

BestEl AB
Energigatan 3
466 31 Sollebrunn**Angående marknadsföring av avtal om elhandel**

Konsumentverket/KO är den centrala tillsynsmyndigheten på konsumentområdet. Myndigheten har till uppgift att som företrädare för det allmänna övervaka efterlevnaden av bl.a. marknadsföringslagen (2008:486) och prisinformationslagen (2004:347). Konsumentverket har även utfärdat föreskrifter om prisinformation (KOVFS 2008:13).

Konsumentverket har uppmärksammat BestEls marknadsföring av vattenproducerad el på webbplatsen www.bestel.se. I marknadsföringen används påståenden som bland annat:

"Med grön el så erbjuds du ett miljövänligt alternativ."

"Vårt mål är att erbjuda billigast el med miljövänliga energialternativ!"

Vidare marknadsförs elen som lokalt producerad.

Konsumentverket/KO har vidare uppmärksammat brister i prisinformation på webbplatsen.

Rättsläget

Av 5 § marknadsföringslagen (MFL) följer att marknadsföring ska stämma överens med god marknadsföringssed. Med god marknadsföringssed avses i huvudsak Marknadsdomstolens praxis samt olika uppförandekoder och standarder såsom Internationella Handelskammarens (ICC) och Internationella standardiseringsorganisationens (ISO) regelverk. Ett grundläggande krav på all marknadsföring är att den ska vara vederhäftig, det vill säga, saklig och korrekt. Det är den som påstår något som har att styrka dess riktighet, samt för alla nära till hands liggande tolkningar och intryck som marknadsföringen kan ge vid en flyktig läsning.

Av 6 § MFL följer att marknadsföring som strider mot god marknadsföringssed enligt 5 § är att anse som otillbörlig om den i märkbar mån påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Miljöargument

Enligt 10 § st. 1 MFL får en näringsidkare inte använda sig av felaktiga påståenden som är vilseledande i marknadsföringen av sin verksamhet. Som exempel på vilseledanden anges i st. 2 p. 2 felaktiga uppgifter om

Postadress	Besöksadress	Telefon	Fax	E-post/webbadress	Giro	Org.nr
Box 48 651 02 Karlstad	Lagergrens gata 8	0771-42 33 00	054-19 41 95	konsumentverket@konsumentverket.se www.konsumentverket.se	Post: 5 99 75-3 Bank: 5050-2806	01-202100-2064

produktens ursprung, användning och risker såsom inverkan på hälsa och miljö.

Enligt den internationella miljöstandarden ISO 14021, som kan sägas ge uttryck för god marknadsföringssed, ska vaga och ospecificerade miljöpåståenden som i allmänna termer antyder att produkten skulle vara välgörande eller oskadlig för miljön, som exempelvis ”miljövänlig”, ”skonsam för miljön” och ”grön”, inte användas.

Av ICC:s regler för miljöreklam, som även dessa anses utgöra god marknadsföringssed, följer att marknadsföringen inte får vilseleda konsumenter om produkters miljöaspekter eller miljöfördelar. Särskilt gäller att uttryck som ”miljövänlig” får användas bara om de kan verifieras med mycket betryggande bevisning.

Av Marknadsdomstolens praxis framgår att ordet ”miljövänlig” i strikt mening endast kan betyda något som förbättrar eller åtminstone inte skadar miljön. Bland annat ansåg domstolen i MD 1991:11 att det var uppenbart vilseledande att använda ordet ”miljövänlig” i fråga om bilar som typiskt sett medför stor belastning på miljön. I den mån begreppet används med relativ innebörd måste det preciseras vilka miljöeffekter som åsyftas samt klargöras att det just är en relativ innebörd som avses. Liknande resonemang har även förts i senare domar i Marknadsdomstolen, se t ex. MD 2000:4 och MD 2004:12.

Vidare framgår av Marknadsdomstolens praxis att det ställs höga krav på vederhäftighet vid marknadsföring med miljöargument. Domstolen har bland annat angett att ”miljöargument som används vid marknadsföring anses ha en för konsumenter i allmänhet positiv innebörd. Stränga krav måste därför ställas på klarhet och precision vad gäller innebörden av använda uttryck.” (MD 2000:4, jfr även MD 2010:9).

I Marknadsdomstolens dom MD 2010:9 anförde domstolen att det var vilseledande att använda uttrycket ”närproducerat” för en produkt som producerats i Västra Götaland men sålts över hela landet.

Prisinformation

Av 6 § prisinformationslagen (PIL) följer att prisinformation ska lämnas när en näringsidkare tillhandahåller bestämda produkter. Med pris avses enligt 2 § PIL det slutliga priset för en bestämd produkt, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter.

Enligt 7 § PIL ska prisinformation lämnas genom en uppgift om varans pris och jämförpris. För andra produkter än varor får regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer föreskriva att jämförpris ska anges för sådana produkter.

Enligt 2 § KOVFS 2008:13 ska priset, och i tillämpliga fall jämförpriset, anges när en bestämd produkt bjuds ut till försäljning i omedelbar anslutning till säljstället. Av 4 § KOVFS 2008:13 följer att uppgifter om pris och jämförpris ska anges omedelbart bredvid varandra med en stil och

storlek som är lätt att läsa. Konsumentverket har genom 9 § KOVFS 2008:13 föreskrivit att jämförpris även ska anges vid marknadsföring av el.

Av 9 § KOVFS 2008:13 följer:

Vid marknadsföring av el med angivande av prisuppgift ska jämförpris i öre per kWh anges för en årlig förbrukning av 2 000, 5 000 och 20 000 kWh.

Beräkningen av jämförpriset ska grunda sig på det totala belopp som konsumenten betalar till näringsidkaren för sin konsumtion av el. Det ska redovisas för vilken period jämförpriset gäller.

Beräkningen av jämförpriset ska innefatta den energiskatt som tillämpas för merparten av hushållen i Sverige.

Upplysning ska lämnas om att nätkostnaden inte ingår.

Upplysning ska också lämnas om att annan energiskatt kan tillämpas för vissa områden samt hur jämförpriset i så fall påverkas för dessa områden.

I 12 § PIL anges att om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag ska MFL tillämpas. Prisinformationen ska anses vara väsentlig information enligt 10 § st. 3 MFL som därmed inte får utelämnas eftersom marknadsföringen då blir vilseledande.

Av 12 § MFL följer att marknadsföring anses vilseledande om näringsidkaren i en framställning erbjuder konsumenter en bestämd produkt med en prisangivelse utan att pris och jämförpris anges på sätt som framgår av 7 – 10 §§ PIL.

Av 8 § MFL framgår att marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § MFL är att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Enligt 23 § MFL får en näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig, förbjudas att fortsätta med denna eller någon annan liknande åtgärd. Ett förbud ska enligt 26 § MFL förenas med vite om det inte av särskilda skäl är obehövt.

Konsumentverket/KO:s bedömning

Miljöargument

Den aktuella marknadsföringen ger intryck av att vattenkraft skulle vara något positivt för miljön eller något som i vart fall inte påverkar miljön negativt. Eftersom vattenkraft har stor påverkan på främst närmiljön runt kraftverken får påståendena enligt Konsumentverket/KO anses vilseledande.

Då miljöargument i marknadsföring har ett betydande kommersiellt värde och då konsumenter får anses vara mer miljömedvetna än tidigare bedömer Konsumentverket/KO att denna typ av vilseledande marknadsföring är otillbörlig eftersom den påverkar eller åtminstone sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Konsumentverket/KO anser även att marknadsföringen strider mot god marknadsföringssed eftersom allmänt hållna påståenden om vattenkraftens fördelar för miljön presenteras utan att de verifieras på ett vederhäftigt sätt. Detta strider, som ovan nämnt, mot såväl Marknadsdomstolens praxis som ISO:s och ICC:s regler. Då marknadsföringen i märkbar mån får antas påverka eller sannolikt påverka mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut anses marknadsföringen otillbörlig även på denna grund.

Beträffande påståendet om att elen är lokalt producerad anser Konsumentverket/KO att det är vilseledande att marknadsföra el på detta sätt då BestEl enligt uppgift från webbplatsen endast har elproduktion i södra Sverige men bedriver elhandel över hela landet. Detta med hänvisning till MD 2010:9. Domen rörde visserligen uttrycket "närproducerad" men Konsumentverket/KO anser att samma resonemang kan föras angående "lokalt producerad". Konsumentverket/KO ifrågasätter om det över huvudtaget är ett relevant argument vid elförsäljning.

Prisinformation

På webbplatsen www.bestel.se marknadsförs el utan att jämförpris anges så som fastställts i KOVFS 2008:13. Under länken "Teckna avtal" finns enbart en prisuppgift utan angivande av jämförpris. Att det finns en länk till jämförpriser anser Konsumentverket/KO inte vara tillräckligt då uppgifter om pris och jämförpris ska anges omedelbart bredvid varandra enligt 4 § KOVFS 2008:13. Vidare anges "Totalt", en uppgift som inte är korrekt då det även tillkommer en månadsavgift.

Konsumentverket/KO anser att BestEls marknadsföring (bilaga 1) skett i strid med såväl 10 § st. 3 och 12 § MFL som 2, 6 och 7 §§ PIL samt 2, 4 och 9 §§ KOVFS 2008:13 då el har utbudits ut till försäljning på BestEls webbplats utan att jämförpris har presenterats på ett korrekt sätt och omedelbart invid prisuppgift.

Enligt Konsumentverket/KO:s bedömning påverkar den vilseledande informationen sannolikt konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Ärendets fortsatta handläggning

Innan Konsumentverket/KO tar ställning till huruvida några ytterligare åtgärder ska vidtas i ärendet bereds BestEl AB tillfälle att yttra sig över vad som ovan anförts. Yttrandet ska vara Konsumentverket/KO tillhanda senast den 14 mars 2011.

Var vänlig uppgi mitt namn (Eva Moberg) samt ovanstående ärendenummer i all kommunikation med Konsumentverket/KO.



Eva Moberg
Jurist