

Gudbrandsdal Energi AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/2010-2

22.06.2023

Saksbehandler: Kristin Beate von Hanno Bast

Sørum

Dir.tlf: 990 84 658

Villedende markedsføring og mangler ved prislister - Forbrukertilsynet ber om innrettelse

1 INNLEDNING

Forbrukertilsynet har kontrollert enkelte forhold på Gudbrandsdal Energi AS (**Gudbrandsdal Energi**), org.nr. 916 319 983, sin hjemmeside. Vi har avdekket flere forhold som vi mener er ulovlige. Lovbruddene gjelder markedsføringen av Gudbrandsdal Energi sin strømvtales, samt mangler ved prislister på Gudbrandsdal Energi sine hjemmesider.

Forbrukertilsynet presiserer at vi kun har vurdert lovligheten av forholdene som vi har tatt opp i dette brevet. Det kan være andre forhold som strider mot lovens krav selv om vi ikke nå har tatt opp dette med selskapet. Vi understreker at det er selskapets ansvar at all markedsføring og annen praksis er i tråd med gjeldende regelverk. De forhold vi tar opp nå, må derfor ikke forstås som en godkjenning av eventuelt ulovlige forhold som ikke er påpekt av Forbrukertilsynet i denne omgang.

2 FORBRUKERTILSYNET BER OM INNRETTELSE

Forbrukertilsynet ber om at Gudbrandsdal Energi **snarest mulig og senest 11.08.2023** endrer eller stanser markedsføring som vi anser at er i strid med markedsføringsloven, som spesifisert nedenfor i punkt i-iii.

Forbrukertilsynet ber også om at Gudbrandsdal Energi innen samme frist, presenterer prislisten lett tilgjengelig på nettsidene, jf. prisopplysningsforskriften § 21. Se nærmere i punkt 6.6 nedenfor.

Vi ber om en bekreftelse fra dere senest samme dato på at dette er gjort.

Vi ber konkret om at Gudbrandsdal Energi i all markedsføring:

- i Gir alle vesentlige opplysninger om fakturagebyr og størrelsen på dette. Dette gjelder all markedsføring av avtalen som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 6.3 nedenfor.
- ii Gir alle vesentlige opplysninger om kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder/avslutte avtalen eller kreve garanti eller forskuddsbetaling. Dette gjelder i all markedsføring av avtalen som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 6.4. nedenfor.
- iii Endrer eller fjerner henvisning til prisgarantien på én måned i all markedsføring, se nærmere punkt 6.5 nedenfor.

3 BAKGRUNN FOR SAKEN – FORBRUKERUTFORDRINGER PÅ STRØMMARKEDET OG KONTROLL GJENNOMFØRT I MARS 2023

Forbrukertilsynet er et offentlig forvaltningsorgan, og fører tilsyn med at næringsdrivende overholder kravene i markedsføringsloven med forskrifter, angrerettloven m.m.

I Barne- og familiedepartementets tildelingsbrev til Forbrukertilsynet for 2023 fremgår det blant annet at Forbrukertilsynet skal prioritere å føre tilsyn med *markedsføring og avtalevilkår* på strømmarkedet. Dette reflekterer de utfordringene mange forbrukere opplever på strømmarkedet.

Det er svært mange kraftleverandører som tilbyr strømvavtaler til forbrukere. Det er hovedsakelig pris og måten prisen fastsettes på som skiller de ulike strømvavtalene. Med de siste års strømpriser, hvor strømrregningen gjør et stort innhugg i de fleste forbrukeres økonomi, er det avgjørende at kraftleverandørene setter forbrukere i stand til å ta informerte valg av strømvavtale. Dette gjelder spesielt når mange forbrukere opplever det som komplisert å forstå strømmarkedet og strømpriser. Det er da viktig at markedsføringen av strømvavtaler gir forbruker riktige og fullstendige opplysninger om avtalen.

