

Ishavskraft AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/2015-3

22.06.2023

Saksbehandler: Ingvild Olsen

Dir.tlf: 94027150

Villedende markedsføring og mangler ved prislister - Forbrukertilsynet ber om innrettelse

1 INNHOLDET I KRAVET OM INNRETTELSE

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

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. Ishavskraft 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 Ishavskraft som vi mener er ulovlige, se punkt 4 nedenfor.

Forbrukertilsynet ber om at Ishavskraft **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-iv.

Vi ber også om at Ishavskraft gjør sin prislister lett tilgjengelig på sin hjemmeside, og inntar lenke til vilkår for de ulike avtalene og en opplysning om at forbrukeren kan sammenlikne strømavtaler på Forbrukerrådets strømprisportal. Se punkt 4.7 nedenfor.

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

Vi ber konkret om at Ishavskraft i all markedsføring:

- i 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 eller markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.3 nedenfor.
- ii Gir alle vesentlige opplysninger om fakturagebyr og størrelsen på dette gebyret. 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 opplysninger om bindingstid og lengden på denne, i markedsføringen av alle avtaler som har bindingstid, og sørger for at disse opplysningene gis på en hensiktsmessig, klar og utvetydig måte. 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.
- iv Gir alle vesentlige opplysninger om at strømavtalen kan sammenliknes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal, med hyperlenke til www.strompris.no, og sørger for at disse opplysningene gis på en hensiktsmessig måte. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.6 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

2.1 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.

2.2 Villedende markedsføring

2.2.1 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 markedsføringsloven § 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.¹ 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.

¹ 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 «gjennomsnittsfbruker». Etter praksis fra Markedsrådet forutsettes gjennomsnittsfbrukeren «*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 gjennomsnittsfbruker 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 gjennomsnittsfbrukers evne til kritisk vurdering av markedsføringsbudskap (...)*», jf. MR-2019-327 punkt 4.

2.2.2 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.²

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.³

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,
- 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

² Ot.prp.nr.55 (2007-2008) punkt 7.4.2.1.

³ 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 strømleverandøren 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.

2.3 Krav til prisliste

I prisf. § 21 er det fastsatt krav om at strømleverandører som selger elektrisk kraft til forbrukere skal ha en prisliste.⁴ 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.⁵ Kravene til prisliste sikrer at forbruker enkelt skal kunne finne priser og vilkår for samtlige avtaler fra den aktuelle

⁴ 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.

⁵ 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 netttjenester, tilgjengelig [her](#).

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.

3 DE FAKTISKE FORHOLDENE I SAKEN

3.1 Presiseringer

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

Forbrukertilsynet ser at hjemmesiden til Ishavskraft i det vesentlige har endret utforming i etterkant av kontrollen i mars 2023. Vi har derfor gjort enkelte vurderinger også knyttet opp mot nettsiden slik den ser ut i mai og juni 2023.

3.2 Undersøkelse av selskapets hjemmeside

På Ishavskraft sin hjemmeside, er det knapp «Se våre strømvavtaler». Denne fører til en navigasjonsside med lenke til en «Spotprisavtale», og en «Fastprisavtale». Lenken leder til opplysningssider for hver av avtalene. Avtalene er på opplysningssiden presentert med viktige opplysninger om avtalen.

- Vedlegg 1** Skjerm bilde av forsiden på ishavskraft.no, 14.03.2023
- Vedlegg 2** Skjerm bilde av navigasjonssiden, 14.03.2023
- Vedlegg 3** Skjerm bilde av opplysningsside for Spotpris, 14.03.2023
- Vedlegg 4** Skjerm bilde av opplysningsside for Fastpris, 14.03.2023

Fra fastprisavtalen er det lenket videre til opplysningssiden for en fastprisavtale på 3 år. Opplysningssiden er i det vesentlige tilsvarende som for fastprisavtalen. Utover at avtalene er kalt henholdsvis «Fastpris 1 år» og «Fastpris 3 år», er ikke bindingstiden på hver av avtalene angitt.

Vedlegg 5 Skjermbilde av opplysningsside for Fastpris 3 år, 14.03.2023

I tillegg til fastpris- og spotprisavtalene, har Ishavskraft andre avtaler og medlemsavtaler med egne opplysningssider. Alle avtalene, med unntak av avtalen «Ishavsspot», kan bli funnet nederst på opplysningssidene for spotpris- og fastprisavtalen, se varselet om vedtak vedlegg 4.

Opplysningssidene for avtalene er noe ulike.

Vedlegg 6 Skjermbilde av opplysningsside for Seniorstrøm, 07.06.2023

Vedlegg 7 Skjermbilde av opplysningsside for Bonord, 07.06.2023

Vedlegg 8 Skjermbilde av opplysningsside for PBL Kraft, 07.06.2023

Vedlegg 9 Skjermbilde av opplysningsside for Ishavsspot, 14.03.2023

3.3 Oversikt over alle avtaler

I bunnteksten på hjemmesiden er det en snarvei til «Alle avtaler». Knappen fører til en oversikt over alle avtaler presentert med navn, avtaletype, obligatoriske priselementer herunder påslag og månedsbeløp, tilgjengelighet i områder og annen informasjon.

Vedlegg 10 Skjermbilde som viser oversikt over alle avtaler, 14.03.2023

3.4 Avtalevilkår

Ishavskraft har samlet alle avtalevilkår i ett vilkårssett. Vilkårene gjelder ved siden av Standard Kraftleveringsavtale.

Forbrukertilsynet trekker frem enkelte punkter fra vilkårene:

«Dersom kunden velger faktureringsmetode som medfører faktura pr post vil det tilkomme et fakturagebyr. Dette iht. gjeldende satser på ishavskraft.no.»

«Kunden aksepterer at Ishavskraft kan kredittvurdere dersom behov, og evt. avslå kundeforholdet dersom det ligger saklig grunn for det.»

Vedlegg 11 Avtalevilkår, 07.06.2023

4 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER

4.1 Markedsføringen utgjør oppfordringer til kjøp

Etter Forbrukertilsynets syn utgjør markedsføringen av avtalene på hver avtale sin opplysningside, se vedlegg 3-9, åpenbart kommersiell kommunikasjon. Samtidig inneholder markedsføringen opplysninger om egenskaper ved den enkelte avtalen og priselementer, som dermed setter forbrukeren i stand til å ta en beslutning om å inngå den aktuelle avtalen. Markedsføringen er dermed klart å regne som en oppfordringer til kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd.

Når en markedsføring utgjør en oppfordring til kjøp, er det krav til at den skal inneholde vesentlige opplysninger som forbrukeren trenger for å ta en informert økonomisk beslutning. 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 av avtaler om elektrisk kraft.

4.2 Plassmessige begrensninger

Forbrukertilsynet har utelukkende kontrollert markedsføring på Ishavskrafts 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 § 8.⁶

4.3 Manglende opplysninger om krav til kredittverdighet

Som det fremgår av vedlegg 11, er det i Ishavskrafts vilkår inntatt et punkt om at Ishavskraft kan kredittvurdere dersom det er behov for det, og eventuelt avslå kundeforholdet dersom det foreligger en saklig grunn for det. 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 kredittvurdering eller adgangen til å avslå kunder i markedsføringen av noen av Ishavskrafts avtaler, se vedlegg 3-9.

Forbrukertilsynet anser dermed at Ishavskraft 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 kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder basert på kredittvurderingen, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav f.

⁶ Sak C-611/14 Canal Digital Danmark A/S 26 oktober 2016 punkt 62 og 63.

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 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 som Ishavskrafts avtaler har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder, avslutte eksisterende avtaleforhold og kreve forskuddsbetaling eller garanti ved saklige 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 Ishavskrafts markedsføring av alle strømvavtalene, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 3-9, 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 opplysninger om fakturagebyr

Det fremgår i Ishavskrafts avtalevilkår at kunden ilegges et fakturagebyr om det velges en faktureringsmetode som medfører faktura per post, se vedlegg 11.

Det følger av prisopplysningsforskriften § 20 bokstav b, at strømleverandøren skal angi alle obligatoriske priselementer og størrelsen på disse, allerede under markedsføringen av avtalen, såfremt markedsføringen er å regne som 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.

Vi kan kun se at opplysninger om fakturagebyr fremgår markedsføringen av noen Ishavskrafts avtaler, se likevel vedlegg 6-8.

Forbrukertilsynet anser dermed at Ishavskraft i markedsføringen utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysning om størrelsen på fakturagebyret, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav b.

Fakturagebyret utgjør mer enn fastbeløpet for nesten samtlige avtaler som tilbys av Ishavskraft. Opplysning om papirfakturagebyr er relevant både ved sammenligning av

avtalen opp mot andre avtaler, og ved vurdering av avtaleinngåelse, som begge utgjør økonomiske beslutninger. Etter Forbrukertilsynets vurdering er derfor utelatelsen av opplysningen om papirfakturagebyr som egnet til å påvirke en forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville truffet. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at utelatelsen av opplysningen om fakturagebyret og dets størrelse egnet til å påvirke forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning de eller ikke ville ha truffet, for eksempel ved at de ikke ville inngått avtalen om opplysningen var gitt.

Forbrukertilsynet vurderer at Ishavskrafts markedsføring som utgjør en oppfordring til kjøp, se vedlegg 6-8, 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 Uhensiktsmessig plassering av opplysning om bindingstiden for fastprisavtalene

Ishavskraft tilbyr to ulike fastprisavtaler, se vedlegg 4 og 5. På navigasjonssiden og opplysningssiden for den ene avtalen, er avtalen kalt «*Fastpris*». På bestillingsknappen er det inntatt en opplysning om «*bestill Fastpris 1 år*». På opplysningssiden for den andre fastprisavtalen, er avtalen kalt «*Fastpris 3 år*», og tilsvarende er gjentatt over priselementene og på bestillingsknappen.

I prisf. § 20 bokstav c, følger det at opplysninger om avtalen og priselementenes varighet anses som vesentlig og skal fremgå av markedsføring med oppfordring til kjøp jf. mfl. § 8 andre ledd. Det samme gjelder opplysninger om eventuell bindingstid og eventuelt bruddgebyr, jf. prisf. § 20 bokstav d.

Vesentlige opplysninger skal gis på en klar, forståelig, hensiktsmessig og utvetydig måte. Det er derfor viktig at opplysningen plasseres på en slik måte at en forbruker får den med seg og forstår det. Når opplysningen er presentert på en slik måte at forbruker risikerer å ikke få den med seg eller forstå det, vil plasseringen etter Forbrukertilsynets vurdering ikke være hensiktsmessig eller formuleringen vil være uklar og tvetydig.

Forbrukertilsynet vurderer at opplysningen om avtalenes varighet og bindingstid for fastprisavtalen som varer i 1 år, ikke er gitt på en hensiktsmessig måte, og at opplysningen er uklar og tvetydig. Vi viser til at avtalen er kalt *Fastpris*, og at det ellers på opplysningssiden er ikke oppgitt at avtalen har en varighet og bindingstid på 1 år. Selv om det fremgår på bestillingsknappen at forbruker kan «*bestille Fastpris 1 år*», vil dette sett i sammenheng med opplysningssiden for øvrig utgjøre en risiko for at forbruker inngår avtalen uten å få med seg at avtalen har en bindingstid på 1 år. Det kan heller ikke tas utgangspunkt i at en forbruker

forstår at opplysningen innebærer en faktisk bindingstid på 1 år. Tilsvarende vurdering vil i noe grad også gjøre seg gjeldende for Fastpris 3 år, selv om sannsynligheten her er mindre for at forbruker ikke får med seg at avtalen heter Fastpris 3 år. Det er likevel sannsynlig at forbruker ikke kobler dette til at avtalen da har en 3 års bindingstid, og at opplysningene om bindingstid eter vårt syn da er gitt på en uklar og tvetydig måte. Det gis heller ingen opplysninger om bindingstid i avtalevilkårene.

Forbrukertilsynet anser dermed at Ishavskraft i markedsføringen av sine fastprisavtaler utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om varighet og bindingstid, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav c og d. Under enhver omstendighet er disse opplysningene ikke presentert på en hensiktsmessig, klar og tydelig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Opplysningene om bindingstid være svært viktig for forbrukere som vurderer å inngå en fastprisavtale. At opplysninger om bindingstid ikke gis på en tilstrekkelig klar og tydelig måte, kan gi forbrukere et villedende inntrykk av risikoen ved å inngå avtalen og innebære at de ikke forstå at avtalen innebærer bindingstid. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende eller uhensiktsmessig, uklar og tvetydig plassering av opplysninger om bindingstid er egnet til å påvirke forbrukere til å inngå en avtale som de ellers ikke ville inngått dersom informasjonen var gitt i markedsføringen.

Forbrukertilsynet vurderer at Ishavskrafts markedsføring av fastprisavtalene, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 4 og 5, er villedende etter mfl. § 8.

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

4.6 Manglende opplysning og uhensiktsmessig plassering av informasjon om Forbrukerrådets strømprisportal

Opplysning om at strømvavtalen kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal er en vesentlig opplysning som det skal opplyses om i markedsføringen av avtalen, og ved kjøpsoppfordringer digitalt skal det også inntas hyperlenke til portalen, jf. prisf. § 20 bokstav h, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd. Videre følger det av mfl. § 8, første ledd at vesentlige opplysninger ikke må utelates eller presenteres på en uklar eller uhensiktsmessig måte.

Vesentlige opplysninger skal gis på en klar, forståelig, hensiktsmessig og utvetydig måte. Det er derfor viktig at opplysningen om muligheten til å sammenlikne strømvavtalen med andre strømvavtaler, plasseres på en slik måte at en forbruker får den med seg. Når opplysningen er

presentert på en slik måte at forbruker risikerer å ikke få den med seg, vil plasseringen etter Forbrukertilsynets vurdering ikke være hensiktsmessig.

Forbrukertilsynet kan ikke se at det er noen opplysning om at avtaler kan sammenliknes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal i Ishavskraft markedsføring på opplysningssidene inntatt i vedlegg 5, 8 og 9.

På opplysningssidene inntatt i vedlegg 6 og 7, er det opplyst «*sammenlikn strømavtalen på strømpris.no*». Ishavskraft har her ikke opplyst at strømavtalene kan sammenlignes på *Forbrukerrådets strømprisportal*, som påkrevd i forskriften, men kun at strømavtalene kan sammenlignes på *strømpris.no*.

I vedlegg 7 er opplysningen om sammenlikningsmuligheten i tillegg plassert helt nederst på opplysningssiden. Slik at forbruker må eventuelt scrolle langt forbi bestillingsknappen for å få det med seg. Slik Ishavskraft presenterer opplysningen, er det stor risiko for at en forbruker kan bestille strømavtalen uten å få med seg opplysningen. Plasseringen er da ikke hensiktsmessig i tråd med lovens krav.

Forbrukertilsynet anser dermed at Ishavskraft i markedsføringen utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning, og presenterer opplysningen på en uhensiktsmessig måte der hvor opplysningen faktisk gis. Den vesentlige opplysningen som mangler eller er presentert uhensiktsmessig i Ishavskrafts markedsføring, se vedlegg 5-9, 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.

Forbrukere vet ikke nødvendigvis om Forbrukerrådets strømprisportal, eller at *strompris.no* er Forbrukerrådets strømprisportal. Det er uansett mer sannsynlig at en forbruker vil klikke seg inn på, og benytte sammenligningstjenesten før eventuell avtaleinngåelse, dersom opplysninger om portalen fremgår tydelig av Ishavskraft markedsføring. Risikoen er også stor for at en forbruker forveksler *strompris.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. Etter Forbrukertilsynets vurdering er utelatelsen og den uhensiktsmessige plasseringen av opplysningene om Forbrukerrådets strømprisportal, se vedlegg 5-9, egnet til å påvirke forbrukere til å ta en økonomisk beslutning de ikke ellers ville tatt.

Forbrukertilsynet vurderer dermed at Ishavskrafts markedsføring av strømvitalene i vedlegg 5-9 er villedende etter mfl. § 8.

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

4.7 Prislisten er ikke lett tilgjengelig, og mangler lenke til vilkår og opplysning om Forbrukerrådets strømprisportal

Det følger av prisf. § 21 at prislisten skal være «lett tilgjengelig», og gi en samlet oversikt over priser «og vilkår» for alle de ulike strømvitalene.

Ishavskraft har en oversikt over alle sine avtaler, som er utformet som en prisliste. Måten å finne oversikten på er gjennom knappen «alle avtaler» som er plassert helt nederst på oversiktssiden, se vedlegg 4 i varsel om vedtak. Etter Forbrukertilsynets vurdering, er oversikten navngitt og plassert på en slik måte at det kun er forbrukere som kjenner til kravet til prisliste, eller som aktivt leter etter en slik oversikt, som vil finne den. Det er heller ikke mulig å benytte søkefunksjonen for å finne den.

Etter Forbrukertilsynets vurdering er prislisten dermed ikke «lett tilgjengelig» på Ishavskrafts hjemmeside.

Prislisten inneholder heller ingen opplysninger om eller lenke til vilkår for de ulike avtalene, og mangler opplysning om at forbrukeren kan sammenlikne avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal.

Forbrukertilsynet vurderer derfor at Ishavskrafts prisliste ikke er i samsvar med kravene i prisf. § 21.

5 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

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

- Endrer eller stanser den aktuelle markedsføringen, se oppsummeringen i punkt 1 i-iv ovenfor.
- Gjør endringer i prislisten slik at denne er i samsvar med lovens krav, se punkt 4.7 ovenfor.

Vi ber om at Ishavskraft 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 Ishavskraft 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

Ingvild Olsen
juridisk rådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur