

Lyse Dialog AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/2012-6

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 Lyse Dialog AS (**Lyse Dialog**) av samme dato som dette brevet. Der har vi varslet at vi vil fatte vedtak med tilhørende tvangsmulkt for brudd på angreterrettsloven.

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. Lyse Dialog 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 Lyse Dialog som vi mener er ulovlige, se punkt 4 nedenfor.

Ettersom det er Lyse Dialog som markedsfører strømvavtaler og er avtalepart i strømvavtalene, sender Forbrukertilsynet dette brevet til Lyse Dialog. Som nevnt i varselet om vedtak, ser det imidlertid ut til at Lyse Dialog selger strøm uten nødvendig konsesjon. Vi har derfor sendt kopi av dette brevet også til morselskapet Lyse AS og til konsernselskapene med omsetningskonsesjon - Lyse Energi AS og Lyse Strøm AS.

Forbrukertilsynet ber om at Lyse Dialog **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 Lyse Dialog gjør sin prisliste lett tilgjengelig på sin hjemmeside, og inntar lenke til vilkår for de ulike avtalene og en opplysning om at forbrukeren kan sammenlikne strømvtaler på Forbrukerrådets strømprisportal. Se punkt 4.8 nedenfor.

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

Vi ber konkret om at Lyse Dialog 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 opplysning i markedsføringen av avtalene «Lyse Ung» og «Lyse Hytte» om hvilken avtale kunden flyttes over på og eventuelt når, samt alle vesentlige opplysninger om avtalen kunden flyttes over på, 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 punkt 4.5 og 4.6 nedenfor.
- iv Gir alle vesentlige opplysninger om at strømvtaalen 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 4.7 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

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*».

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.

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 strømvtaler er en nettside som angir en avtale og viser et priselement 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.

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

³ C-122/10 Sverige/Ving, avsnitt 27-33

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 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.

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 strømavtaler, 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 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.

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](#).

3.2 Undersøkelse av selskapets hjemmeside

På Lyse Dialog sin hjemmeside, fører «*Strøm*»-knappen under «*Produkter og tjenester*» til en oversiktsside hvor tre ulike avtaler blir presentert. Hver avtale blir presentert med viktige opplysninger om avtalen, i tillegg til en «*les mer om [avtalnavn]*» og en «*bestill*»-knapp.

Vedlegg 1 Skjerm bilde som viser oversiktsside over strømavtaler, 10.03.2023

Vedlegg 2 Skjerm bilde som viser utsnitt av oversikt over avtaler, 30.05.2023

«*Les mer*»-knappen for hver avtale fører til en opplysningsside for den aktuelle avtalen.

Vedlegg 3 Skjerm bilde som viser opplysningsside for Lyse Spotpris, 10.03.2023

Vedlegg 4 Skjerm bilde som viser opplysningsside for Lyse Ung, 10.03.2023

Vedlegg 5 Skjerm bilde som viser opplysningsside for Lyse Hytte, 10.03.2023

Vedlegg 6 Skjerm bilde som viser utsnitt av opplysningsside for Lyse Ung, 30.05.2023

Vedlegg 7 Skjerm bilde som viser utsnitt av opplysningsside for Lyse Hytte, 30.05.2023

Vedlegg 8 Skjerm bilde som viser utsnitt av opplysningsside for Lyse Pluss, 30.05.2023

«*Bestill*»-knappen for hver avtale går til et bestillingsskjema der viktige opplysninger om avtalen er gjentatt.

Vedlegg 9 Skjerm bilde som viser bestillingssiden for Lyse Spotpris, 16.05.2023

Vedlegg 10 Skjerm bilde som viser bestillingssiden for Lyse Ung, 16.05.2023

Vedlegg 11 Skjerm bilde som viser bestillingssiden for Lyse Hytte, 16.05.2023

I tillegg til de tre avtalene, er det helt nederst på oversiktssiden mulig å gå videre til avtalen «*Lyse Pluss*». Opplysningssiden for avtalen er tilsvarende som for de øvrige avtalene.

Vedlegg 12 Skjerm bilde som viser opplysningsside for Lyse Pluss, 10.03.2023

3.3 Oversikt over avtaler

Helt nederst på oversiktssiden er det en knapp «*Alle avtaler*», som fører til en oversikt over Lyse Dialogs aktive avtaler og avtaler som ikke lenger tilbys. Oversikten er skjematisk med prisopplysninger for de enkelte avtalene.

Vedlegg 13 Skjerm bilde som viser oversikt over alle avtaler, 10.03.2023

3.4 Avtalevilkår

Lyse Dialog har samlet alle avtalevilkår for de ulike avtalene i ett vilkårssett. Vilkårene består av del 1 med særskilte vilkår, og del 2 med ulike produktvilkår.

Forbrukertilsynet trekker frem enkelte punkter i vilkårene:

Del 1 punkt 2 bokstav c:

«Lyse inngår avtale med kunden under forutsetning av at kunden anses betalingsdyktig. Kunden aksepterer at Lyse kan innhente kredittvurdering av kunden. Dersom kredittvurderingen etter Lyses mening sannsynliggjør fare for betalingsmislighold, kan Lyse avvise kundens bestilling, eventuelt si opp avtalen.»

Del 1 punkt 3 bokstav a:

«Fakturering skjer, med mindre annet er avtalt, etterskuddsvis hver måned i henhold til Lyses til enhver tid gjeldende standard faktureringsbetingelser. Vilkår finnes på lyse.no»

Del 2 under Lyse Ung:

«Dersom vilkår for avtalen ikke oppfylles, flyttes avtaleforholdet automatisk over til Lyse Spotpris.»

Del 2 under Lyse Hytte:

«Lyse Hytte forutsetter at kunde har et strømprodukt fra Lyse i bolig. Dersom avtale i bolig opphører, og ikke annet avtales, endres denne avtalen automatisk til standardprodukt.»

Vedlegg 14 Avtaler og vilkår – Lyse

Lyse Dialog har i tillegg egne Standard Betalingsbetingelser, der det blant annet fremgår følgende:

«Lyse sender ut faktura hver måned. Fakturagebyr er kr. 49,- (inkludert mva.)»

Vedlegg 15 Standard Betalingsforpliktelser - Lyse

4 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER

4.1 Markedsføringen utgjør oppfordringer til kjøp

Etter Forbrukertilsynets syn utgjør markedsføringen av avtalene, slik det fremgår i vedlegg 1, 3-5, 9-11 og 12, 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.

Forbrukertilsynet bemerker at både markedsføringen som fremgår i oversiktssiden over strømavtaler (se vedlegg 1), opplysningssidene (se vedlegg 3-5 og 12) og bestillingssidene (se vedlegg 9-11) for avtalene regnes som kjøpsoppfordringer.

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 Lyse Dialogs 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 kvalifiseringsvilkår – krav til kredittverdighet/betalingsdyktighet

Som det fremgår av vedlegg 14, er det i Lyse Dialogs vilkår inntatt et punkt om at avtalen inngås under forutsetning av at kunden anses som betalingsdyktig. Dersom kredittvurderingen etter Lyse Dialogs vurdering sannsynliggjør fare for betalingsmislighold, kan Lyse Dialog avvise kundens bestilling. Dette utgjør et kvalifiseringsvilkår for Lyse Dialogs avtaler.

Et kvalifiseringsvilkår 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 konsekvensene av ikke å være kredittverdig, skal da fremgå av markedsføringen.

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

Det står ikke noe om kredittvurdering eller adgangen til å avslå kunder i markedsføringen av noen av Lyse Dialogs avtaler.

Forbrukertilsynet anser dermed at Lyse Dialog 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 kredittvurdering og virkninger av at kunden ikke anses tilstrekkelig kredittverdig, 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 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 Lyse Dialogs 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 Lyse Dialogs markedsføring av alle strømvavtaler på hjemmesiden, se vedlegg 1, 3-5, 9-11 og 12, 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 Lyse Dialogs «*Standard Betalingsbetingelser*», se vedlegg 15, at kunden ilegges et fakturagebyr på kr 49 når regningen ikke sendes på eFaktura, EHF-faktura eller e-post, se vedlegg 16.

Etter prisf. § 20 bokstav b, følger det at opplysninger om avtalens obligatoriske priselementer anses som vesentlige opplysninger og skal fremgå av markedsføring av strømvavtaler med oppfordring til kjøp, jf. mfl. § 8 første ledd jf. tredje ledd.

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 ikke se at opplysninger om fakturagebyr fremgår av markedsføringen av noen av Lyse Dialogs avtaler, se vedlegg 1, 3-5, 9-11 og 12.

Forbrukertilsynet anser dermed at Lyse Dialog i markedsføringen utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysninger fakturagebyr og gebyrets størrelse, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav b. Under enhver omstendighet er opplysningen ikke presentert på en hensiktsmessig måte som setter forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

Fakturagebyret utgjør mer enn fastbeløpet for samtlige avtaler som tilbys av Lyse Dialog. 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 forbruker til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville truffet.

Forbrukertilsynet vurderer at Lyse Dialogs markedsføring av alle strømvavtaler på hjemmesiden, se vedlegg 1, 3-5, 9-11 og 12, 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 Avtalen «Lyse Ung» - villedende utelatelse av opplysning om samtidig inngåelse av, og vesentlige opplysninger om, avtalen «Lyse Spotpris»

I markedsføringen av avtalen «Lyse Ung» fremgår det at dette er en avtale for kunder mellom 18 og 35 år, se vedlegg 1, 4 og 10. I vilkårene for avtalen fremgår det at en kunde som ikke oppfyller vilkår for avtalen, automatisk vil flyttes over på avtalen «Lyse Spotpris», se vedlegg 14.

Slik Forbrukertilsynet leser dette, vil resultatet av at en kunde ikke oppfyller alderskravet for «Lyse Ung» ved avtaleinngåelse, være at kunden i stedet automatisk inngår avtale om «Lyse Spotpris». For løpende kundeforhold vil avtalen være tidsbegrenset frem til det tidspunktet kunden fyller 35, hvoretter kunden flyttes over på «Lyse Spotpris».

Dersom en avtale er tidsbegrenset, vil avtalen som utgangspunkt opphøre når avtaletiden utløper, dersom ikke annet er avtalt. Dersom et kvalifiseringsvilkår ikke er oppfylt, vil avtale ikke bli inngått. Når forbruker her i stedet automatisk flyttes over på en annen avtale uten bestemt varighet, vil avtalen «Lyse Ung» i realiteten være en tidsubestemt avtale der priselementene er garantert i en viss tid. Imidlertid skiller avtalen seg vesentlig fra en ordinær

prisgaranti, ved at prisen etter den første avtaleperioden her er kjent. Avtalen («*Lyse Ung*») vil da i realiteten være i kampanjeperiode på den tidsubestemte avtalen («*Lyse Spotpris*»).

Siden en kunde her i begge tilfeller flyttes over på en annen avtale enn den som ble inngått, vil dette og alle vesentlige opplysninger om «*Lyse Spotpris*» regnes som vesentlige opplysninger om avtalen «*Lyse Ung*», jf. prisf. § 20 bokstav b og c og mfl. § 8 første ledd.

Vesentlige opplysninger skal gis på en klar, forståelig, hensiktsmessig og utvetydig måte. Det er derfor viktig at opplysningene om «*Lyse Spotpris*» plasseres på en slik måte at en forbruker får med seg opplysningene.

Det står ikke noe i markedsføringen av «*Lyse Ung*» om at en kunde som ikke oppfyller kvalifiseringsvilkåret hva gjelder alder, automatisk inngår eller flyttes over på avtalen «*Lyse Spotpris*», se vedlegg 1, 4 og 10.

Forbrukertilsynet anser dermed at Lyse Dialog i markedsføringen av «*Lyse Ung*» utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om at en kunde som ikke oppfyller alderskravet, automatisk inngår eller flyttes over avtalen på avtalen «*Lyse Spotpris*», samt alle vesentlige opplysninger om «*Lyse Spotpris*», jf. mfl. § 8. 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 at hva som skjer når en kunde ikke oppfyller, eller ikke lenger oppfyller, vilkårene for avtalen, være svært viktig for at forbrukere skal kunne forstå avtalen forbruker inngår. Dersom opplysningene om inngåelse av «*Lyse Spotpris*» og opplysninger om denne avtalen ikke fremgår av markedsføringen, vil forbrukere eventuelt risikere å ende opp på en avtale de ikke ønsker. Forbruker kunne i et slikt tilfelle valgt å ikke bytte avtale, eller å inngå en annen avtale uten en slik begrensning som «*Lyse Ung*» har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om hva som skjer når vilkårene for «*Lyse Ung*» ikke eller ikke lenger er oppfylt, 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 Lyse Dialogs markedsføring av «*Lyse Ung*», slik markedsføringen fremgår av vedlegg 1, 4 og 10, 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 Avtalen «Lyse Hytte» - villedende utelatelse av opplysning om overflytting til, og vesentlige opplysninger om, avtalen «Lyse Spotpris»

I markedsføringen av avtalen «Lyse Hytte» fremgår det at en kunde som ikke allerede har en avtale med Lyse Dialog for sin bolig, automatisk vil få avtalen «Lyse Spotpris» for sin bolig ved tegning av avtalen «Lyse Hytte», se vedlegg 1, 5 og 11.

Markedsføringen av «Lyse Hytte» inneholder ingen opplysninger om «Lyse Spotpris», se vedlegg 1, 5 og 11. Når forbrukere kan inngå «Lyse Spotpris» i sin bolig ved å inngå avtalen «Lyse Hytte», vil alle vesentlige opplysninger om «Lyse Spotpris» regnes som vesentlige opplysninger om avtalen «Lyse Hytte», se tilsvarende vurdering for avtalen «Lyse Ung» ovenfor i punkt 4.5.

I Lyse Dialogs vilkår, se vedlegg 14, er det videre inntatt et punkt om at avtalen «Lyse Hytte» automatisk endres til «Lyse Spotpris» dersom avtalen med Lyse i boligen avsluttes. Dette fremgår heller ikke av markedsføringen av «Lyse Hytte», se vedlegg 1, 5 og 11.

Det at kunden flyttes over fra «Lyse Hytte» til «Lyse Spotpris» dersom boligavtalen sies opp, er en vesentlig opplysning om «Lyse Hytte», jf. prisf. § 20 bokstav b, c og f og mfl. § 8 første ledd. Det kreves altså at det i markedsføringen også gis opplysninger om hvilken avtale kunden flyttes over på når vilkårene for «Lyse Hytte» ikke lenger er oppfylt.

Forbrukertilsynet anser dermed at Lyse Dialog i markedsføringen av «Lyse Hytte» utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om at kunden flyttes over fra «Lyse Hytte» på «Lyse Spotpris» dersom boligavtalen sies opp, samt alle vesentlige opplysninger om «Lyse Spotpris», jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav b, c og 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.

På tilsvarende måte som vurdert i punkt 4,5 ovenfor, vil manglende opplysninger om «Lyse Spotpris» i markedsføringen av «Lyse Hytte» egnet til å påvirke forbrukere til å inngå en avtale som de ellers ikke ville gjort dersom informasjonen var gitt i markedsføringen. Når det i markedsføringen også fremstår som at begge avtalene med Lyse Dialog er avhengige av hverandre, vil det for en forbruker kunne oppfattes som at oppsigelse av avtalen i boligen enten vil ha betydning for avtalen på hytten, som i at avtalen bortfaller, eller at avtalen på hytten ikke blir berørt siden forbruker hadde avtalen på inngåelsestidspunktet. Når tilfellet er at kunden ved oppsigelse av avtalen i boligen får en ny avtale for hytten, er dette noe som kan medføre at en forbruker kan ende opp på en avtale vedkommende ikke vil ha, og ikke kjente til eller hadde grunn til å kjenne til på tidspunktet for avtaleinngåelsen. Utelatelse av opplysningen om at kunden flyttes over fra «Lyse Hytte» på «Lyse Spotpris»

dersom boligavtalen sies opp, er etter Forbrukertilsynets vurdering derfor 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 Lyse Dialogs markedsføring av avtalen «*Lyse Hytte*», slik markedsføringen fremgår av vedlegg 1, 5 og 11, er villedende etter mfl. § 8.

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

4.7 Manglende opplysning om, og henvisning til, 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.

Forbrukertilsynet kan ikke se at det i bestillingsskjemaene på Lyse Dialogs hjemmesider, slik de fremgår i vedlegg 9-11, inneholder opplysninger om at avtalen kan sammenlignes på Forbrukerrådets strømprisportal eller hyperlenke til Forbrukerrådets strømprisportal . Denne opplysningen fremgår på oversiktssiden og på opplysningssiden for den enkelte avtale, se vedlegg 1, 3-5 og 12, men her er opplysningen plassert relativt langt ned på siden.

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.

For forbruker vil det i Lyse Dialogs markedsføring fremstå som at alle vesentlige opplysninger er tatt med allerede i boksen med de viktige opplysningene om den enkelte avtalen på oversiktssiden over avtalene og på opplysningssiden, se vedlegg 1, 3-5 og 12. Forbruker må eventuelt scrolle langt forbi bestillingsknappen for å få det med seg. Slik Lyse Dialog presenterer opplysningen, er det en stor risiko for at en forbruker bestiller den enkelte strømvavtalen uten å få med seg opplysningen. Plasseringen er da ikke hensiktsmessig i tråd med lovens krav.

Forbrukertilsynet anser dermed at Lyse Dialog i markedsføringen utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning (se

vedlegg 9-11), og presenterer opplysningen på en uhensiktsmessig måte der hvor opplysningen faktisk gis (se vedlegg 1, 3-5 og 12). Den vesentlige opplysningen som er utelatt og presentert uhensiktsmessig i Lyse Dialogs markedsføring, er at den enkelte avtale kan sammenlignes med andre avtaler på Forbrukerrådets strømprisportal strompris.no, samt hyperlenke til portalen, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav h.

Forbrukere vet ikke nødvendigvis om 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 Lyse Dialogs markedsføring. Etter Forbrukertilsynets vurdering er utelatelsen av opplysningene om Forbrukerrådets strømprisportal på bestillingssiden, og den uhensiktsmessige plasseringer på oversiktssiden og opplysningssiden for den enkelte avtale, egnet til å påvirke forbrukere til å ta en økonomisk beslutning de ikke ellers ville tatt.

Forbrukertilsynet vurderer at Lyse Dialogs markedsføring av strømvitalene i vedlegg 1, 3-5, 9-11 og 12 er villedende etter mfl. § 8.

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

4.8 Prislisten er ikke lett tilgjengelig, og mangler lenke til vilkår og opplysning 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.

Lyse Dialog har en oversikt over alle sine avtaler, som er utformet som en prisliste, se vedlegg 13. Måten å finne oversikten på, er gjennom knappen «*alle avtaler*», som er plassert helt nederst på oversiktssiden, se vedlegg 1. 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 prislisten.

Etter Forbrukertilsynets vurdering, er prislisten dermed ikke «*lett tilgjengelig*» på Lyse Dialogs 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 Lyse Dialogs prislister ikke er i samsvar med kravene i prisf. § 21.

5 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

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

- Endrer eller stanser den aktuelle markedsføringen, se oppsummeringen i punkt 1 i-iv ovenfor.
- Gjør endringer i prislister slik at disse er i samsvar med lovens krav, se punkt 4.8 ovenfor.

Vi ber om at Lyse Dialog 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 Lyse Dialog 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