Markedsføringsloven stiller en rekke krav til markedsføring av og vilkår i strømvavtaler, og 01.11.2022 trådte endringer i prisopplysningsforskriften i kraft. Formålet med endringene i forskriften er å styrke forbrukervernet på strømmarkedet. Det er blant annet innført krav til

deler av markedsføringen av strømvavtaler og krav til prislistar på aktørenes hjemmesider. Kravet til prisliste styrker forbrukers mulighet til å sette seg inn i sin eksisterende avtale, slik at forbruker kan sammenligne denne med andre aktuelle strømvavtaler. Fordi forbrukerne kan ha løpende avtaler som ikke lenger tilbys, skal strømlleverandører ha en fullstendig og oppdatert pris- og vilkårsliste på sin hjemmeside. Det betyr at alle kunder skal finne den avtalen de har i prislisten selv om den aktuelle avtalen ikke lenger tilbys nye kunder.

Forbrukertilsynet gjennomførte i mars 2023 en kontroll av at strømbansjen overholder utvalgte, grunnleggende forbrukervernregler. Strømbansjen består av omtrent 90 ulike aktører som alle tilbyr strømvavtaler til privatkunder.¹ Av hensyn til effektiv ressursbruk har Forbrukertilsynet valgt å rette kontrollen mot de 20 største aktørene i strømbansjen basert på oversikt mottatt fra Elhub AS over antall forbrukerkunder per 1. februar 2023. Disse 20 aktørene har til sammen cirka 85 prosent av det totale antall forbrukerkunder på strømmarkedet. Gudbrandsdal Energi er en av disse 20 aktørene.

I kontrollen undersøkte vi følgende forhold:

- Om markedsføring av strømvavtaler på strømlleverandørenes nettsider oppfyller kravene i markedsføringsloven ved markedsføring som setter forbruker i stand til å foreta kjøp.
- Om aktørene har lovpålagt prisliste tilgjengelig på sine nettsider, og om prislisten fyller lovens krav.
- Om aktørene før avtaleinngåelse opplyser om angrerett i tråd med lovens krav.

4 REGELVERKET SOM ER RELEVANT I SAKEN

4.1 Generelt om forbudet mot urimelig handelspraksis

Markedsføringsloven (mfl.) § 6 første ledd forbyr «*urimelig handelspraksis*». Det følger av loven at en handelspraksis er urimelig dersom den «*strider mot god forretningsskikk*» overfor forbrukere, og er egnet til «*vesentlig å endre forbrukernes økonomiske atferd slik at de treffer beslutninger de ellers ikke ville ha truffet*». Markedsføring er en form for handelspraksis, jf. mfl. § 5 bokstav d.

Det følger av bestemmelsens fjerde ledd at en handelspraksis alltid er urimelig dersom den er villedende etter mfl. §§ 7 eller 8.

¹ 173 kraftselskaper som selger strøm til kunder i privatmarkedet basert på oversikten fra Elhub AS per 01.02.2023, Mange av disse er nettselskaper som har kunder på pliktstrøm, eller aktører som ikke tilbyr avtaler til privatkunder, men som likevel av ulike grunner registrert med et fåtall privatkunder

4.2 Villedende markedsføring

4.2.1 Krav til all markedsføring

Det følger av mfl. § 7 at 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 momentene som fremgår i bokstav a til h. I tillegg må praksisen være egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet.

Mens markedsføringsloven § 7 sier noe om når en handelspraksis kan være villedende ut fra det som uttrykkelig sies, bestemmer lovens § 8 at en handelspraksis også kan være villedende dersom vesentlige opplysninger er utelatt eller skjult.

Etter mfl. § 8 er en handelspraksis villedende dersom den i sin konkrete sammenheng, eller etter en helhetsvurdering, utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukeren trenger for å ta en informert økonomisk beslutning.

Ved vurderingen av om opplysninger er utelatt, skal det tas i betraktning plass- eller tidsmessige begrensninger ved mediet som brukes til å formidle handelspraksisen, og eventuelle tiltak fra den næringsdrivende for å gjøre opplysningene tilgjengelige for forbrukerne på annen måte, jf. mfl. § 8 første ledd andre punktum.

Videre er handelspraksisen også villedende etter mfl. § 8 dersom opplysningene presenteres på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte.

Praksisen anses likevel bare som villedende etter mfl. § 8 dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet. Det er ikke et krav at forbrukerne faktisk treffer en økonomisk beslutning på bakgrunn av den villedende markedsføringen.² Det er nok at handelspraksisen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en slik beslutning som de ellers ikke ville ha truffet. Bestemmelsen rammer vidt, og en økonomisk beslutning kan være alt fra en beslutning om å inngå en avtale, en beslutning om å avstå fra å inngå en avtale, en beslutning om å sammenlikne en avtale med andre avtaler, eller en beslutning om å avstå fra å gjøre dette.

² Bestemmelsene i markedsføringsloven bygger i stor grad på direktiv om urimelig handelspraksis (2005/29/EC). Begrepet «*økonomisk beslutning*» er brukt i markedsføringsloven i stedet for direktivets begrep «*transaksjonsbeslutning*», men begrepene har samme betydning. Direktivet definerer «*transaksjonsbeslutning*» i art. 2 bokstav k slik: «*enhver beslutning som forbrukeren treffer om hvorvidt, hvordan eller på hvilke vilkår vedkommende kjøper, betaler helt eller delvis, beholder eller avhender et produkt eller utøver en avtalefestet rett knyttet til produktet, enten forbrukeren beslutter å foreta en slik handling eller avstår fra det*».

Vurderingen av om markedsføringen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet, tar utgangspunkt i en vanlig forbruker, en «gjennomsnittsforbruker». Etter praksis fra Markedsrådet forutsettes gjennomsnittsforbrukeren «*etter festnet praksis å være alminnelig opplyst, rimelig oppmerksom og velunderrettet*», jf. MR-2019-327, punkt 4. Markedsrådet, som viser til praksis fra EU-domstolen (sak C-210/96, avsnitt 31), legger videre til grunn at en gjennomsnittsforbruker er en «*kritisk person, som opptrer bevisst og oppmerksomt på markedet, og som etter undersøkelser av varenes kvalitet og pris treffer effektive valg. Det må stilles visse krav til en gjennomsnittsforbrukers evne til kritisk vurdering av markedsføringsbudskap (...)*», jf. MR-2019-327 punkt 4.

4.2.2 Opplysninger som alltid er vesentlige ved «oppfordring til kjøp»

Mens kravene omtalt over gjelder alle former for markedsføring, stiller mfl. § 8 særlige krav til markedsføring som utgjør «*oppfordring til kjøp*». Med oppfordring til kjøp menes kommersiell kommunikasjon som inneholder informasjon om ytelsens egenskaper og pris og dermed setter forbruker i stand til å foreta et kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd. Lovens forarbeider forutsetter at enhver markedsføring i form av kommersiell kommunikasjon der det er angitt en pris på en nærmere identifisert ytelse, i utgangspunktet anses som en kjøpsoppfordring.³

Hva som i praksis utgjør en kjøpsoppfordring må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle. Eksempler på kjøpsoppfordringer for strømvavtaler er en nettside som angir en avtale og viser et prislelement for den aktuelle avtalen. Det er ikke nødvendig at forbruker i den aktuelle kommunikasjonen (markedsføringen) faktisk gis en mulighet til å inngå en avtale.⁴

Ved oppfordring til kjøp anses en del angitte opplysninger som vesentlige, jf. mfl. § 8 tredje ledd. Blant annet regnes følgende opplysninger som vesentlige:

- Opplysninger om ytelsens hovedegenskaper, i relevant omfang for mediet og ytelsen, og
- opplysninger om prisen inklusive avgifter, eller, hvis ytelsens art gjør at prisen ikke med rimelighet kan utregnes på forhånd, hvordan prisen beregnes.

I tillegg fastsetter prisopplysningsforskriften (prisf.) § 20 hvilke opplysninger som anses vesentlige ved markedsføring av strømvavtaler, jf. mfl. § 8. Disse tilleggskravene ved markedsføring av strømvavtaler er fastsatt med hjemmel i mfl. § 10 tredje ledd.

Opplysningene som angis i prisf. § 20 skal inntas i markedsføringen av strømvavtaler når markedsføringen regnes som en kjøpsoppfordring. Formålet med disse uttrykkelige kravene

³ Ot.prp.nr.55 (2007-2008) punkt 7.4.2.1.

⁴ C-122/10 Sverige/Ving, avsnitt 27-33.

ved markedsføring av strømvavtaler er å sikre at forbrukere får tilstrekkelig med opplysninger til å kunne sette seg inn i og forstå hva slags avtale det er snakk om, slik at forbrukere kan ta informerte valg.

Følgende opplysninger regnes etter prisf. § 20 som vesentlige ved markedsføring av strømvavtaler som utgjør oppfordring til kjøp:

- Om avtaletypen er spotpris, fastpris, standard variabel eller annen.
- Alle obligatoriske priselementer og størrelsen på disse. Dersom størrelsen på priselementene som kraftleverandøren fastsetter ikke med rimelighet kan utregnes på forhånd, skal det fremgå hvordan prisen beregnes.
- Avtalens og priselementenes varighet, herunder eventuelle garantiers varighet, dersom denne er begrenset.
- Eventuell bindingstid og eventuelt bruddgebyr.
- Perioden det må forskuddsbetales for, dersom avtalen krever forskuddsbetaling.
- Eventuelle vilkår for å kvalifisere for avtalen.
- At eventuelle tilleggstjenester som tilbys ikke er obligatoriske.
- At avtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal. Ved oppfordring til kjøp fremsatt digitalt, skal hyperlenke til Forbrukerrådets strømprisportal inntas.

Dersom markedsføring utgjør en «*oppfordring til kjøp*», og opplysningene etter mfl. § 8 tredje ledd eller prisf. § 20 annet ledd ikke er inntatt, er skjult eller er presentert på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte, vil markedsføringen i utgangspunktet være villedende og forbudt. Dette gjelder likevel bare dersom denne mangelen ved markedsføringen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet.

4.3 Krav til prisliste

I prisf. § 21 er det fastsatt krav om at strømlleverandører som selger elektrisk kraft til forbrukere skal ha en prisliste.⁵ Kravene til prisliste er fastsatt med hjemmel i mfl. § 10 andre og tredje ledd.

Formålet bak kravene til prisliste er å gjøre det enklere å navigere i tilbudet av strømvavtaler, slik at forbrukeren kan treffe godt informerte valg.⁶ Kravene til prisliste sikrer at forbruker

⁵ Det samme følger i stor grad av prisopplysningsforskriften § 11 jf. § 10, men § 21 tydeliggjør det nærmere innholdet til prisopplysningene ved salg av elektrisk kraft til forbrukere.

⁶ Jf. høringsnotat av 08.04.2022 fra Barne- og familiedepartementet og Olje- og energidepartementet om forslag til endringer i prisopplysningsforskriften og forskrift om kraftomsetning og nettjenester, tilgjengelig [her](#).

enkelt skal kunne finne priser og vilkår for samtlige avtaler fra den aktuelle strømleverandøren, for å kunne sammenligne disse eller bare for å orientere seg om sin nåværende avtale selv om den ikke er åpen for nytegning.

Prislisten skal inneholde en samlet oversikt over priser og vilkår for alle leverandørens ulike avtaler, herunder avtaler som ikke lenger tilbys, men som leverandøren har aktive kundeforhold på, jf. prisf. § 21 annet ledd. I prislisten skal hver avtale per prisområde angis med navn på avtalen, avtaletypen, pris og lenke til avtalevilkår. Dersom strømleverandøren opererer med ulike priselementer på de samme kraftavtalene, skal det opplyses om laveste og høyeste pris i form av et prisintervall fra-til, jf. prisf. § 21 tredje ledd. Prislisten skal også inneholde informasjon om at forbrukeren kan sammenlikne avtalen med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal.

En naturlig forståelse av begrepet prisliste, er en liste med en samlet fremstilling der opplysningene kategoriseres og systematiseres i en skjematisk fremstilling. Også formålet bak kravet til prisliste tilsier at listen må være fremstilt nettopp som en liste med kategorisering av informasjonen som skal fremgå.

Alle opplysningene som nevnt i bestemmelsen skal presenteres på en «klar og tydelig måte», jf. forskriften § 21 første ledd andre punktum.

5 NÆRMERE OM SAKENS FAKTISKE SIDE

5.1 Kort om Gudbrandsdal Energi AS

Forbrukertilsynet undersøkte nettsiden til Gudbrandsdal Energi (www.ge.no) under kontrollen i perioden 07.03.2023 til 21.03.2023.

I en oversikt Forbrukertilsynet har mottatt fra Elhub AS, fremgår det at Gudbrandsdal Energi per 01.02.2023 hadde [REDAKERT] forbrukerkunder.

5.2 Markedsføringen på nettsidene

Det ser ut som Gudbrandsdal Energi kun har én aktiv strømvtale kalt «Spotpris».

Helt øverst på hovedsiden til Gudbrandsdal Energi, står det en overskrift «*Det er mye kraft i små begynnelser – Vi hjelper deg å lage gode strømvaner*» Under står det en gul knapp med påskriften «*Bestill strøm*». Ved å trykke på knappen kommer man inn på en informasjonsside med nøkkelopplysninger om strømvtalen.

Vedlegg 1 Hovedside, 07.03.2023

På siden med nøkkelopplysninger står det øverst på siden blant annet informasjon om avtaletype og påslag, samt informasjon om Forbrukerrådets strømprisportal med hyperlenke. Under markedsføringen av avtalen står en svart knapp med påskriften «*Bestill her*», og under denne er en lenke med påskriften «*Les mer om -Spotpris-*».

Vedlegg 2 Informasjonsside med nøkkelopplysninger, 07.03.2023

Ved å trykke på lenken kommer man videre til det som fremstår som landingssiden for strømvartalen

Det står flere avsnitt med mer informasjon om avtalen, og i sjette avsnitt ovenfra står det at «*Avtalen har et påslag på 3 øre per kilowatttime og ingen månedspris. Påslaget og månedsprisen garanteres uendret i 1 måned.*» I åttende ledd står det at «*Eventuelle prisjusteringer etter garantiperioden vil varsles 30 dager i forveien, via e-post, sms og Min side.*»

Vedlegg 3 Landingsside strømvartale, 07.03.2023

5.3 Nærmere om avtalevilkår

Gudbrandsdal Energi sine avtalevilkår kan finnes ved å gå nesten helt nederst på landingssiden, i forbindelse med informasjonen om strømvartalen. Der står det en lenke som heter «*Se våre generelle vilkår her*». Ved å trykke på denne kommer man til avtalevilkårene for strømvartalen. Under overskriften «*Bestilling*» står det i siste setning:

«GE har rett til å foreta kredittvurdering av deg og kan med bakgrunn i denne avvise bestillingen i ettertid.»

Under overskriften «*Strømregningen*», står det i første og andre avsnitt:

«Vi sender deg strømregningen i posten, etterskuddsvis hver måned. Har du takket ja til «Alltid eFaktura» i nettbanken din vil du få regningen dit. Via Min side kan du opprette AvtaleGiro og e-postfaktura. Det er 14 dagers betalingsfrist.

Vil du ha regningen levert i postkassa, koster det 49 kroner (gjelder ikke første regning fra oss).»

Vedlegg 4 Avtalevilkår, 07.03.2023

5.4 Prisliste på hjemmesiden

På landingssiden, under lenken til avtalevilkårene, står det en lenke som heter «*Se prisliste på alle strømvartaler her*». Ved å trykke på denne kommer man til en side med overskriften

«Priser på aktive kraftavtaler». Under gis det noe informasjon om prislisten. Det fremgår blant annet i andre avsnitt at «Denne listen viser også utgåtte avtaler, som ikke kan bestilles.». Selve prislisten gir en skjematisk fremstilling av 10 avtaler, hvorav kun én er i salg.

Vedlegg 5 Siden med prislisten, 07.03.2023

6 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER

6.1 Gudbrandsdal Energi sin markedsføring av avtalen utgjør kjøpsoppfordringer

Markedsføringen av Gudbrandsdal Energi sin strømvaktale slik den fremgår i vedlegg 2 og 3, utgjør åpenbart kommersiell kommunikasjon. Hver av disse stedene på informasjonssiden og landingssiden hvor avtalen presenteres, inneholder opplysninger om egenskaper ved avtalen og priselementer, som dermed setter forbrukeren i stand til å ta en beslutning om å inngå den aktuelle avtalen. Hver enkelt av disse sidene er dermed klart å regne som oppfordringer til kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd.

Når en markedsføring utgjør en oppfordring til kjøp, er det som nevnt krav til at markedsføringen skal inneholde vesentlige opplysninger som forbrukeren trenger for å ta en informert økonomisk beslutning, jf. mfl. § 8. Kravene til opplysning som følger av prisf. § 20 bokstav a til h gjelder da også, siden disse bestemmelsene angir hvilke opplysninger som alltid er vesentlige ved oppfordring til kjøp ved avtaler om elektrisk kraft.

6.2 Ingen plassmessige begrensninger på hjemmesidene

Forbrukertilsynet har utelukkende kontrollert markedsføring på Gudbrandsdal Energi sine 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 § 8.⁷

6.3 Manglende opplysninger om fakturagebyr i markedsføringen

Av Gudbrandsdal Energis avtalevilkår fremgår det at forbruker som utgangspunkt får strømregning ved papirfaktura, dersom man ikke har valgt e-faktura i nettposten. Gebyret for papirfaktura er på kr 49.

⁷ Sak EU-domstolens dom i sak C-611/14 Canal Digital Danmark A/S av 26. oktober 2016, avsnitt 62 og 63.

Som nevnt følger det av prisf. § 20 bokstav b at strømleverandøren skal angi «*alle obligatoriske priselementer og størrelsen på disse*» i all markedsføring som utgjør en kjøpsoppfordring.

Fakturagebyret er et obligatorisk priselement i den forstand at kunden ved inngåelse av avtalen forplikter seg til dette priselementet dersom man mottar papirfaktura. Størrelsen på papirfakturagebyret må da fremgå sammen med de øvrige opplysningene i kjøpsoppfordringene.

Forbrukertilsynet kan ikke se at opplysninger om fakturagebyr for papirfaktura fremgår i noe av markedsføringen som er inntatt i vedlegg 2 eller 3.

Forbrukertilsynet anser dermed at Gudbrandsdal Energi i markedsføringen av sin avtale utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysning om alle obligatoriske priselementer i form av fakturagebyr, jf. mfl. § 8 første ledd jf. prisf. § 20 bokstav b.

For at praksisen skal anses som villedende etter mfl. § 8 må den være egnet til å påvirke forbrukeren til å treffe en økonomisk beslutning på bakgrunn av den villedende markedsføringen. Fakturagebyret på kr 49 innebærer en vesentlig økning av de faste obligatoriske kostnadene ved strømvartalen. For en forbruker som ikke har e-faktura så vil de manglende opplysningene om at det påløper gebyr for papirfaktura kunne ha avgjørende betydning for om han velger denne avtalen eller en annen avtale hvor det i markedsføringen informeres et lavere gebyr for papirfaktura eller at det ikke påløper gebyr for dette i det hele tatt. De manglende opplysningene om fakturagebyr er etter Forbrukertilsynets vurdering egnet til å påvirke en forbruker til å treffe en økonomisk beslutning om å inngå denne avtalen.

Forbrukertilsynet vurderer at Gudbrandsdal Energis markedsføring av strømvartalen, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 2 og 3 er villedende etter mfl. § 8.

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

6.4 Manglende opplysninger om kredittverdighet som kvalifiseringsvilkår

Av Gudbrandsdal Energis avtalevilkår følger det som nevnt at Gudbrandsdal Energi har rett til å foreta en kredittvurdering av kunden, og at de med bakgrunn i denne kan avvise bestillingen i ettertid.

Dersom manglende kredittverdighet kan medføre at en kunde blir avslått, utgjør dette etter Forbrukertilsynets syn et kvalifikasjonsvilkår for avtalen. 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 kredittvurdering, og eventuelt konsekvensen av ikke å være kredittverdig, skal da fremgå av markedsføringen.

Det står ikke noe om kredittvurdering eller adgangen til å avslå kunder på bakgrunn av at de anses å ikke være kredittverdige i markedsføringen av Gudbrandsdal Energis avtale.

Forbrukertilsynet anser dermed at Gudbrandsdal Energi i markedsføringen av sin avtale utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder basert på utfallet av denne vurderingen, 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 kredittvurdering 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 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 som Gudbrandsdal Energi sin avtale har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om kredittsjekk og adgangen til å avslå kunder på bakgrunn av at de ikke anses kredittverdige, 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 Gudbrandsdal Energi sin markedsføring av sin strømvartalene, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 2 og 3, er villedende etter mfl. § 8.

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

6.5 Prisgaranti – enten uklart formulert, eller i strid med absolutt forbud i markedsføring

På landingsiden til strømvartalen, se vedlegg 3, gis en garanti om at påslaget og månedsprisen skal være uendret i 1 måned, og at forbruker vil varsles 30 dager i forveien ved eventuelle prisjusteringer etter garantiperioden.

Det følger av prisf. § 22 at forbruker alltid har rett til å bli varslet om endringer av vilkår i sin strømvartale minst 30 dager før endringen skal tre i kraft. Det fremgår av forskrift om urimelig

handelspraksis § 1 punkt 10 at det alltid er urimelig å «framstille rettigheter som forbrukere har i henhold til loven, som en særlig egenskap ved den næringsdrivendes tilbud».

Forbrukertilsynet vurderer at innholdet i markedsføringen fremstår noe uklar, men forutsetter at garantien innebærer at Gudbrandsdal Energi ikke varsler om endringer i påslag og månedspris før etter utløpet av første måned. Dette vil si at garantien innebærer to måneder prisgaranti, hvor hverken påslag eller månedspris kan endres av strømleverandøren.

Dersom Gudbrandsdal Energi imidlertid mener å garantere kun én måned uendret påslag og månedspris, vil dette innebære markedsføring av en rettighet som forbruker har etter prisf. § 22, og dermed en urimelig handelspraksis etter forskrift om urimelig handelspraksis § 1 punkt 10 som er forbudt etter mfl. § 6 første ledd, jf. femte ledd.

Uavhengig av hva som er tilfellet her, ber vi altså Gudbrandsdal Energi endre sin markedsføring til å være i samsvar med loven.

6.6 Ikke lett tilgjengelig prisliste

For å finne Gudbrandsdal Energi sin prisliste, må man gjøre mange trykk. Først må man trykke på bestillingsknappen på hovedsiden, for å komme til informasjonssiden, hvor man trykker på «Les mer om -Spotpris -»-knappen i kjøpsoppfordringen, for så å komme til landingssiden, hvor man må gå langt nede på siden, under den utdypende teksten om strømvartalen og lenken til avtalevilkårene, for å finne den understrekede lenken «Se prisliste på alle strømvtaler her». Ved å trykke på denne lenken kommer man inn på siden hvor prislisten fremgår.

Med denne plasseringen, er det er en vesentlig risiko for at en forbruker vil overse lenken til prislisten. Teksten har i tillegg mange lenker, og den aktuelle lenken står langt nede med vanlig skriftstørrelse, og nedenfor teksten er andre lenker med stor skrift som naturlig dominerer inntrykket av siden. Både navigeringen fra side til side og plasseringen og utformingen av lenken gjør det vanskelig for forbruker å finne prislisten.

Etter Forbrukertilsynets vurdering er ikke Gudbrandsdal Energi sin prisliste lett tilgjengelig, slik prisf. § 21 første ledd krever. Etter vår vurdering oppfyller dermed Gudbrandsdal Energi sin prisliste ikke kravene i prisf. § 21.

7 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

Forbrukertilsynet mener at Gudbrandsdal Energi har brutt markedsføringsloven og prisopplysningsforskriften i denne saken. Vi ber derfor om at Gudbrandsdal Energi:

- Endrer eller stanser den aktuelle markedsføringen, se punkt 2 i-iii ovenfor.

- Gjør prislisten lett tilgjengelig, se punkt 6.6 ovenfor.

Vi ber om at Gudbrandsdal Energi gjør dette 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 Gudbrandsdal Energi 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 tilfellet 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

Kristin Beate von Hanno Bast Sørum
juridisk seniorrådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur