligningstjenester. Derfor er det også sannsynlig at en forbruker vil være mer tilbøyelig til å klikke seg inn på, og benytte sammenligningstjenesten, dersom det fremgår at dette er Forbrukerrådets strømprisportal.

Når all annen informasjon om avtalen er presentert i en samlet fremstilling rett overfor bestillingsportalen, har forbrukeren ikke noe insentiv til å skulle navigere seg lengre ned på siden for å søke etter ytterligere opplysninger om avtalen. Etter vårt syn er dermed opplysningen om at Agvas strømvavtaler kan sammenlignes på strømpris.no presentert på en uklar og uhensiktsmessig måte.

Den uhensiktsmessige plasseringen av opplysningen øker risikoen for at forbrukeren ikke foretar en sammenligning av den aktuelle avtalen. Å vurdere om man skal, eller ikke skal, klikke på en lenke til strømpris.no for å sammenligne avtalen, er i seg selv en økonomisk beslutning. Etter Forbrukertilsynets vurdering er utelatelsen av opplysning om at strømpris.no er Forbrukerrådets strømprisportal, samt den uhensiktsmessige plasseringen av informasjonen, egnet til å påvirke forbrukere til å ta en økonomisk beslutning de ikke ellers ville tatt.

Forbrukertilsynet vurderer at Agvas markedsføring av strømvavtalene, se varselet om vedtak vedlegg 5-11, er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd jf. fjerde ledd.

4.4 Manglende opplysning om kvalifiseringsvilkår - krav til kredittverdighet

Agva har i avtalevilkårene for samtlige strømvavtaler tatt forbehold om retten til å kredittsjekke nye kunder. Videre forbeholder Agva seg retten til å ikke akseptere kunder for leveranse av strøm, se varselet om vedtak vedlegg 6 og 10 som eksempler. Dette innebærer at en ny kunde, som ikke anses tilstrekkelig kredittverdig, kan risikere å bli avvist av Agva, og avskjæres fra å inngå Agvas strømvavtaler. Dette utgjør et kvalifikasjonsvilkår.

Et kvalifikasjonsvilkår er å anse som en vesentlig opplysning etter prisf. § 20 bokstav f, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd. Opplysninger om retten til å foreta kredittsjekk, og eventuelt konsekvensen av ikke å være kredittverdig, skal da fremgå av markedsføringen.

Det står ikke noe om kredittsjekk eller adgangen til å avslå kunder ved særlige grunner i markedsføringen av noen av Agvas avtaler, se varselet om vedtak vedlegg 5-11. At opplysningene fremgår av avtalevilkårene, avhjelper etter Forbrukertilsynets vurdering ikke utelatelsen av disse opplysningene i markedsføringen.

Forbrukertilsynet anser dermed at Agva i markedsføringen av alle avtaler utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om kredittsjekk og adgangen til å avslå kunder basert på kredittsjekken, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav f. Under enhver omstendighet er disse opplysningene ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Etter vårt syn vil opplysningene om kredittsjekk være svært viktig for forbrukere som av ulike grunner ikke er kredittverdige. Dersom opplysningene fremgår av markedsføringen, vil forbrukere som eventuelt har betalingsanmerkninger e.l. ikke risikere å inngå en avtale som de så får avslag på. Forbruker kunne i et slikt tilfelle valgt å ikke bytte avtale, eller å inngå en annen avtale uten en slik begrensning Agvas avtaler har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om kredittsjekk og adgangen til å avslå kunder ved særlige grunner, er egnet til å påvirke forbrukere med dårlig eller usikker økonomi til å inngå en avtale som de ellers ikke ville gjort dersom informasjonen var gitt i markedsføringen.

Forbrukertilsynet vurderer at Agvas markedsføring av alle strømvitalene, slik markedsføringen fremgår av varselet om vedtak vedlegg 5-11, er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd jf. fjerde ledd.

4.5 Utilstrekkelig opplysning om bruddgebyr i markedsføringen på landingssiden til Agva Fast 3 måneder 2023

Av markedsføringen av Agva Fast 3 måneder 2023 på landingssiden for avtalen, se varselet om vedtak vedlegg 11, følger det opplysning om bruddgebyr på minimum kr 1 200. Av avtalevilkårene fremgår det at bruddgebyret beregnes ved å finne differansen mellom avtalt fastpris og spotpris, og multipliseres med forventet strømforbruk (kWh) ut bindingstiden, se varselet om vedtak vedlegg 18. Bruddgebyret er likevel minimum kr 1 200, selv om verdien av gjenstående bindingstid blir positiv. Beregningsmetoden fremgår altså ikke av markedsføringen, men kun av avtalevilkårene som er tilgjengelig via en lenke i markedsføringen.

I prisf. § 20 bokstav d, følger det at opplysninger om eventuelt bruddgebyr anses som vesentlig og skal fremgå av markedsføring med oppfordring til kjøp jf. mfl. § 8 andre ledd. Minimumsbeløpet for bruddgebyret fremgår av markedsføringen. Forbrukeren har imidlertid ingen forutsetning for å vite noe om bruddgebyrets størrelse uten at informasjonen om beregning som følger av avtalevilkårene, også fremgår av markedsføringen.

Forbrukertilsynet anser dermed at Agva i markedsføringen av Agva Fast 3 måneder 2023 utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om bruddgebyr og beregningsmetoden for dette, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav d. Under enhver omstendighet er disse opplysningene ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Forbrukertilsynet har for øvrig også gitt uttrykk for dette standpunktet i veiledning om skjerpet opplysningsplikt for strømleverandører, som er tilgjengelig på Forbrukertilsynets hjemmeside.

Etter vårt syn vil opplysningene om bruddgebyr og beregningsmetode være svært viktig for forbrukere som vurderer å inngå en fastprisavtale. Det å kun angi et minimum bruddgebyr som er forholdsvis lavt, uten å vise til beregningsmetoden og at bruddgebyret dermed kan bli svært høyt, kan gi forbrukere et villedende inntrykk av risikoen ved å inngå avtalen og ved å eventuelt skulle komme seg ut av avtalen før utløpet av bindingstiden. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om bruddgebyret og beregningsmetoden for dette er egnet til å påvirke forbrukere til å inngå en avtale som de ellers ikke ville gjort dersom informasjonen var gitt i markedsføringen.

Forbrukertilsynet vurderer at Agvas markedsføring av fastprisavtalen, slik markedsføringen fremgår av varselet om vedtak vedlegg 11, er villedende etter mfl. § 8.

Markedsføringen utgjør dermed en urimelig handelspraksis i strid med forbudet i mfl. § 6 første ledd jf. fjerde ledd.

5 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

Forbrukertilsynet mener at Agva har brutt markedsføringsloven i denne saken. Vi ber derfor om at den aktuelle markedsføringen, se oppsummeringen i punkt 1 i-iii ovenfor, **endres eller stanses snarest mulig og senest 11.08.2023**.

Vi ber om en **bekreftelse fra dere senest samme dato** på at de aktuelle endringene, eventuelt stans av den aktuelle markedsføringen, er gjort.

Dersom Agva mener det faktum Forbrukertilsynet har lagt til grunn i saken er uriktig, eller har kommentarer til våre vurderinger, ber vi om at beskjed om dette med eventuell begrunnelse sendes til oss innen samme frist.

For det tilfelle at dere ikke innretter deres markedsføring i henhold til våre synspunkter, minner vi om at vi ved brudd på markedsføringsloven eller annen lovgivning som Forbrukertilsynet håndhever, kan vi fatte vedtak om forbud, påbud, tvangsmulkt og i visse tilfeller overtredelsesgebyr, jf. mfl. §§ 39-42. Vedtak kan også rettes mot personer eller selskaper som har medvirket til lovbruddene.

Med hilsen

Tonje Drevland e.f.
underdirektør

Mari Bakke Akslen
juridisk seniorrådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur