



FORBRUKARTILSYNET

Retningslinjer frå
Forbrukartilsynet

Marknadsføring av flybilletter der det berre blir tilbydd eit avgrensa tal billetter til annonsert pris

1. Innleiing

Retningslinjene gir uttrykk for dei krava Forbrukartilsynet vil stille til marknadsføring av flybilletter når det berre blir tilbydd eit avgrensa tal plassar til annonsert pris.

Når det gjeld andre problemstillingar i tilknytning til marknadsføring av flybilletter, viser vi til [Bransjenorm ved sal av pakkereiser og formidling av flybilletter over internett](#) og [Forbrukartilsynet si rettleiing om prismarknadsføring](#).

§§ 7 og 8 i marknadsføringslova er dei mest sentrale for retningslinjene. Marknadsføringslova §§ 7 og 8 forbyr bruk av ukorrekt, villeiande og utilstrekkeleg rettleiande marknadsføring som er eigna til å auke etterspurnaden etter varer og tenester.

Opplysningar om prisar skal vere klare og eintydige, og prisen som blir marknadsført, må vere reell.¹

Forbrukartilsynet sin praksis etter marknadsføringslova tilseier at det så langt det er praktisk mogleg, må opplysast om eventuelle vilkår og avgrensingar i eit marknadsført tilbod. Slik informasjon må kome fram med tilnærma like klar informasjonseffekt som hovudbodskapen i marknadsføringa.

Marknadsføringa må endrast straks, eller snarast råd, etter at tilbodet ikkje lenger er tilgjengeleg til annonsert pris.

Vi gjer merksam på at ved brot på marknadsføringslova eller anna lovgiving som vi handhever, kan Forbrukartilsynet fatte vedtak om forbod, påbod, tvangsmulkt og i visse tilfelle lovbrotsgebyr, jf. mfl. §§ 39 – 43

2. Opplysningar om avgrensing av talet på plassar til annonsert pris

2.1 Definisjonar

Kampanjetiltak

Kampanjetiltak - priser som kun gjelder i en avgrenset tidsperiode og hvor dette fremgår av markedsføringa.

Faste lave priser

Faste lave priser - priser som ikke markedsføres som gjeldende kun i en på forhånd avgrenset tidsperiode.

2.2 Retningslinjer for marknadsføring av kampanjetiltak

Dersom talet på billetter som blir lagde ut til kampanjepris, er så avgrensa at billettane kan bli utselde i kampanjeperioden, må det i marknadsføringa opplysast om at tilbodet berre gjeld eit avgrensa tal plassar.

¹ [Sjå rettleiing frå Forbrukartilsynet om prismarknadsføring, punkt 2 Generelt om prismarknadsføring](#)

Dersom tilbodet ikkje gjeld alle vekedagar, må det opplysast om det i marknadsføringa. Det må i så fall gå fram av marknadsføringa at tilbodet til dømes ikkje gjeld for avgangar torsdagar, fredagar og søndagar eller i samband med spesielt nemnde høgtidsdagar.

Dersom det på det tidspunktet da eit marknadsføringstiltak blir sett i gang, blir tilbydd så få billetter at det kan vere færre enn 20 billetter til sals per dag til annonsert pris, må dette gå fram av marknadsføringa. Det må opplysast i marknadsføringa kva dagar dette kan vere aktuelt, til dømes at talet på billetter til annonsert pris er svært avgrensa (kan vere færre enn 20 per dag) for avgangar på torsdagar, fredagar og søndagar eller i samband med eventuelle høgtidsdagar i kampanjeperioden.

Fly med 72 sete eller færre blir rekna som små fly etter desse retningslinjene, og det som står i avsnittet ovanfor, gjeld ikkje for dei.

For marknadsføring av billetter for små fly gjeld i staden dette:

Dersom det på det tidspunktet da marknadsføringstiltaket blir sett i gang, blir tilbydd så få billetter at det kan vere færre billetter enn 10 % av samla tal på plassar per dag tilgjengeleg til annonsert pris, må dette gå fram av marknadsføringa. Det må opplysast i marknadsføringa kva dagar dette kan vere aktuelt, til dømes at talet på billetter til annonsert pris er svært avgrensa (kan vere færre billetter enn 10 % av samla tal på plassar per dag) for avgangar på torsdagar, fredagar og søndagar eller i samband med eventuelle høgtidsdagar i kampanjeperioden.

2.3 Retningslinjer for marknadsføring av faste låge prisar

Prisane som blir annonserte, må vere representative, det vil seie at det til kvar tid må vere ein reell sjanse til å få tak i billetter til annonsert pris.

Det må til kvar tid vere ein reell sjanse til å få tak i billetter til annonsert pris med avreisedato i nærmaste framtid frå annonseringstidspunktet. Med nærmaste framtid er her meint ein tidsperiode på tre månader rekna frå annonseringstidspunktet.

Viktige avgrensingar i tilbodet må gå fram av marknadsføringa. Det må til dømes opplysast i marknadsføringa dersom den annonserte prisen berre gjeld visse vekedagar, til dømes ikkje på avgangar torsdagar, fredagar og søndagar eller dersom prisen ikkje gjeld på spesielt nemnde høgtidsdagar.

3. Tinging

Både telefonisk og etter internettsøk bør ein på ein lettfattelig måte få opplysning om datoar og avgangar der det finst billetter til annonsert pris. Forbrukaren bør ikkje måtte søkje på kvar dato for å sjå om det finst billetter til annonsert pris. Det bør også vere mogleg for forbrukaren å søkje etter pris, det vil seie at det er opplyst om på kva datoar og avgangar det til kvar tid er tilbod om reiser til annonsert pris.