

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 22/5714-1

04.07.2022

Saksbehandler: Atle Eika

Dir.tlf: 94027138

Orienteringsbrev til alarmbransjen - nærmere om regler i markedsføringsloven og angrerettloven

1 BAKGRUNN

Forbrukertilsynet fører tilsyn med markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår. Dere finner mer informasjon om oss på www.forbrukertilsynet.no.

På bakgrunn av tips og klager som Forbrukertilsynet har mottatt på alarmtilbydere de siste årene, ser vi behov for å ta opp en rekke problemstillinger knyttet til blant annet markedsføring, avtalevilkår og avtaleinngåelse.

Forbrukertilsynet er opptatt av at det stilles like krav til aktører som tilbyr alarmtjenester. Dette er bakgrunnen for at det blir sendt ut et felles orienteringsbrev. Vi gjør oppmerksom på at alle punkter i brevet derfor ikke vil være relevant for alle aktører.

Vi ber om at dere gjør nødvendige endringer på de punkter som gjelder dere. Vi ber også om at dere bekrefter at brevet er mottatt og lest. Ved framtidig tilsyn vil vi legge vekt på at dere har mottatt veiledning om regelverket.

I det følgende vil vi redegjøre nærmere for kravene til å oppgi pris på nettsiden (punkt 2), regelverket knyttet til dørsalg (punkt 3), urimelige avtalevilkår om oppsigelsestid (punkt 4) og opplysningsplikten som følger av angrerettloven når avtalen inngås ved fjernsalg og salg utenfor faste forretningslokaler (punkt 5).

2 PRISOPPLYSNINGER I MARKEDSFØRING

2.1 Manglende prisinformasjon på nettsiden

For at forbrukerne skal kunne ta informerte valg, må de på en enkel måte kunne gjøre seg kjent med prisen hos forskjellige aktører. Det følger av mfl. § 10 første ledd at den som i næringsvirksomhet selger varer, tjenester eller andre ytelser til forbrukere så langt det er mulig skal informere om prisene slik at de lett kan ses av kundene.

Det er gitt nærmere regler om gjennomføringen av prisopplysning for tjenester i prisopplysningsforskriften kapittel 3. Det følger av forskriftens § 11 at prisopplysninger skal gis ved lett synlig prisoppslag eller ved prisliste lagt frem på det stedet tjenesten vanligvis bestilles. Dersom den næringsdrivende har hjemmeside på internett, så skal oppdatert prisliste også fremgå av hjemmesiden.

Forbrukertilsynet ser at flere aktører ikke gir prisopplysninger på nettsiden. For å vite hva tjenesten koster er forbrukeren nødt til å ringe selskapet eller gi fra seg kontaktopplysninger for å så bli kontaktet per telefon.

For å kunne ta et informert valg om det er aktuelt å få et individuelt pristilbud gjennom telefonsalg, må forbrukeren på forhånd kunne danne seg en oppfatning om prisen.

Vi ber derfor om at det som et minimum gis prisopplysninger på nettsiden gjennom en prisliste. Prislisten må inneholde informasjon om de faste kostnadene som alltid vil påløpe ved tjenesten. De variable kostnadene som er basert på forbrukerens ønsker og behov skal også fremgå.

2.2 Villedende bruk av pristilbud ved «test» på nettsider

Markedsføringsloven § 6 forbyr urimelig handelspraksis. En handelspraksis er alltid urimelig dersom den er villedende etter § 8. En handelspraksis er villedende etter § 8 dersom den utelater eller skjuler vesentlige opplysninger som forbrukerne ut fra sammenhengen trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning, eller dersom den presenterer opplysningene på en uklar, uforståelig, tvetydig eller uhensiktsmessig måte. Praksisen må videre være egnet til å påvirke forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville truffet.

Forbrukertilsynet har registrert at flere selskaper operer med en «test» på nettsiden, hvor forbrukeren kan få pristilbud på alarm etter forbrukeren har svart på ulike spørsmål som kartlegger forbrukerens antatte behov. Markedsføringen av «testen» gir inntrykk av at forbrukeren vil få et tilbud direkte på nettsiden etter å ha oppgitt eksempelvis boligtype, boligstørrelse og postadresse. Realiteten er imidlertid at forbrukeren i siste trinn, etter å ha fylt ut alle opplysningene, også her blir bedt om å fylle inn telefonnummer eller e-post slik at

selskapet kan kontakte forbrukeren med et tilbud.

Etter Forbrukertilsynets vurdering utelates vesentlig informasjon i strid med mfl. § 8, jf. § 6. Opplysningene som utelates er at forbrukeren i slutten av testen må gi fra seg kontaktopplysninger, og at tilbudet vil gis over telefon eller e-post. Dette er informasjon som forbrukeren må få før de bestemmer seg for å starte «testen».

Forbrukertilsynet ber om at slike tester gir et korrekt inntrykk om *hvordan* forbrukeren vil få pristilbudet.

3 DØRSALG

Forbrukertilsynet mottar jevnlig klager på alarmbransjens bruk av dørsalg. Forbrukerne reagerer blant annet på dørselgere som ikke presenterer seg som selger og ikke oppgir hvem de representerer, at dørselgere er pågående, bruker villedende informasjon i markedsføringen og at anmodninger om å ikke bli kontaktet på denne måten ikke blir respektert.

I likhet med andre salgsformer må ikke dørsalg være i strid med god markedsføringsskikk, jf. markedsføringsloven § 2. Den må heller ikke utgjøre en urimelig, villedende eller aggressiv handelspraksis, jf. §§ 6 til 9.

I forskrift om urimelig handelspraksis § 1 listes det opp en rekke former for handelspraksis som under enhver omstendighet er sett på som urimelig og dermed forbudt, jf. mfl. § 6 femte ledd. Under punkt 25 i forskriften fremgår eksempelvis at det er forbudt «*Å personlig oppsøke forbrukerens bolig og overse forbrukerens anmodning om å forlate stedet eller ikke komme tilbake annet enn under omstendigheter og i det omfang som i henhold til nasjonal lovgivning er berettiget for å kreve oppfyllelse av en avtaleforpliktelse.*»

Ved dørsalg mottar forbrukeren en salgshenvendelse i sitt private hjem. Dette kan oppleves som en forstyrrelse av privatlivets fred. Forbrukeren er ofte uforberedt på salgshenvendelsen, og det kan være vanskelig å avslå et tilbud som framsettes på denne måten. Tilsynet ber derfor bransjen om å være bevisst på at dørsalg er en påtrengende salgsform og at en for aggressiv og pågående oppførsel overfor forbrukeren i seg selv kan være lovstridig.

Ved innledning av samtalen skal selgeren presentere seg med firmanavn, opplyse om formålet med samtalen, og forsikre seg om at den vedkommende snakker med har myndighet til å inngå avtalen. Videre skal selgeren respektere et ønske fra forbrukeren om å ikke innlede, eller å avslutte salgssamtalen. Dette kan også være aktuelt før selgeren har vært i kontakt med forbrukeren dersom det gjennom skilt eller annen tydelig merking

fremkommer at det ikke ønskes kontakt med selgere.

Under salgssamtalen skal selgeren gi en klar, korrekt og fullstendig beskrivelse av tilbudet. Det må ikke anvendes ord som er egnet til å gi overdrevne eller villedende forestillinger om tilbudet, eller på annen måte bryter med de generelle reglene i markedsføringsloven. Det må heller ikke brukes feilaktig informasjon, eksempelvis at det er en «innbruddsbølge» i området eller feilaktig påstander om konkurrenters produkter.

Les mer om dørsalg i vår veileder [her](#).

Forbrukertilsynet ber om at dere går gjennom interne rutiner for å sikre at selskapets bruk av dørsalg er i tråd med regelverket.

Vi gjør avslutningsvis oppmerksom på at det ventes nye regler om dørsalg i forbindelse med gjennomføring av moderniseringsdirektivet.¹

4 OPPSIGELSESTID

Etter mfl. § 22 kan vilkår som nyttes i næringsvirksomhet overfor forbrukere forbys dersom de finnes «urimelige overfor forbrukerne» og forbud «tilsies av allmenne hensyn».

Selv om også andre momenter vil kunne være relevante, angir andre ledd at det særlig er to forhold som skal vektlegges ved vurderingen av om et avtalevilkår er urimelig. Vilkåret i avtalen skal for det første være klart og tydelig formulert, slik at forbrukeren enkelt kan sette seg inn i og forstå det. For det andre skal hensyn tas til balansen mellom partenes rettigheter og forpliktelser. Når det gjelder spørsmålet om terskelen for inngripen har Høyesterett i Rt. 2006 s. 1348 uttalt at det normalt ikke bør kreves særlig stor ubalanse før det kan gripes inn med hjemmel i mfl. § 22, men at det ikke er tilstrekkelig at man finner at balansen kunne vært bedre.

Markedsrådet har i sin praksis uttalt seg om bruken av innelåsende vilkår i standardkontrakter og hvordan mfl. § 22 skal forstås. I avgjørelsene har det blant annet blitt fokusert på hvorvidt vilkårene innebærer en innelåsende effekt for forbrukeren, graden av en slik innlåsende effekt, herunder hvilke muligheter forbrukeren har for å komme seg ut av avtalen og hva det vil koste, og hvorvidt den innelåsende effekten fremstår som legitimt begrunnet, jf. bl.a. MR-2005-25 (Vaktservice AS), MR-2006-18 (Barne- og ungdomsavisen AS) og MR-2009-987 (Telinet Energi AS).

¹ Se <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/horing10/id2785898/?expand=horingsnotater&lastvisited=-undefined>

Forbrukertilsynet har merket seg at flere alarmtilbydere opererer med en oppsigelsesfrist² på 3 måneder, der oppsigelsesfristen begynner å løpe påfølgende måned. Dersom forbrukeren sier opp tidlig i måneden, kan oppsigelsestiden i realiteten være opp mot 4 måneder.

Det kan stilles spørsmål ved om en slik oppsigelsesfrist har som formål å låse forbrukerne til avtalen for å skape en fordelaktig økonomisk langsiktighet til potensiell skade for forbrukerne. En slik innlåsing, som ikke er begrunnet i legitime hensyn, vil etter Forbrukertilsynets vurdering medføre en ubalanse i partenes rettigheter og plikter som er urimelig og i strid med mfl. § 22.

Forbrukertilsynet har forståelse for at selskapet trenger en viss tid for å effektivere oppsigelsen og eventuelt montere ned utstyret. Vi ser imidlertid ikke at dette hensynet tilstrekkelig begrunner nødvendigheten av å operere med en oppsigelsestid på 3 måneder.

Vi ser at flere tilbydere opererer med en oppsigelsestid på 1 måned, der oppsigelsestiden begynner å løpe påfølgende måned. Forbrukertilsynet ser dette som en indikasjon på at det er praktisk gjennomførbart også for andre alarmtilbydere.

Vi ber om at de selskapene som opererer med 3 måneders oppsigelsesfrist vurderer nødvendigheten av dette, og eventuelt redegjør for begrunnelsen. Dersom oppsigelsesfristen ikke er begrunnet i et legitimt behov, ber vi om en bekreftelse på at fristen kortes ned.

5 OPPLYSNINGSPLIKT ETTER ANGRERETTLOVEN

Forbrukertilsynet ønsker å gjøre oppmerksom på om angrerettloven (angrl.) § 8 pålegger den næringsdrivende en omfattende opplysningsplikt før det inngås en avtale ved fjernsalg og salg utenom faste forretningslokaler. Bestemmelsen inneholder en rekke punkter, som forbrukeren må bli informert om på en klar og forståelig måte før avtaleinngåelsen.

Eksempler (listen er ikke uttømmende) på opplysninger er:

- Tjenestens viktigste egenskaper
Det finnes forskjellige modeller for alarmtjenester på dagens marked, og det er viktig at forbrukeren forstår hva vedkommende kjøper og hvordan varene/tjenestene fungerer i praksis. Det vil også være sentralt for forbruker å vite hvorvidt det er tale om leie eller kjøp av utstyret.
- Den næringsdrivendes identitet

² Med oppsigelsestid menes tiden fra forbrukeren gir melding om oppsigelse, til oppsigelsen effektiviseres og avtaleforholdet opphører.

Eksempelvis foretaksnavn, geografisk adresse og andre kontaktopplysninger (telefonnummer og e-postadresse).

- Samlet pris
Opplysninger om alle kostnader knyttet til kjøpet. Ved abonnementstjenester skal det informeres om totale kostnader i faktureringsperioden samt løpende månedlige kostnader. Eventuelle engangsbeløp i forbindelse med etablering, montering og lignende må oppgis.
- Informasjon om angrerett
At det foreligger angrerett og standardisert skjema, samt vilkårene, tidsfristene og fremgangsmåtene for å bruke angreretten.
- Bindings- og oppsigelsestid
Opplysninger om eventuell bindingstid. Dersom forbruker må betale et bruddgebyr for å si opp i bindingstiden, må forbrukeren bli informert om dette. Det er også viktig å informere om eventuell oppsigelsestid.

For mer utfyllende informasjon om kravene som gjelder ved dørsalg, les vår veileder [her](#).

Telefonsalg er en type fjernsalg hvor det er begrenset med tid til å gi alle opplysningene i selve samtalen. Visse opplysninger skal likevel *alltid* gis direkte i telefonsamtalen. Dette er opplysningene som vi har listet opp over, jf. § angrl. § 15 første ledd. Les mer om telefonsalg og de særskilte kravene som følger av angrerettloven i vår veileder [her](#).

Hvis avtalen inngås elektronisk, eksempelvis på en nettside, oppstiller angrl. § 16 første ledd krav om at enkelte av opplysningene skal *fremheves rett før bestilling*. Dette gjelder opplysninger om varens eller tjenestens viktigste egenskaper, den samlede prisen, avtalens varighet og eventuell minste bindingstid og vilkårene for å si opp avtalen. I praksis innebærer dette at opplysningene skal stå på den nettsiden der forbrukeren bekrefter bestillingen av varen eller tjenesten. Utføres bestillingen ved å aktivere en knapp eller annen funksjon skal opplysningene fremgå så nært bestillingsknappen, og med en slik tekststørrelse at forbrukeren ikke kan unngå å få med seg opplysningene.

Forbrukertilsynet ber om at dere sikrer at angrerettloven og opplysningsplikten overholdes når avtaler inngås gjennom fjernsalg eller salg utenfor faste forretningslokaler.

6 FORBRUKERTILSYNET BER OM FØLGENDE

Oppsummert ber Forbrukertilsynet om at:

- det som et minimum gis prisopplysninger på nettsiden gjennom en prisliste
- det ikke opereres med villedende bruk av «tester» for pristilbud
- interne rutiner gjennomgås for å sikre at dørsalg foregår i tråd med regelverket
- det ikke opereres med lenger oppsigelsestid enn 1 måned, med mindre dette kan begrunnes i legitime behov
- opplysningsplikten i angrerettloven overholdes når avtaler inngås gjennom fjernsalg eller salg utenfor faste forretningslokaler

Forbrukertilsynet ber om bekreftelse på at dere har lest brevet og at dere vil følge kravene som følger av dette brevet **senest 19.08.2022**. Bekreftelsen kan sendes til post@forbrukertilsynet.no, merket med aktuelt saksnummer som dere finner øverst i brevet.

Hvis dere er uenig i vurderingene vi har lagt til grunn i dette brevet ber vi om tilbakemelding innen samme frist.

Med hilsen

Mats Bjønnes e.f.
seksjonssjef

Atle Eika
juridisk rådgiver

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur