

Ansvarlig advokat: Caroline Lund

## Notat

Til: Forbrukerrådet v/ Elin Vestrum

Fra: Hilde K. Ellingsen

Dato: 19. november 2019

Sak: 2732 Forbrukerrådet – Strømpris.no

**Unntatt fra offentlighet, jf. offl. § 15, 2. ledd**

## PRISSAMMENLIGNINGSTJENESTEN STØMPRIS.NO – JURIDISK BISTAND

### 1. Innledning

Advokatfirmaet Lund & Co er etter anbudskonkurranse engasjert av Forbrukerrådet til å bistå med juridiske vurderinger tilknyttet Forbrukerrådets arbeid med strømmarkedet. Som ledd i Forbrukerrådets arbeid med å forbedre den digitale tjenesten Strømpris.no er Lund & Co bedt om å vurdere sakens juridiske sider. Nedenfor følger våre vurderinger og anbefalinger.

Notatet er lagt opp slik: I punkt 2 redegjør vi kort for sakens bakgrunn. I punkt 3 vurderer vi om Forbrukerrådet har hjemmel til å kreve informasjon om minimum varighet av priser i spotbaserte strømvavtaler, mens vi i punkt 4 ser nærmere på om leverandørene opptrer lov- og avtalestridig ved å utelate informasjon om varighet av priser i spotbaserte strømvavtaler. I punkt 5 vurderer vi hvorvidt avtaleformen «innkjøpspris», hvor den faktiske prisen ikke opplyses, kan være lovstridig. Deretter følger vår oppsummering og konklusjon i punkt 6.

### 2. Sakens bakgrunn

Forbrukerrådet drifter prissammenligningstjenesten Strømpris.no. Portalen er ment å gi forbrukerne oversiktlig og lett tilgjengelig informasjon over hvilke kraftleveringsavtaler som tilbys i sluttbrukermarkedet, slik at de kan sammenligne betingelser og ta informerte og aktive valg. Det vil igjen bidra til effektiv konkurranse mellom kraftleverandørene.

Forbrukerrådet ønsker å forbedre Strømpris.no for å sikre at tjenesten ikke leder kundene inn i dårlige strømvavtaler som følge av at avtalene som rapporteres inn til Forbrukerrådet ikke angir hvor lenge pris

og vilkår i strømvitalene varer. Det er avdekket at mange aktører i strømmarkedet opererer med kampanjepriser med svært kort varighet. Det finnes over hundre kraftleverandører i markedet, og i kampen om kundene innrapporteres gjerne lave inngangspriser for å vinne prissammenligningen. En kunde som tegner en slik avtale, kan etter kort tid risikere å bli sittende med et dyrt strøabonnement.

Forbrukerrådet har et pågående arbeid med å videreutvikle og forbedre prisportalen, slik at kundene får vite mer om hva slags avtale de inngår og hvor lenge et tilbud varer. Forbrukerrådet ønsker å kunne gripe inn mot strømleverandører som bryter markedsføringsloven, og villeder forbrukerne inn i ugunstige og urimelige strømvitaler. Det er særlig de spotbaserte avtalene som er lite transparente. En avtale som gjelder spotpris er etter sin natur flytende, ettersom vederlaget styres av markedsprisen; leverandørens påslag er det eneste fastpriselementet i avtalen. Noen leverandører lokker til seg kunder med lavt, og tidvis negativt påslag, for så å øke påslaget etter svært kort tid.

For at forbruker skal få informasjon om minimum varighet av spotbaserte strømvitaler foreslår Forbrukerrådet tre tiltak: (i) Rapporteringsplikt på minimum varighet av alle spotbaserte strømvitaler; (ii) opplysningsplikt om minimum varighet av alle spotbaserte strømvitaler som selges, samt (iii) å slå ned på dagens praksis, som Forbrukerrådet mener er i strid med Standard kraftleveringsavtale § 6.

### **3. Har Forbrukerrådet hjemmel til å kreve informasjon om minimum varighet av priser i spotbaserte strømvitaler?**

Alle som selger strøm i Norge, er pålagt å oppgi sine priser og vilkår til Forbrukerrådet. Rådets prissammenligningstjeneste har vært virksom fra 2015, før den tid driftet Konkurransetilsynet en strømprisportal med vesentlige likhetstrekk.

Plikten til å oppgi priser og vilkår er hjemlet i forskrift 9. mars 2015 nr. 194 om rapporteringsplikt for kraftleveringsavtaler. Forskriften utvidet og erstattet rapporteringsplikten fastsatt i Konkurransetilsynets forskrift om meldeplikt for kraftpriser fra 1997.

Rapporteringspliktens innhold er regulert i forskriftens § 5. Her heter det at strømleverandørene skal rapportere inn «*pris pr. kWh, herunder eventuelle påslag, samt eventuelle fastbeløp knyttet til kraftleveringsavtalen. Rapporteringen skal spesifisere hvilke kundegrupper kraftleveringsavtalen tilbys til, og alle relevante avtalevilkår som tillegg eller begrensninger i kraftleveringsavtalen*» (understreket her).

Plikten til å rapportere inn «begrensninger» i avtalen vil i utgangspunktet kunne hjemle en plikt til å oppgi tidsmessige begrensninger. Innrapportering av slike opplysninger vil også være nødvendig hvis rapporteringsplikten skal tjene sitt formål. Av forskriftens § 1 fremgår at forskriften skal «*bidra til god og oversiktlig informasjon om priser og vilkår i kraftleveringsavtaler til forbruker og til at slik informasjon blir offentlig tilgjengelig.*» Hvis sluttbruker skal kunne treffe en opplyst kjøpsbeslutning, må han ha fullstendig oversikt over priser og vilkår. En vesentlig komponent for å kunne vurdere betingelsene i en avtale, er varigheten på strømvitalen. Hvorvidt det er tale om en kortvarig kampanje eller en varig avtale er helt sentralt for at forbrukeren skal kunne sammenligne betingelser fra ulike strømleverandører. En rekke aktører tilbyr avtaler som fremstår som varige, men som i realiteten har en varighet på få uker. Det vil ikke la seg gjøre å sammenligne avtaler fra ulike tilbydere uten samtidig å ha informasjon om minimum varighet på de priser og vilkår som tilbys. Informasjon om hvor lenge

pris og vilkår i en strømvatle varer er en grunnleggende forutsetning for at forbrukerne skal kunne ta informerte valg når de kontraherer med en strømliverandør. Slik vi ser det, følger det både av både av forskriftens ordlyd og av formålet, at Forbrukerrådet kan kreve innrapportert opplysninger om avtalens varighet.

Forarbeidene til forskriften trekker i samme retning. I høringsnotatet som ligger til grunn for forskriftsendringen uttales følgende:

*«Den nye strømprisportalen skal være informativ og dekke samtlige kraftleveringsavtaler som tilbys i markedet. Dette forutsetter at informasjonen som ligger i portalen til enhver tid er oppdatert, men også at den inneholder all informasjon som er nødvendig for å presentere et korrekt og veiledende bilde av markedet til forbruker. Forbrukerne kan på denne måten enkelt sammenligne sin kraftleveringsavtale med andre avtaler. ...*

*Forbrukere skal ikke forledes til å tro at de har en bedre eller dårligere avtale enn det de faktisk har. Derfor er det viktig at priser og vilkår som oppgis i strømprisportalen stemmer overens med priser og vilkår som gjelder for eksisterende kunder på samme kraftleveringsavtale. ...»<sup>1</sup> (understreket her).*

Det fremgår tydelig at portalen skal innholdet all relevant informasjon forbrukeren trenger for å kunne ta stilling til innholdet i de ulike kraftleveringsavtalene. De priser og vilkår som oppgis må også reflektere de reelle avtalevilkårene i markedet. Hvis prissammenligningsportalen skal legge til rette for transparens og sammenlignbarhet, er det en forutsetning at forbrukerne får informasjon om minimum varighet på de priser og vilkår avtalen inneholder.

At forbrukerne skal ha fullstendig informasjon om tilgjengelige kraftleveringsavtaler følger også av elmarkedsdirektiv III (direktiv 2009/72). I forarbeidene til forskrift om rapporteringsplikt for kraftleveringsavtaler er det uttrykkelig vist til disse direktivforpliktelsene.<sup>2</sup> Det følger av direktivets artikkel 3(7) at forbrukerne skal motta transparent og sammenliknbar informasjon om priser, tariffier og andre vilkår for levering av strøm:

*«Member States ... shall ensure high levels of consumer protection, particularly with respect to transparency regarding contractual terms and conditions, general information and dispute settlement mechanisms. Member States shall ensure that the eligible customer is in fact able easily to switch to a new supplier. As regards at least household customers, those measures shall include those set out in Annex I.»*

I Annex I, som det vises til i bestemmelsen, står følgende:

*«Without prejudice to Community rules on consumer protection ..., the measures referred to in Article 3 are to ensure that customers (a) have a right to a contract with their electricity service provider that specifies ... the duration of the contract, the conditions for renewal and termination of services and of the contract and whether withdrawal from the contract without charge is permitted. ... (c) receive transparent information on applicable prices and*

<sup>1</sup> Forslag til forskrift om rapporteringsplikt for kraftleveringsavtaler, NVE, dok 6/2014 s. 6

<sup>2</sup> NVE, dok 6/2014 s. 6

---

*tarrifs and on standard terms and conditions in respect of access to and use of electricity services...»*

Opplysning om avtalenes varighet er en forutsetning for at strømkundene skal kunne få god og forståelig informasjon om strømavtalene, slik at de kan sammenligne avtaler og ta informerte valg. Det er vår vurdering at forskrift om rapporteringsplikt for kraftleveringsavtaler § 5 gir Forbrukerrådet hjemmel til å kreve inn slike opplysninger fra strømleverandørene.

#### **4. Opptrer leverandørene lov- eller avtalestridig ved å utelate informasjon om varighet av priser ved spotbaserte strømavtaler?**

##### **4.1 Innledning**

I det følgende vurderer vi hvorvidt leverandører som unnlater å opplyse om prisenes varighet ved spotbaserte avtaler opptrer i strid med markedsføringsloven eller Standard kraftleveringsavtale. Fremstillingen i det følgende er begrenset til å omhandle leverandører som opererer med lokkepriser, dvs. priser som ikke er ment å vare over tid. Hvis leverandøren oppgir en pris som er ment å vare, vil det ikke være snakk om villedende markedsføring, og slike seriøse aktører er det heller ikke behov for å komme til livs. Ved senere endring av betingelsene i slike langvarige avtaler må leverandøren forholde seg til varslingsfristen i Standard kraftleveringsavtale, jf. nedenfor.

##### **4.2 Markedsføringsloven**

Lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven) setter rammer for næringsdrivendes markedsføring og avtalevilkår. Loven gjennomfører direktiv 2005/29/EF om urimelig handelspraksis, og direktivet er derfor en sentral faktor ved tolkningen av bestemmelsene i loven.

EU-domstolen har gjort det klart at direktivets anvendelsesområde er betinget av to grunnleggende vilkår. De former for handelspraksis som omfattes av direktivet skal kunne henføres til en næringsdrivende og skal videre stå i direkte forbindelse med markedsføring, salg eller leveranse av et produkt fra en næringsdrivende til en forbruker:

*«Although Directive 2005/29 gives a particularly broad definition of ‘commercial practices’ ... the fact remains that the practices covered by it must be commercial in nature, that is to say, they must originate from traders, and they must be directly connected with the promotion, sale or supply of their products to consumers.»<sup>3</sup>*

Markedsføringsloven § 6 inneholder en generalklausul, hvor det fremgår at «urimelig handelspraksis» er forbudt. Det nærmere innholdet er konkretisert i andre ledd, hvor det heter at en handelspraksis er urimelig dersom den strider mot «god forretningsskikk» overfor forbrukere og er egnet til å vesentlig endre en forbrukers økonomiske atferd, slik at forbrukerne treffer beslutninger de ellers ikke ville ha truffet.

---

<sup>3</sup> C-391/12, Stuttgarter Wochenblatt avsnitt 38

En handelspraksis er alltid urimelig dersom den er villedende etter markedsføringsloven §§ 7 og 8, jf. markedsføringsloven § 6 tredje ledd. Av fjerde ledd fremgår at departementet i forskrift fastsetter de formene for handelspraksis som under enhver omstendighet skal anses som urimelige. Bestemmelsen har tjent som hjemmel til forskrift 1. juni 2009 nr. 565 om urimelig handelspraksis, jf. like nedenfor.

En handelspraksis anses som villedende dersom den inneholder uriktige opplysninger eller på annen måte er egnet til å villedde forbrukerne, jf. § 7 første ledd bokstav a-h. I den aktuelle sak er det særlig bestemmelsens bokstav d som er av relevans. Her fremgår det at praksisen er villedende dersom den er egnet til å villedde forbrukeren med hensyn til prisen på ytelsen eller hvordan prisen beregnes, eller eksistensen av en prisfordel. Når en leverandør oppgir pris uten å gjøre oppmerksom på at det er tale om en kortvarig kampanje, kan avtalen for forbrukeren fremstå som om den var varig. Det kan dermed argumenteres for at en slik lokkepris er i strid med markedsføringsloven § 7. Det er imidlertid en flytende overgang mellom § 7 om villedende handlinger og § 8 om villedende utelatelser, og det er ingenting i veien for at begge bestemmelser kan benyttes på ett og samme forhold.<sup>4</sup>

Villedende utelatelser, jf. § 8, foreligger dersom den næringsdrivendes markedsføring utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukerne trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Første ledd lyder slik:

*«En handelspraksis er villedende dersom den, i sin konkrete sammenheng og etter en helhetsvurdering, utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukerne ut fra sammenhengen trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning eller presenterer opplysningene på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte. Ved vurderingen av om opplysninger er utelatt, skal 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.»*

En næringsdrivende må sørge for at forbrukerne får et korrekt og dekkende inntrykk av ytelsen. Hvorvidt en utelatelse kan sies å være villedende vil bero på en helhetsvurdering. Hvilke opplysninger som er «vesentlige» vil variere med tanke på hvilke ytelser det er snakk om. Vesentlige opplysninger er opplysninger som en forbruker i en gitt situasjon trenger for å kunne treffe en informert økonomisk beslutning. Vi viser til EU-domstolens avgjørelse i sak C-310/15, *Vincent Deroo-Blanquart*:

*«Therefore, pursuant to Article 7(1) of Directive 2005/29, a commercial practice is to be regarded as misleading if, in its factual context, taking account of all its features and circumstances and the limitations of the communication medium, it omits material information that the average consumer needs in order to make an informed transactional decision and thereby causes or is likely to cause the average consumer to make a transactional decision that he would not have taken otherwise.»<sup>5</sup>*

EU-domstolen har lagt til grunn at pris er sentralt i så måte:

*«It should also be recalled that the information provided, before the conclusion of a contract, on the terms of the contract and the consequences of concluding it is of*

<sup>4</sup> Se sak C-611/14, *Canal Digital Danmark*, som gjaldt de tilsvarende bestemmelsene i direktiv 2005/29.

<sup>5</sup> Sak C-310/15, *Vincent Deroo-Blanquart* premiss 45.

*fundamental importance for a consumer. ... In addition, since the price is, in principle, a determining factor in the consumer's mind when it must make a transactional decision, it must be considered information necessary to enable the consumer to make such a fully informed decision.»<sup>6</sup>*

Også i forarbeidene til markedsføringsloven er ufullstendige opplysninger om pris særlig trukket frem, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) s. 193:

*«Eksempler på situasjoner der forbrukernes evne til å ta en informert beslutning reduseres merkbart kan være næringsdrivende som påvirker forbrukere til å kjøpe en ytelse ved å tillegge den egenskaper den ikke har, ved å gi ufullstendige opplysninger om pris eller ved å fremstille et tilbud som unikt eller kortvarig selv om det i realiteten ikke er et spesialtilbud.»*

Strømprisens varighet må antas å være en vesentlig opplysning. Ved strømvavtaler vil ytelsen være den samme, uavhengig av leverandør. Prisen er det eneste som skiller strømvavtalene fra hverandre, og det er derfor prisen forbrukerne orienterer seg etter når de inngår slike avtaler. Når leverandørene forholder seg tause om avtalenes begrensede varighet, og unnlater å orientere om at prisendring vil komme innen kort tid, vil det etter vårt syn være tale om en villedende utelatelse. Avtalene fremstilles som varige strømvavtaler, når det i realiteten er snakk om kampanjer av kort varighet.

Av forskrift om urimelig handelspraksis § 1 følger det en liste over handelspraksis som alltid vil anses som urimelig og forbudt. Denne «svartelisten» gjennomfører vedlegg 1 til direktivet om urimelig handelspraksis, og skal tolkes i lys av dette. Bruk av lokketilbud er særlig regulert, jf. § 1 punkt 5:

*«kjøp av ytelser til en bestemt pris uten å opplyse om et eventuelt rimelig grunnlag den næringsdrivende har for å tro at han/hun ikke vil være i stand til å levere eller få en annen næringsdrivende til å levere disse ytelsene til den aktuelle prisen innenfor et tidsrom og i en mengde som er rimelig ut fra ytelsen, reklamens omfang og oppgitt pris (lokketilbud).»*

Å fremstille en prisgunstig strømvavtale som varig når den reelt sett er av meget kort varighet, kan antas å stride mot ovennevnte bestemmelse. Når en leverandør oppgir prisen på en strømvavtale, for deretter å heve prisen etter meget kort tid, kan det tilsi at leverandøren ikke leverer ytelsen i «en mengde som er rimelig» å forvente. Vi er imidlertid ikke kjent med praksis som uttrykkelig slår fast at den type lokkepris det her er snakk om rammes av forskriften § 1 punkt 5.

Markedsføringsloven § 8 stiller særlig strenge krav til opplysningsplikten ved «oppfordring til kjøp», definert som «en kommersiell kommunikasjon som angir ytelsens egenskaper og pris på en egnet måte for den anvendte kommersielle kommunikasjonen og dermed setter forbrukerne i stand til å foreta et kjøp», jf. femte ledd. Det kan være tale om ulike markedsføringshandlinger som reklame i aviser, nettsider som viser tilbud om ytelsen, radioreklamer etc. I utgangspunktet kan enhver form for kommersiell kommunikasjon der pris på en nærmere identifisert ytelse er angitt, være å anse som en kjøpsoppfordring. Mange av de annonsebannerne som finnes på kraftleverandørenes hjemmesider må anses som kjøpsoppfordringer. Det er ikke krav om at forbrukeren må settes i stand til å inngå en bindende avtale, for eksempel ved det er lagt til rette for avtaleinngåelse på nettside, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) s. 56-57. Vi antar at også strømleverandørers opplysninger lagt inn i prisportaler vil kunne

<sup>6</sup> Forente saker C-54/17 og C-55/17, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato premiss 46-47

anses å være en oppfordring til kjøp, ettersom det ligger nær å anse inngivelse av opplysninger om ulike strømabonnement til Forbrukerrådet som «kommersiell kommunikasjon» etter markedsføringsloven § 8 femte ledd. For så vidt gjelder kjøpsoppfordringer, kreves at leverandøren informerer om både ytelsens hovedegenskaper og pris, jf. § 8 tredje ledd. Når disse to kriteriene sees i sammenheng, ligger det nær å slutte at leverandøren må opplyse om hvor lenge en gitt strømpris vil vare.

Et fellesvilkår etter §§ 7 og 8 er at praksisen bare kan anses villedende dersom den er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en økonomisk beslutning som de ellers ikke ville ha truffet. Påvirkningskriteriet vurderes ut fra virkningen markedsføringer har på en gjennomsnittsfbruker, definert som en forbruker som er «*reasonably well informed and reasonably observant and circumspect, taking into account social, cultural and linguistic factors*». <sup>7</sup> For å anses villedende er det intet krav at forbrukerne rent faktisk treffer en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet; det er tilstrekkelig at praksisen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en slik beslutning, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007-2008) s. 196.

Å unnlate å opplyse minimum varighet på priser i en strømvatle kan betraktes som urimelig handelspraksis. Hvis en leverandør gir forbruker inntrykk av at avtalen er varig mens det i realiteten er snakk om en kortvarige kampanje, kan forbrukeren forledes til å treffe en beslutning han ellers ikke ville ha truffet. De færreste forbrukere ønsker å følge med strømvatlen kontinuerlig, dra nytte av kortvarige kampanjer og bytte strømlleverandør så snart det kommer et prishopp. Tvert imot må det antas at de fleste vil ønske en strømvatle som løper over tid slik at de slipper å orientere seg i markedet til stadighet.

Når enkelte avtaler markedsføres som vanlige strømvatler, men reelt sett bare har en levetid på få uker, får kunden et feilaktig bilde av ytelsen. Vedkommende vil da kunne fatte en økonomisk beslutning på feilaktig grunnlag. Slik vi vurderer det vil leverandøren i et slikt tilfelle ha handlet i strid med markedsføringsloven §§ 7 og 8, jf. forskrift om urimelig handelspraksis § 1.

### 4.3 Standard kraftleveringsavtale

Forbrukertilsynet har utarbeidet en standardkontrakt som regulerer kjøp av strøm, og denne benyttes av aktørene i strømmarkedet. Endring av vilkår reguleres i avtalen § 6:

*«Kraftleverandør kan ved behov gjøre endringer i vilkårene. Leverandøren skal varsle kunden direkte om endringer, herunder alle endringer i pris for kundens produkt, med unntak av løpende endringer i markedsprisen for produkter basert på markedspris («spotpris») eller lignende prismodell.*

*Endring i pris eller øvrige avtalevilkår kan tidligst tre i kraft 14 dager etter at direkte varsel er sendt kunde.*

...

---

<sup>7</sup> Sak C-122/10, Ving Sverige premiss 22

*Ved vesentlige endringer i vilkårene kreves det uttrykkelig aksept fra kunden. (...) Som vesentlige endringer regnes blant annet endringer i de grunnleggende vilkårene for avtalen, for eksempel endring av produkttype» (understreket her).*

Det fremgår av standardkontrakten § 3-1 at «[k]raften leveres i henhold til avtalte produktbeskrivelse og pris». I mange tilfeller kan det likevel være tvilsomt hva som er avtalt. En rekke strømleverandører unnlater å rapportere om varigheten av den oppgitte pris, og bruker deretter varslingsfristen på 14 dager til å sette opp prisene etter avtaleinngåelsen. Forbrukerne blir dermed flyttet over på en dyrere strømvatle etter forholdsvis kort tid.

Hvorvidt en prisendring er vesentlig, vil bero på omfanget av endringen. Ved en spotprisavtale har forbrukeren forpliktet seg til å følge markedsprisen på strøm, og svingninger i markedet ligger innenfor vilkårene i avtalen. Relevante prisendringer vil derfor knytte seg til leverandørens påslag. Slik vi forstår det, er det enkelte aktører som har som sin forretningsmodell å øke prisene til de kundene som har tegnet abonnement, samtidig som det lave tilbudet fremdeles presenteres for nye kunder. Hvis leverandøren flytter kunden over fra en kampanjeavtale til en vanlig avtale, kan det være tale om en økning i leverandørens påslag på flere hundre prosent. I slike tilfeller endres avtalens karakter, og man kan dermed argumentere for at det er tale om et *annet produkt*. Endring av produkttype nevnes som eksempel på endring, men det fremgår tydelig av bestemmelsen at også andre former for endringer kan være vesentlige. Hvorvidt et prishopp utgjør en «vesentlig endring» som endrer de «grunnleggende vilkårene» for avtalen må vurderes konkret, og en må se hen til hvor markant økning i påslaget det er snakk om.

Hvis Forbrukerrådet i fremtiden krever informasjon om minimum varighet av priser i de spotbaserte strømvatlene, vil det være naturlig å se det slik at denne prisen *binder strømleverandørene*. Leverandørene vil dermed ikke kunne bruke 14-dagersfristen til å skru opp prisen innenfor den aktuelle perioden. Dette bør gjøres klar for strømleverandørene. Når perioden har løpt ut, vil Standard kraftleveringsavtale § 6 igjen gjelde.

## 5. Særlig om avtaleformen «innkjøpspris»

Kraftleverandørene tilbyr ulike typer avtaler i markedet. De tre vanligste avtaletypene er spotprisavtale, variabel pris og fastpris. Ved en *spotprisavtale* bestemmes prisen av børsen Nord Pool, i tillegg til et påslag og evt. månedlig fastbeløp til strømleverandøren. En avtale om *variabel pris* følger utviklingen på strømmarkedet, som regel med to ukers forsinkelse. Kunder med *fastprisavtale* betaler et fast beløp over en periode, for eksempel et år. I slike tilfeller vil kunden betale for sitt månedsforbruk multiplisert med fastprisen. I tillegg til de nevnte avtaler, oppgir Strømpris.no priser på avtaletypen «innkjøpspris». Denne avtaletypen er forklart slik på Strømpris.no:

*«På strømpris.no viser vi innkjøps- og spotpris under samme fane "Spotpris/Innkjøpspris". Med en innkjøpsprisavtale følger strømprisen din utviklingen på kraftbørsen Nord Pool, på samme måte som en spotprisavtale. Innkjøpspris skiller seg ofte fra spotpris ved at det er en veid spotpris og lagt til eventuelle innkjøpskostnader. Derfor er innkjøpsprisen ofte dyrere enn spotprisen fra Nord Pool.»*



Forbrukerrådet har informert om at innkjøpspris er en avtaleform hvor visse priselementer utelates, slik at forbruker ikke har mulighet til å vite hva avtalene faktisk koster. Innkjøpsprisavtalene baserer seg angivelig på spotpris, men inneholder såkalte «innkjøpspriskostnader» som ikke er nærmere spesifisert av leverandør. Når visse priselementer holdes utenfor, blir de oppgitte prisene kunstig lave. Prisene som oppgis gir ikke et dekkende bilde av hva kunden faktisk må betale, og det vil derfor ikke være mulig å sammenligne denne avtaletypen med andre former for avtaler i markedet.

Det følger av markedsføringsloven § 10 at den som i næringsvirksomhet selger ytelser til forbrukere skal så langt det er praktisk mulig informere om priser slik at disse lett kan ses av kundene. Med hjemmel i denne bestemmelsen er det fastsatt nærmere krav til prisopplysninger i forskrift 14. november 2012 nr. 1066 om prisopplysninger mv. for varer og tjenester (prisopplysningsforskriften). Forskriften har et eget kapittel om salg av elektrisk kraft, jf. kapittel 6. Opplysninger i informasjon og markedsføring er regulert i forskriften § 21. Her heter det at «[n]år det som ledd i næringsvirksomhet opplyses om priser i annonse eller annen markedsføring som helt eller delvis retter seg til forbruker, skal kraftprisen opplyses. Skal det i tillegg til kraftprisen betales et fastbeløp som er uavhengig av forbruket, skal gjennomsnittspriser per kWh ved et forbruk på 10 000, 20 000 og og 30 000 kWh opplyses.» Tilbud med variable kraftpriser er særskilt regulert i forskriften § 22. Det skal opplyses hvordan fordelingen av forbruket og den variable prisen beregnes, og et tilbud med både variable priser og gjennomsnittspris skal opplyse om forutsetningene for beregningen.

EU-domstolen har vært tydelig på at prisen på et produkt utgjør sentral informasjon, og at dette omfatter alle relevante priskomponenter, jf. blant annet sak C-310/15, *Deroo-Blanquart*. En særlig relevant sak å trekke frem i denne sammenheng er sak C-611/14, *Canal Digital Danmark*. I sine annonser på TV og internett, oppga Canal Digital den månedlige kostnaden på sine tv-abonnementer tydelig, men plikten til å betale for en seks måneders korttjeneste ble opplyst i liten skrift nederst på skjermen. På Canal Digital's bannerannonse på internett, ble bare månedsprisen opplyst. Aktøren ble bragt inn for en dansk domstol for brudd på forbudet mot villedende prisinformasjon, og den danske domstolen spurte EU-domstolen om hvordan direktiv 2005/29 var å forstå på dette punkt. EU-domstolen slo fast at en forbruker må kunne forstå totalprisen på et produkt. Å fremheve bare ett av flere priselementer vil utgjøre villedende markedsføring dersom forbrukeren forledes til å tro at han får et særlig fordelaktig tilbud, og at han dermed fatter en kjøpsbeslutning han ellers ikke ville ha fattet. De sentrale premissene fra avgjørelsen hitsettes:

*«Where the price of a product, as defined in Article 2(c) of Directive 2005/29, is divided into several components, one being particularly emphasised in the marketing, while the other, which nevertheless constitutes an inevitable and foreseeable element of the price, is completely omitted or is presented less prominently, an assessment should be made, in particular, whether that presentation is likely to lead to a mistaken perception of the overall offer.*

*This will be the case, in particular, if the average consumer is likely to have the mistaken impression that he is offered a particularly advantageous price, due to the fact that he could believe, wrongly, that he only had to pay the emphasised component of the price, which it is for the referring court to assess.*

*In accordance with the wording of Article 6(1) of Directive 2005/29, the relevant commercial practice must, moreover, cause, or be likely to cause an average consumer 'to take a transactional decision that he would not have taken otherwise'.*

*It should be noted, in that regard, that the price is, in principle, a determining factor in the mind of the average consumer, when he has to make a transactional decision.*

*Where the price is divided into several components, it is particularly relevant, when assessing whether the commercial practice at issue is likely to cause an average consumer to take a transactional decision that he would not have taken otherwise, that the omitted or less visible component represents a significant element of the total price.»<sup>8</sup>*

EU-domstolen konkluderte med at en handelspraksis som består i å dele prisen på et produkt inn i flere komponenter og fremheve en av disse, må anses som urimelig handelspraksis etter direktivet artikkel 6 (som tilsvarer markedsføringsloven § 7), ettersom det vil gi gjennomsnittsfbrukeren et feilaktig inntrykk av at han har blitt tilbudt en gunstig pris slik at han forledes til å foreta en økonomisk transaksjon han ellers ikke ville ha foretatt. Domstolen holdt også muligheten åpen for at det kunne være tale om en villedende unnløtelse etter direktivet artikkel 7 (som svarer til markedsføringsloven § 8):

*«[W]here a trader has opted to state the price for a subscription so that the consumer must pay both a monthly charge and a six-monthly charge, that practice must be regarded as a misleading omission if the price of the monthly charge is particularly highlighted in the marketing, whilst the six-monthly charge is omitted entirely or presented only in a less conspicuous manner, if such failure causes the consumer to take a transactional decision that he would not have taken otherwise. It is for the referring court to assess, taking into account the limitations of the communication medium used, the nature and characteristics of the product and the other measures that the trader has actually taken to make material information about the product available to the consumer.»*

Denne avgjørelsen har direkte overføringsverdi til problemstillingen knyttet til strømavtaler til «innkjøpspris». En leverandør som markedsfører slike avtaler og bare informerer om *enkelte priskomponenter* og utelater andre, vil måtte anses å bedrive villedende markedsføring, eventuelt villedende uteløtelse, jf. markedsføringsloven §§ 7 og 8, hvis dette er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en beslutning de ellers ikke ville ha truffet.

Hvis leverandøren informerer om at det også inngår andre komponenter i prisen, må en foreta en nærmere vurdering av hvordan prisinformasjonen er formidlet til forbruker. Per i dag er det slik at leverandører som tilbyr strømavtaler med «innkjøpspris» unnløter å spesifisere hva de såkalte «innkjøpspriskostnadene» består i. Hvis kostnadene kan beregnes på forhånd, må disse opplyses. I det minste må leverandøren opplyse om hvilke prinsipper som ligger til grunn for beregningen av kostnadene. EU-domstolens avgjørelse i sak C-122/10, *Ving Sverige* gir god veiledning om når prisinformasjon anses å utgjøre en villedende uteløtelse. Saken hadde sitt utspring i en tvist mellom forbrukerombudet i Sverige og reisebyrået Ving om hvorvidt reklame fra sistnevnte var i samsvar med svensk markedsføringslov. Ving hadde i sine annonser angitt laveste pris på en reise, og

---

<sup>8</sup> Premiss 43-47.

forbrukerombudet mente at det var tale om en villedende utelatelse fordi prisopplysningene var utilstrekkelige. Saken ble forelagt EU-domstolen, som uttalte seg om kriteriet «villedende utelatelser». Her slo domstolen fast at dersom det ikke lot seg gjøre å slå fast prisen på forhånd, måtte leverandøren informere om hvordan prisen ble kalkulert, og også informere om eventuelle tilleggsutgifter som måtte påløpe:

*«Although it is true that information regarding the price is regarded, in Article 7(4) of that directive, as being, as a rule, material, the fact remains that Article 7(4)(c) provides that, where the nature of the product means that the price cannot reasonably be calculated in advance, the information must include the manner in which the price is calculated, as well as, where appropriate, all additional freight, delivery or postal charges or, where these charges cannot reasonably be calculated in advance, the fact that such additional charges may be payable.*

*A reference only to an entry-level price may, therefore, be justified in situations where the price cannot reasonably be calculated in advance, having regard, inter alia, to the nature and characteristics of the product. It is apparent from the information in the documents before the court that, in order to establish the final price of a trip, a certain number of variable factors may be taken into consideration, inter alia the point at which a booking is made; the interest in the destination on account of the existence of religious, artistic or sports events; the particular characteristics of seasonal conditions; and the dates and times of travel.*

*Nevertheless, where there is only an entry-level price in an invitation to purchase, and the detailed rules for calculating the final price as well as, where appropriate, the additional charges or the fact that those charges are payable are not indicated, it is necessary to ask the question whether that information is sufficient for the purpose of enabling the consumer to take an informed transactional decision or whether it must be concluded that there are misleading omissions in the light of Article 7 of Directive 2005/29.»<sup>9</sup>*

EU-domstolen slo fast at det kan være tale om villedende utelatelser hvis en forhandler bare oppgir minstepris, uten å opplyse hvordan prisen beregnes samt å indikere at det kan påløpe tilleggs kostnader. Leverandører som markedsfører avtaler med «innkjøpspris», hvor sentrale priskomponenter utelates, kan gjøre seg skyldig i brudd på markedsføringsloven § 8 dersom forbrukeren kan forledes til å fatte en kjøpsbeslutning han ellers ikke ville fattet. Som et minimum må leverandøren opplyse hvilke prinsipper som ligger til grunn for beregningen av de «innkjøpspriskostnader» som avkreves forbruker.

## **6. Oppsummering, konklusjon og anbefaling**

### **6.1 Prisenes varighet**

Slik vi ser det er det ikke tvilsomt at Forbrukerrådet har hjemmel til å kreve informasjon om minimum varighet på priser i spotprisbaserte strømvavtaler som rapporteres inn til Strømpris.no. For at forbrukerne skal kunne sammenligne tilbud fra alternative strømleverandører og treffe informerte og

---

<sup>9</sup> Premiss 63-65.

effektive kjøpsbeslutninger, må de ha full oversikt over priser og andre vilkår i strømvitalene. Dette vil ikke være mulig hvis forbrukerne mangler oversikt over varigheten av den pris som oppgis. Informasjon om priser til forbrukerne er også en viktig forutsetning for å sikre effektiv konkurranse i sluttbrukermarkedet.

Formålet med Strømpris.no er å sikre at forbrukerne skal kunne ta opplyste valg i strømmarkedet. Det vil bare være mulig hvis forbrukerne får vite om avtalenes priser og vilkår er kortvarige kampanjer eller mer varige avtaler. Strømpris.no skal også bidra til at konkurransen foregår på like vilkår mellom aktørene, og denne målsetningen er vanskelig å oppnå hvis useriøse aktører får anledning til kapre kunder gjennom å operere med lokkepriser i portalen.

Det er vår anbefaling at Forbrukerrådet ber strømlleverandørene opplyse om varigheten på de avtaler som meldes inn til prisportalen.

## 6.2 Villedende handelspraksis

Det er videre vårt syn at praksisen med å utelate informasjon om varighet av priser i spotbaserte strømvitaler kan utgjøre villedende handelspraksis, jf. markedsføringsloven §§ 7 og 8, jf. forskrift om urimelig handelspraksis § 1. Enkelte strømselskaper opplyser om priser som reelt sett bare gjelder i en kort periode, og dette gir et feilaktig bilde av hva strømutgiftene egentlig blir for den enkelte forbruker.

Det er vår anbefaling at Forbrukerrådet opplyser strømlleverandørene ved innrapportering til portalen om at utelatt informasjon om varighet etter omstendighetene kan utgjøre villedende handelspraksis.

## 6.3 Vestentlig endringer, jf. Standard kraftleveringsavtale

Hvorvidt en prisendring utgjør en «vesentlig endring», slik at det kreves samtykke fra forbrukeren etter Standard kraftleveringsavtale § 6, vil bero på en nærmere vurdering av omfanget av endringen. Hvis leverandøren flytter forbrukeren over fra en kampanjeavtale til en vanlig avtale, kan betingelsene bli så ulike at det endrer avtalens karakter. For øvrig må en vurdere om en økning i leverandørens påslag er så vidt markant at det kan sies å være tale om en vesentlig endring.

Ved å kreve informasjon om minimum varighet av priser i de spotbaserte strømvitalene, vil en kunne forhindre at leverandørene bruker 14-dagersfristen til å skru opp prisen i avtaleperioden. Det er naturlig å se det slik at den oppgitte prisen binder strømlleverandørene i den aktuelle perioden.

Det er vår anbefaling at Forbrukerrådet opplyser strømlleverandørene om at den innrapporterte strømprisen vil binde leverandøren i den perioden leverandøren har oppgitt.

## 6.4 Avtaleformen «innkjøpspris»

Avtaleformen «innkjøpspris» vil etter vårt syn være problematisk sett opp mot markedsføringsloven. Hvis leverandøren unnlater å opplyse om enkelte priskomponenter, vil han kunne opptre i strid med markedsføringsloven §§ 7 eller 8, hvis unnlåtelsen er egnet til å påvirke forbrukerne til å treffe en beslutning han ellers ikke ville ha truffet. En leverandør må informere om at det også inngår flere komponenter i prisen, og dersom enkelte komponentene ikke lar seg beregne på forhånd, må i det

---

minste prinsippene som ligger til grunn for beregningen fremgå klart. Vi anbefaler at Forbrukerrådet opplyser strømlleverandørene om dette ved innrapportering til portalen.

Skulle det vise seg vanskelig å sikre forbrukerne tilstrekkelig informasjon om de priskomponenter som inngår i avtaleformen «innkjøpspris», bør Forbrukerrådet vurdere hvorvidt denne kategorien bør videreføres i prissportalen Strømpris.no. Formålet med prisportalen er å legge til rette for at forbrukerne skal kunne ta opplyste valg i strømmarkedet. For å kunne ta opplyste valg, må forbrukerne kjenne til de vesentlige vilkår i strømvitalene, og pris er helt sentralt i så måte.