

Trøndelagkraft AS  
Trøndelagkraft AS

*Dokumentet blir kun sendt pr. e-post*

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/2021-3

02.06.2023

Saksbehandler: Ingvild Olsen

Dir.tlf: 94027150

---

## Villedende markedsføring - Forbrukertilsynet ber om innrettelse

### 1 FORBRUKERTILSYNET BER OM INNRETTELSE

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

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

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

Vi ber konkret om at Trøndelagkraft i all markedsføring:

- i Gir alle vesentlige opplysninger om alle kvalifiseringsvilkår, herunder retten til å foreta kredittvurdering og adgangen til å avslå kunder ved særlige forhold, grense for forventet årlig forbruk og øvrige kvalifiseringsvilkår, samt innholdet i disse vilkårene, i markedsføring av alle avtaler hvor det slike forbehold gjelder. Dette gjelder i all markedsføring av avtaler som utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd. Se nærmere i punkt 4.3 nedenfor.
- ii Gir alle vesentlige opplysninger om alle de ulike obligatoriske priselementene, herunder gebyr for papirfaktura. 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.

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 mfl. § 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.<sup>1</sup> 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.

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.

---

<sup>1</sup> 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*».

### 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.<sup>2</sup>

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 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.<sup>3</sup>

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 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.

<sup>2</sup> Ot.prp.nr.55 (2007-2008) punkt 7.4.2.1.

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

- 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 tilleggstenester 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.

### 3 DE FAKTISKE FORHOLDENE I SAKEN

#### 3.1 Presiseringer

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

#### 3.2 Opplysningsside for avtaler

Som det fremgår i varselet om vedtak vedlegg 4, har Trøndelagkraft en oversikt over ulike avtaler. I tillegg til avtalene som nevnt i varslet om vedtak, fremgår også avtalene «*TOBB Forvaltning*», «*Trønderspot*», «*TOBB Spotpris*», «*LO favør Spotpris*» og «*Solstrøm*», se varselet om vedtak vedlegg 4-6. Fra oversikten kan man klikke seg til opplysningssiden for avtalen. «*TOBB Forvaltning*» fremgår ikke av oversiktssiden, men har en egen opplysningsside.

- Vedlegg 1** Skjerm bilde som viser opplysningsside for Trønderspot, 08.03.2023
- Vedlegg 2** Skjerm bilde som viser opplysningsside for TOBB Spotpris, 08.03.2023
- Vedlegg 3** Skjerm bilde som viser opplysningsside for LO favør Spotpris, 09.03.2023
- Vedlegg 4** Skjerm bilde som viser opplysningsside for Solstrøm, 09.03.2023
- Vedlegg 5** Skjerm bilde som viser opplysningsside for TOBB Forvaltning, 09.03.2023

Alle opplysningssider inneholder viktige opplysninger om den enkelte avtale og opplysninger om ulike priselementer.

### 3.3 Avtalevilkår

I avtalevilkårene til Trøndelagkraft er det vist til Standard Kraftleveringsavtale, i tillegg til at det gjelder særvilkår og egne produktvilkår for de ulike avtalene.

#### **Vedlegg 6** Trøndelagkraft – avtalevilkår

Forbrukertilsynet trekker frem enkelte deler av vilkårene:

Fra punkt 2 «Leveringsvilkår»:

*«a. Strømvitalene som er beskrevet nedenfor er forbeholdt personkunder med et forventet årlig forbruk opptil 50000kWh.*

*b. TrøndelagKraft har rett til å foreta kredittvurdering av potensielle og eksisterende kunder og kunne avslå/avslutte leveranse eller kreve garanti eller forskuddsbetaling fra kunder dersom resultatet av kredittvurderingen gir saklig grunn for det. Ved slik avslag eller avslutning kan TrøndelagKraft fristilles fra alle forpliktelser etter denne avtale med kort varsel. Gjenparts brev sendes fortrinnsvis elektronisk.»*

Fra punkt 3 «Betalingvilkår»:

*«g. Faktura sendes som hovedregel til kunden som papirfaktura. TrøndelagKraft anbefaler e-faktura eller annen elektronisk forsendelsesmåte. Dersom kunden velger en annen fakturatype kan det komme fakturagebyr i tillegg, etter de til enhver tid gjeldende satser [lenke til vedlegg 7].»*

Fra punkt 4 «Betingelser for TOBB Forvaltning»:

*«a. TOBB Forvaltning er forbeholdt medlemmer av TOBB og for kunder med anleggsadresse i Midt-Norge prisområde NO3.»*

Det fremgår av lenken fra «gjeldende satser» i vilkårene punkt 3 g at gjeldende satser for papirfaktura er kr 79, og kr 49 fra 01.06.2023.

#### **Vedlegg 7** Skjerm bilde som viser opplysningsside for Strømgeregning, 31,05.2023

## **4 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER - VILLEDENDE UTELATELSE AV VESENTLIGE OPPLYSNINGER I MARKEDSFØRINGEN**

### **4.1 Opplysningssiden for den enkelte strømvartalen utgjør en oppfordring til kjøp**

Etter Forbrukertilsynets vurdering er markedsføringen som fremgår på opplysningssidene for den enkelte avtale, se eksemplene i vedlegg 1-5, klart kommersiell kommunikasjon. Markedsføringen inneholder 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 oppfordring til kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd

Når markedsføringen 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 Trøndelagkrafts 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.<sup>4</sup>

### **4.3 Manglende opplysninger om kvalifiseringsvilkår**

#### *4.3.1 Manglende opplysninger om krav til kredittverdighet*

Trøndelagkraft har i sine vilkår forbeholdt seg retten til kredittvurdering av nye kunder, og avslå kunder dersom resultatet av kredittvurderingen gir saklig grunn for det.

Dersom manglende kredittverdighet kan medføre at en kunde blir avslått, utgjør dette etter Forbrukertilsynets syn et kvalifikasjonsvilkår for avtalene. 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 ved særlige grunner i markedsføringen av noen av Trøndelagkrafts avtaler, se eksemplene i vedlegg 1-5.

---

<sup>4</sup> Sak C-611/14 Canal Digital Danmark A/S 26 oktober 2016 punkt 62 og 63.



Forbrukertilsynet anser dermed at Trøndelagkraft i markedsføringen av alle avtaler på opplysningssiden for den enkelte 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 kredittvurderingen, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav f.

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 Trøndelagkrafts 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 Trøndelagkrafts markedsføring av strømvitalene på avtalenes opplysningssider, se eksemplene i vedlegg 1-5, er villedende etter mfl. § 8.

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

#### *4.3.2 Manglende opplysninger om makstak for forventet forbruk*

Trøndelagkraft har i sine vilkår et punkt om at avtalene er forbeholdt personkunder med et forventet årlig forbruk på opptil 50 000 kWh. Forbrukertilsynet forstår dette som at kunder som har et høyere forbruk enn 50 000 kWh, vil bli avslått.

Grensen for estimert, årlig forbruk utgjør etter Forbrukertilsynets syn et kvalifikasjonsvilkår for avtalene. Et kvalifikasjonsvilkår er å anse som en vesentlig opplysning etter prisf. § 20 bokstav f, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd. Opplysninger om at avtalene er forbeholdt kunder med et forventet årlig forbruk opptil 50 000 kWh, skal da fremgå av markedsføringen.

Det står ikke noe om et slikt forbehold i markedsføringen av noen av Trøndelagkrafts avtaler, se eksemplene vedlegg 1-5.

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

Etter vårt syn vil opplysningene om makstak for forventet årlig forbruk være svært viktig for forbrukere som av ulike grunner har et høyt forbruk. Selv om en gjennomsnittlig husholdning har et forbruk på mellom 10 000 kWh og 30 000 kWh,<sup>5</sup> er det sannsynlig at enkelte forbrukere nettopp har et forbruk over gjennomsnittet. Dersom opplysningene fremgår av markedsføringen, vil forbrukere som eventuelt har høyt forbruk 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 Trøndelagkrafts avtaler har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om makstak for forventet årlig forbruk, 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 Trøndelagkrafts markedsføring av alle strømvitalene, slik markedsføringen fremgår av eksemplene i vedlegg 1-5, er villedende etter mfl. § 8.

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

#### 4.3.3 Manglende opplysninger om kvalifiseringsvilkår for «TOBB Forvaltning»

Trøndelagkraft har i sine vilkår et punkt om at avtalen «TOBB Forvaltning» er forbeholdt medlemmer av TOBB og kunder med anleggsadresse i Midt-Norge prisområde NO3. Forbrukertilsynet forstår dette som at kunder som ikke oppfyller dette vil bli avslått.

Dersom avtalene er forbeholdt visse kunder, utgjør dette etter Forbrukertilsynets syn et kvalifikasjonsvilkår for avtalene. Et kvalifikasjonsvilkår er å anse som en vesentlig opplysning etter prisf. § 20 bokstav f, jf. mfl. § 8 tredje og fjerde ledd. Opplysninger om at avtalene er forbeholdt medlemmer av TOBB og kunder med anleggsadresse i Midt-Norge prisområde NO3, skal da fremgå av markedsføringen.

Det står ikke noe om et slik forbehold i markedsføringen av «TOBB Forvaltning».

Forbrukertilsynet anser dermed at Trøndelagkraft i markedsføringen av «TOBB Forvaltning» utelater vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. De vesentlige opplysningene som mangler er opplysninger om at avtalen er forbeholdt medlemmer av TOBB og kunder med anleggsadresse i Midt-Norge prisområde NO3, jf. mfl. § 8, jf. prisf. § 20 bokstav f. Under enhver omstendighet er disse opplysningene

---

<sup>5</sup> <https://www.elvia.no/smart-forbruk/forbruk-og-sparing/normalt-stromforbruk/>

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 avtalen «*TOBB Forvaltning*» er forbeholdt enkelte kunder være svært viktig for at forbrukere skal kunne forstå at de faktisk kan eller ikke kan inngå den aktuelle avtalen. Dersom opplysningene ikke fremgår av markedsføringen, vil forbrukere eventuelt 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 «*TOBB Forvaltning*» har. Forbrukertilsynet vurderer på denne bakgrunn at manglende opplysninger om hvilke kunder avtalen er forbehold for, 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 dermed at Trøndelagkrafts markedsføring av «*TOBB Forvaltning*» på opplysningssiden, slik markedsføringen fremgår av vedlegg 5, er villedende etter mfl. § 8.

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

#### **4.4 Manglende opplysninger om obligatoriske priselementer - fakturagebyr**

Trøndelagkraft har i sine vilkår et punkt om at faktura som hovedregel sendes til kunden som papirfaktura, og at det tilkommer et fakturagebyr etter de til enhver tid gjeldende satser, se vedlegg 6 og vedlegg 7.

Det følger 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 kjøpsoppfordringen.

Vi kan ikke se at opplysninger om fakturagebyr fremgår av markedsføringen i noen av Trøndelagkrafts avtaler, se vedlegg 1-5.

Forbrukertilsynet anser dermed at Trøndelagkraft i markedsføringen utelater en vesentlig opplysning som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den vesentlige opplysningen som mangler er opplysning fakturagebyr og størrelsen på fakturagebyret, jf. mfl. § 8, 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. Når fakturagebyret er kr 79, nå kr 49, er dette mer enn fastbeløpet for nesten samtlige avtaler som tilbys av Trøndelagkraft. Fakturagebyret vil derfor innebære en vesentlig økning av de faste obligatoriske kostnadene i strømvartalen, foruten selve strømutfikten. Etter Forbrukertilsynets vurdering er utelatelsen av opplysningen om fakturagebyret og dets størrelse egnet til å påvirke forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet, for eksempel ved at de ikke ville inngått avtalen, om opplysningen var gitt.

Forbrukertilsynet vurderer at Trøndelagkrafts markedsføring, slik markedsføringen fremgår av eksemplene i vedlegg 1- 5, er villedende etter mfl. § 8.

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

## 5 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

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

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

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

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

Med hilsen

Tonje Drevland e.f.  
underdirektør

Ingvild Olsen  
juridisk rådgiver

*Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur*