

NTE Marked AS

Dokumentet blir kun sendt pr. e-post

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 23/2017-17

17.11.2023

Saksbehandler: Mari Bakke Akslen

Dir.tlf: 990 84 659

Vedtak med tvangsmulkt - villedende markedsføring

1 INNLEDNING

Forbrukertilsynet viser til varsel om vedtak av 22.06.2023 til NTE Marked AS (org.nr. 991 854 126) (**NTE**). Vi viser også til NTEs merknader av 09.08.2023 til varselet om vedtak, samt til korrespondanse og avholdte veiledningsmøter i saken.

Vi har nå fattet vedtak i saken.

Forbrukertilsynet har konkludert med at NTE har brutt loven, og at det vil få økonomiske konsekvenser hvis selskapet bryter loven igjen. Vedtaket er inntatt i punkt 2.

I punkt 3 har vi inntatt en nærmere forklaring av hva vedtaket betyr for NTE.

Bakgrunnen for saken står i punkt 4. Det rettslige grunnlaget for vedtaket er inntatt i punkt 5, og de faktiske forholdene i saken er beskrevet i punkt 6. NTEs merknader til varselet om vedtak er behandlet under punkt 7. Begrunnelsen for vedtaket står i punkt 8-10.

Hvis NTE er uenige i vedtaket, har selskapet rett til å klage. Se punkt 11 om retten til å klage.

Dersom NTE har spørsmål til vedtaket, eller har behov for veiledning for å rette opp i lovbruddene, kan selskapet ta kontakt med saksbehandler på e-post (Mari Bakke Akslen, mba@forbrukertilsynet.no).

2 VEDTAKET

Forbrukertilsynet fatter herved følgende vedtak mot NTE:

1. **NTE Marked AS forbys å markedsføre strømavtaler til forbrukere uten at alle vesentlige opplysninger om følgende forhold fremgår av markedsføringen på en hensiktsmessig måte, jf. markedsføringsloven § 6, jf. § 8 og prisopplysningsforskriften § 20:**
 - i. **Størrelsen på alle priselementer eller hvordan prisen beregnes, og**
 - ii. **risiko knyttet til pris.**

Forbudet gjelder kun markedsføring på selskapets hjemmeside, og kun i de tilfellene markedsføringen på selskapets hjemmeside utgjør en oppfordring til kjøp etter markedsføringsloven § 8 fjerde ledd.

2. **NTE Marked AS skal betale kr 100 000 i tvangsmulkt for hver påbegynt kalenderuke selskapet overtrer eller medvirker til overtredelse av forbudet i punkt 1. Tvangsmulkten gjelder for hver strømavtale som markedsføres i strid med punkt 1. Tvangsmulkten kan utløses fra og med 04.12.2023, slik at fristen for oppfyllelse er 03.12.2023.**

Lovhjemlene for vedtaket er markedsføringsloven (mfl.) §§ 40 og 41.

3 INFORMASJON OM HVA VEDTAKET BETYR

Som det står i vedtaket, kan Forbrukertilsynet utløse tvangsmulkten dersom NTE fra og med 04.12.2023 bryter vedtaket. For å unngå økonomiske konsekvenser, må NTE dermed sørge for å overholde vedtaket senest innen utgangen av 03.12.2023. Som vi har vurdert i punkt 8.2, tilsier våre stikkprøver per 13.10.2023 at NTEs praksis på dette tidspunktet var i overensstemmelse med de krav som følger av vedtaket. Vi understreker imidlertid at det er NTE selv som er ansvarlig for at selskapets praksis er i samsvar med vedtaket.

Vi vil utløse tvangsmulkten dersom vi blir kjent med at NTE bryter vedtaket etter utløpet av oppfyllelsesfristen. Dersom vi utløser tvangsmulkten, vil vi fatte et eget vedtak om dette som NTE vil ha rett til å klage på.

Vi presiserer at vedtaket betyr at tvangsmulkten løper for hver påbegynt kalenderuke. Dette betyr at dersom NTE for eksempel bryter forbudsvedtaket på en torsdag, og bruddet ikke er rettet innen utløpet av søndag samme uke, vil dette være brudd i to påbegynte kalenderuker, hvilket kan utløse en mulkt på totalt kr 200 000.

Vedtaket gjelder i fem år fra den datoen vedtaket er fattet, fra 17.11.2023 til og med 17.11.2028, jf. mfl. § 39 første ledd

4 BAKGRUNN FOR SAKEN – FORBRUKERUFORDRINGER PÅ STRØMMARKEDET OG KONTROLL GJENNOMFØRT I MARS 2023

Forbrukertilsynet er et offentlig forvaltningsorgan som skal føre tilsyn med at næringsdrivende overholder kravene i markedsføringsloven med forskrifter, angrerettloven m.m.

På bakgrunn av at mange forbrukere opplever utfordringer på strømmarkedet, har Barne- og familiedepartementet i sitt tildelingsbrev til Forbrukertilsynet for 2023 bestemt at Forbrukertilsynet skal prioritere å føre tilsyn med markedsføring og avtalevilkår på strømmarkedet.

Det er svært mange strømleverandører som tilbyr strømvtaler til forbrukere. Det er hovedsakelig pris og måten prisen fastsettes på som skiller de ulike strømvtalene. Med de siste års strømpriser, hvor strømregningen gjør et stort innhugg i de fleste forbrukeres økonomi, er det avgjørende at strømleverandørene setter forbrukere i stand til å ta informerte valg når de inngår strømvtale. Dette gjelder spesielt når mange forbrukere opplever det som komplisert å forstå strømmarkedet og strømpriser. Det er da viktig at markedsføringen av strømvtaler gir forbruker riktige og fullstendige opplysninger om avtalen.

Markedsføringsloven stiller en rekke krav til markedsføring av og vilkår i strømvtaler, og 01.11.2022 trådte endringer i prisopplysningsforskriften i kraft. Formålet med endringene i forskriften er å styrke forbrukervernet på strømmarkedet. Det er blant annet innført krav til deler av markedsføringen av strømvtaler og krav til prislistene på aktørenes hjemmesider. Kravet til prisliste styrker forbrukers mulighet til å sette seg inn i sin eksisterende avtale, slik at forbruker kan sammenligne denne med andre aktuelle strømvtaler. Fordi forbrukerne kan ha løpende avtaler som ikke lenger tilbys, skal strømleverandører ha en fullstendig og oppdatert pris- og vilkårsliste på sin hjemmeside. Det betyr at alle kunder skal finne den avtalen de har i prislisten selv om den aktuelle avtalen ikke lenger tilbys nye kunder.

Forbrukertilsynet gjennomførte i mars 2023 en kontroll av at strømbransjen overholdt utvalgte, grunnleggende forbrukervernregler. Strømbransjen består av omtrent 90 ulike aktører som alle tilbyr strømvtaler til privatkunder.¹ Av hensyn til effektiv ressursbruk valgte Forbrukertilsynet å rette kontrollen mot de 20 største aktørene i strømbransjen basert på oversikt mottatt fra Elhub AS over antall forbrukerkunder per 01.02.2023. Disse 20 aktørene

¹ 173 kraftselskaper som selger strøm til kunder i privatmarkedet basert på oversikten fra Elhub AS per 01.02.2023, Mange av disse er nettselskaper som har kunder på pliktstrøm, eller aktører som ikke tilbyr avtaler til privatkunder, men som likevel av ulike grunner registrert med et fåtall privatkunder.

hadde til sammen cirka 85 prosent av det totale antall forbrukerkunder på strømmarkedet. NTE var en av disse 20 aktørene.

I kontrollen undersøkte vi følgende forhold:

- Om markedsføring av strømavtaler på strømleverandørenes nettsider oppfyller kravene i markedsføringsloven ved markedsføring som setter forbruker i stand til å foreta kjøp.
- Om aktørene har lovpålagt prisliste tilgjengelig på sine nettsider, og om prislisten fyller lovens krav.
- Om aktørene før avtaleinngåelse opplyser om angrerett i tråd med lovens krav.

5 REGELVERKET SOM ER RELEVANT I SAKEN

5.1 Generelt om forbudet mot urimelig handelspraksis

Markedsføringsloven § 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.

5.2 Villedende markedsføring

5.2.1 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 markedsføringsloven § 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 markedsføringsloven § 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 markedsføring.² 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.

5.2.2 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

² 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*».

en pris på en nærmere identifisert ytelse, i utgangspunktet anses som en kjøpsoppfordring.³

Hva som i praksis utgjør en kjøpsoppfordring må vurderes konkret i hvert enkelt tilfelle. Eksempler på kjøpsoppfordringer for strømvtaler 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.⁴

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 strømvtaler, jf. mfl. § 8. Disse tilleggskravene ved markedsføring av strømvtaler er fastsatt med hjemmel i mfl. § 10 tredje ledd.

Opplysningene som angis i prisf. § 20 skal inntas i markedsføringen av strømvtaler når markedsføringen regnes som en kjøpsoppfordring. Formålet med disse uttrykkelige kravene ved markedsføring av strømvtaler 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 strømvtaler 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.
- 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 tilleggstjenester som tilbys ikke er obligatoriske.

³ Ot.prp.nr.55 (2007-2008) punkt 7.4.2.1.

⁴ C-122/10 Sverige/Ving, avsnitt 27-33.

- 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.

5.2.3 *Særlig om opplysning om hvordan prisen beregnes og risiko knyttet til pris som hovedegenskaper ved strømvavtaler*

Til forskjell fra en mengde andre varer og tjenester, er strøm i en særstilling. Det er ingen kvalitative eller kvantitative forskjeller på strømmen som de ulike strømlleverandørene tilbyr sine forbrukerkunder. En av de få og viktigste forskjellene på de ulike strømvavtalene er derfor strømprisen. Ulike avtaletyper har ulike prismekanismer, og innebærer forskjellig forutberegnelighet eller risiko knyttet til strømprisen. Det er derfor essensielt for forbruker at dersom størrelsen på et priselement ikke kan angis, så skal det fremgå hvordan prisen beregnes, i tråd med kravet til vesentlige opplysninger i mfl. § 8 og slik uttrykkelig presisert i prisf. § 20 bokstav b.

Alle avtaletyper for strøm innebærer en viss risiko knyttet til pris. Ved en fastprisavtale vil det være risiko for om avtalen på sikt vil lønne seg sett i forhold til spotprisen (markedsprisen) på strøm, selv om prisen som sådan gir forutberegnelighet. Når markedsføringen av en fastprisavtale klart oppgir at strømprisen er fast, og oppgir prisen, får forbruker tilstrekkelig med opplysninger til å kunne vurdere strømprisen. Ved en spotprisavtale vil prisen være uten risiko sett i forhold til markedsprisen for strøm, og markedsprisene publiseres dagen før strømmen brukes. Når markedsføringen av en spotprisavtale klart oppgir at strømprisen følger spotprisen, får forbruker tilstrekkelige opplysninger til selv å kunne sette seg inn i og forstå hvordan strømprisen fastsettes, og at strømprisen vil variere. Forbruker kan da også finne den til enhver tid gjeldende spotprisen, og i en viss grad tilpasse forbruket sitt til gjeldende strømpris.

Ved avtaletyper som ikke direkte forholder seg til fastpris eller spotpris, vil det etter Forbrukertilsynets syn måtte stilles strengere krav til hvilke opplysninger som fremgår i markedsføringen. Dette gjelder både opplysninger om avtaletypen, angivelsen av priselementene og hvordan disse beregnes, og eventuell risiko forbundet med prisen. Om det ikke stilles strenge krav her, vil forbruker risikere å ikke forstå hva som er strømprisen eller hvordan denne er beregnet, for på denne måten å kunne forstå om og hvordan

strømprisen eventuelt kan forandre seg over tid. Disse hensynene ligger bak de uttrykkelige kravene til markedsføring av strøm som fremgår av prisf. § 20.

6 DE FAKTISKE FORHOLDENE I SAKEN

6.1 Kort om NTE

NTE tilbyr strømvavtaler til privatkunder og bedriftskunder. I henhold til oversikten Forbrukertilsynet har mottatt fra Elhub AS, hadde NTE [REDAKERT] forbrukerkunder per 01.02.2023.

Selskapets sist avlagte årsregnskap er for 2022. Årsregnskapet viste driftsinntekter på kr 1 677 670 000 og et driftsresultat på kr 8 072 000.

Vedlegg 1 Årsregnskap for 2022.

6.2 Markedsføring på nte.no

Forbrukertilsynet undersøkte nettsiden til NTE (www.nte.no) på enkelte dager i perioden fra 17.02.2023 til 08.03.2023.

På hjemmesiden måtte man trykke seg videre til «*strøm*», enten via lenke nede på forsiden eller via nedtrekksmenyen, for å komme inn på siden med strømvavtaler. På siden med oversikt over strømvavtaler, ble tre av avtalene som NTE tilbød presentert: «*Spotpris*», «*Webspot*» og «*Fastpris 1 år*».

Hver av avtalene var presentert i en boks der det fremgikk viktige opplysninger om avtalene. Hver boks hadde en knapp «*bestill nå*» som gikk til et bestillingsskjema, og en knapp «*les mer om [navn på avtale]*». Se varselet om vedtak vedlegg 2.

I tillegg til strømvavtalene i denne oversikten, hadde NTE egne avtaler blant annet for Agrolkunder. Her hadde NTE skilt ut enkelte avtaler som også ble tilbudt privatkunder. Disse ble funnet på undersiden ved å trykke på «*Landbruk*», deretter «*Agrol*» og til sist «*Strømvavtaler for private Agrol-brukere*» via nedtrekksmenyen.

Avtalene som ble tilbudt her var: «*Spotpris Agrol*» og «*Fastpris + Spotpris Agrol*». Se varselet om vedtak vedlegg 3.

6.3 Avtalen «*Fastpris + Spotpris Agrol*»

På opplysningssiden om avtalen fremgikk følgende:

«Strømvavtalen Fastpris + Spotpris er avtalen for deg som ønsker fleksibilitet og større forutsigbarhet. Ved å kombinere Fastpris og Spotpris kan du låse så mange kilowattimer du vil til en fast pris. Det vil si at du låser timer av ditt estimerte årsforbruk til en fast pris per kilowattime. Bruker du flere kilowattimer enn du har låst betaler du spotpris, bruker du mindre blir du godskrevet spotprisen.»

Det ble gitt opplysninger om at det var en «fastpris og spotprisavtale med 12 måneders binding», og fastprisen per prisområde fremgikk. Samtidig fulgte opplysningene «strøm til spotpris time for time», og «påslag strøm», i tillegg til andre vesentlige opplysninger om avtalen. Se varselet om vedtak vedlegg 4.

Ved å trykke på bestillingsknappen kom man til en identisk side som opplysningssiden, men da med et bestillingsskjema under opplysningene. Se varselet om vedtak vedlegg 5.

I bestillingsskjemaet måtte man både huke av for å være privatkunde, og oppgi hvor mange kilowattimer (kWh) av det estimerte årsforbruket man ønsket å bestille. Se varselet om vedtak vedlegg 6 og 7.

I vilkårene for avtalen punkt 2.10, stod det følgende:

«Kunden kjøper en fastpris for et avtalt volum. Kunden blir avregnet time for time. Avtalte årsvolum på kunden blir fordelt etter en profil for hver måned. Men avtalt volum pr time innen samme måned er flat. Kunden blir fakturert for fastpris for hver time for den avtalte volumet og så blir avviket avregnet mot times spotpris.

(...) Ved avtaleperiodens utløp går kunden automatisk over til gjeldende

standardprodukt som er spotpris dersom ikke annet meddeles fra kunden.»

Se varselet om vedtak vedlegg 8.

6.4 Avtalen «Fastpris + Spotpris»

I egen prisliste fremgikk det at NTE hadde en avtale som heter «Fastpris + Spotpris». Om avtalen var det opplyst at:

«Strømvavtalen Fastpris + Spotpris er avtalen for deg som ønsker fleksibilitet og større forutsigbarhet. Ved å kombinere Fastpris og Spotpris kan du låse så mange kilowattimer du vil til en fast pris. Det vil si at du låser timer av ditt estimerte årsforbruk til en fast pris per kilowattime. Bruker du flere kilowattimer enn du har låst betaler du spotpris, bruker du mindre blir du godskrevet spotprisen.»

Det ble også gitt opplysninger om prisinformasjon og historiske priser, samt lenke til generelle avtalevilkår. Se varselet om vedtak vedlegg 9.

6.5 Endringer foretatt av NTE på hjemmesiden etter mottak av varselet om vedtak

På bakgrunn av varselet om vedtak og avholdt veiledningsmøte mellom NTE og Forbrukertilsynet, valgte NTE den 22.06.2023 å avslutte salget av strømvartalen «*Fastpris + Spotpris Agrol*». Det samme gjelder produktet «*Fastpris + Spotpris*».

Forbrukertilsynet tok 13.10.2023 stikkprøver på NTE hjemmeside, for å kontrollere om NTE hadde gjort endringer når det gjelder forholdene som er omfattet av varselet om vedtak. Forbrukertilsynet kunne ikke se at de aktuelle avtalene da var i salg.

7 NTES MERKNADER TIL VARSELET OM VEDTAK

NTE ga i brev av 08.08.2023 sine merknader til varselet om vedtak.

NTE har i sine merknader opplyst at salget av strømvartalen «*Fastpris + Spotpris Agrol*» er avsluttet, og prinsipielt anført at det derfor ikke lenger er grunnlag for at Forbrukertilsynet fatter vedtak i saken. Tilsvarende gjelder også for strømvartalen «*Fastpris + Spotpris*». Subsidiært har NTE anført at Forbrukertilsynet vurderer alvorligheten av lovbruddene for strengt, da det kun har vært snakk om et begrenset testprodukt fra NTE. Produktet ble kun tilbudt til medlemmer i en næringslivsorganisasjon i en begrenset testperiode. Det er vist til at NTE ikke har mottatt klager fra kundene, og at det derfor kan legges til grunn at kundene har opplevd å ha fått tilfredsstillende informasjon om hvordan strømvartalen fungerer.

Forbrukertilsynet er ikke enig i NTEs syn på at det ikke lenger er behov for å fatte vedtak i saken. Vi viser til punkt 10.1 om behovet for vedtak.

Når det gjelder påstanden om at alvorlighetsgraden av bruddene som er lagt til grunn i varselet ikke er representativ, fordi NTE ikke har mottatt klager på den aktuelle markedsføringen, er Forbrukertilsynet ikke enig i dette. Det er ikke et krav til at utelatelse av vesentlige opplysninger faktisk *har* påvirket forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning eller at forbrukere er kjent med dette. Det er tilstrekkelig at utelatelsen er *egnet* til det, jf. mfl. § 8, andre ledd. Vi viser til punkt 5.2.1 om redegjørelsen for det rettslige grunnlaget og påvirkningsvilkåret, og til punkt 8 om Forbrukertilsynets vurderinger.

NTE har videre anført at den varslede tvangsmulkten på kr 250 000 for hver kalenderuke vedtaket brytes, er for høy og ikke står i rimelig forhold til det begrensede bruddet på markedsføringsloven.

Forbrukertilsynet er ikke enige i dette, og viser til punkt 8 om Forbrukertilsynets vurderinger og punkt 10.2 om tvangsmulkt og utmåling. Forbrukertilsynet har riktignok satt ned størrelsen på tvangsmulkten sammenholdt med vedtaket som ble varslet.

NTE har også vist til at Forbrukertilsynet har lagt til grunn regnskapstall fra 2021, og anført at disse ikke gir et riktig bilde da virksomhet i etterkant er utfisjonert til NTE Telekom AS. Til dette bemerker Forbrukertilsynet at årsregnskapet for 2022 ikke var offentlig tilgjengelig på tidspunktet for varsel om vedtak, men av vi har innhentet årsregnskap fra 2022 og lagt dette til grunn i vedtaket.

NTE har videre vist til at selskapet forstår det varslede vedtaket som at en eventuell tvangsmulkt kan utløses for ethvert eventuelt fremtidig brudd på markedsføringsloven § 6 jf. § 8 eller prisopplysningsforskriften § 20. NTE har anført at dette fremstår som svært urimelig.

Forbrukertilsynet understreker at NTEs forståelse på dette punktet ikke er riktig. Vi viser til ordlyden i vedtaket i punkt 2, der det fremgår at tvangsmulkten kun utløses ved brudd på det konkrete forbudet i vedtaket, og ikke ethvert brudd på mfl. § 6 jf. § 8 eller prisopplysningsforskriften § 20, utover dette. Forbudet i vedtaket gjelder kun forbud mot at NTE utelater opplysninger om størrelsen på alle priselementer eller hvordan prisen beregnes, og om risiko knyttet til pris, og er altså ikke et generelt vedtak om forbud mot markedsføring i strid med mfl. § 6 jf. § 8 eller prisopplysningsforskriften § 20.

8 FORBRUKERTILSYNETS VURDERINGER

8.1 Markedsføringen av avtalen «Fastpris + Spotpris Agrol»

8.1.1 *Vurderingene vil gjelde tilsvarende for andre forvaltningsavtaler som eventuelt markedsføres*

Forbrukertilsynet bemerker at NTE i sin prisliste hadde en avtale som het «Fastpris + Spotpris», se vedlegg 9. På bakgrunn av de opplysningene som fremgikk om avtalen, vurderer Forbrukertilsynet at det dreide seg om en tilsvarende avtale som «Fastpris + Spotpris Agrol», se varselet om vedtak vedlegg 4 og 5. Vi fant imidlertid ikke noe som tilsa at avtalen var åpen for nytegning. Vi legger til grunn at vurderingene nedenfor vil gjelde tilsvarende for «Fastpris + Spotpris» dersom NTE i femtiden skulle åpne denne avtalen, eller tilsvarende avtaler, for nytegning.

8.1.2 *Markedsføringen var oppfordringer til kjøp*

Markedsføringen av avtalen «Fastpris + Spotpris Agrol» i varselet om vedtak vedlegg 4 og 5, var åpenbart kommersiell kommunikasjon. Begge disse sidene inneholdt opplysninger om egenskaper ved avtalen og priselementer, som dermed satte forbrukeren i stand til å ta en

beslutning om å inngå den aktuelle avtalen. Begge sidene var klart å regne som en oppfordring til kjøp, jf. mfl. § 8 fjerde ledd.

8.1.3 Utelatelse av opplysninger om beregning av pris, og risiko knyttet til dette

Når en markedsføring utgjør en oppfordring til kjøp, er det som nevnt krav til at markedsføringen skal inneholde vesentlige opplysninger som forbrukeren trenger for å ta en informert økonomisk beslutning, jf. mfl. § 8. Kravene til opplysninger 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. Opplysninger om hvordan prisen beregnes og risiko knyttet til prisen, er vesentlige opplysninger om avtalen. NTE hadde i markedsføringen av avtalen angitt at avtalen var en «*fastprisavtale og spotprisavtale med 12 måneders binding*». Det var videre angitt hvilke priselementer som gjaldt for de ulike avtaletypene, se varselet om vedtak vedlegg 4 og 5.

En avtaletype som opplyses å være både en fastprisavtale og en spotprisavtale, er ikke en avtaletype som har et allment kjent innhold på samme måte som f.eks. en timebasert spotprisavtale. Det vil heller ikke uten videre være mulig for å forbrukere å forstå hvordan avtalen faktisk fungerer. Det må da stilles strenge krav til informasjon om hva avtaletypen innebærer. Vi presiserer at vurderingene gjort nedenfor er basert på Forbrukertilsynets kunnskap om strømmarkedet. En gjennomsnittsforsbruker vil ikke ha samme forståelsen av strømmarkedet, og vil ikke automatisk se utfordringene ved avtalen.

I vilkårene for avtalen fremgikk det at kunden forhåndsavtalte et valgfritt årsvolum for fastprisavtalen. Det avtalte årsvolumet ble deretter fordelt etter en profil for hver måned, hvor avtalt volum per time innen samme måned, var flat. Kunden ville bli fakturert for fastpris for det avtalte volumet, og forbruk utover dette ville bli avregnet mot spotpris, se punkt 4.3 og varselet om vedtak vedlegg 8. Dette fremgikk ikke på tilsvarende måte i markedsføringen av avtalen.

Slik Forbrukertilsynet forstår beskrivelsen i vilkårene, ville forbruker ved tegningen av strømvartalen bli tildelt en profil som skisserte antatt strømforbruk per måned, med utgangspunkt i en fordeling av avtalt strømforbruk. Forbruker synes ikke å ha noen påvirkning på utformingen av profilen, og det var ikke opplyst hvordan denne profilen ble fastsatt, eller hvordan forbruker fikk informasjon om denne profilen. Profilen hadde den praktiske betydning at faktisk forbruk ble avregnet mot den tildelte profilen. Dette ville avgjøre hvorvidt og i hvilket omfang strømprisen ble beregnet som fastpris eller spotpris. Utgangspunktet var at strømprisen ble beregnet som fastpris, men både positive og negative avvik fra profilen ville bli avregnet mot spotpris.

I markedsføringen var det ikke gitt noen tydelige opplysninger om når kunden faktisk fikk fastpris og når kunden fikk spotpris. Markedsføringen gav inntrykk av at det var et årsforbruk som ble låst, og at årsforbruk var det som var avgjørende for når spotpris slo inn og ble relevant. Dette kunne lett forstås som at det på årsbasis kun var forbruk utover låst forbruk som ville bli avregnet mot spotpris.

Av vilkårene fremgikk det imidlertid at avregning mot spotprisen skjer time for time. Det fremgikk ikke av markedsføringen hva som skjer dersom forbruker går over eller under det «låste» forbruket per time, og den prismessige risikoen forbundet med dette. Tidspunktet avregningen skjedde på, vil ha stor betydning for forutberegneligheten avtalen gir for forbruker, men også for risikoen for differanse mellom forhåndsavtalt profil og faktisk forbruk. Når avviket ble avregnet time for time, burde forbruker tilpasse sitt forbruk nøyaktig til profilen som var fastsatt av NTE. Dette ville kreve unormalt stor innsikt fra forbruker i eget strømforbruk. I tillegg fremgikk det at avtalt volum per time innen samme måned var flat. Det vil si at en forbruker med et varierende forbruk, for eksempel grunnet ferieavvikling, kan risikere å få store avvik sammenliknet med profilen. Dette skjerper behovet for at det gis opplysninger om dette til forbruker.

Så langt Forbrukertilsynet kan se, gir en slik forhåndsfastsatt profil ingen eller liten fleksibilitet, slik det var opplyst i markedsføringen at avtalen ga.

Slik Forbrukertilsynet forstår avtalevilkårene, låste ikke forbruker bare prisen, men forpliktet seg prismessig til et avtalt forbruk time for time. Risikoen dette kan innebære, fremgikk ikke av markedsføringen. I praksis vil det si at dersom spotprisen i enkelte timer var svært lav, vil forbruker i prinsippet risikert å måtte betale for strøm som ikke er brukt.

Etter Forbrukertilsynets vurdering ville disse opplysningene om prisen, prissettingen og risiko være av avgjørende betydning for at forbrukerne skal kunne ta en informert økonomisk beslutning ved eventuell avtaleinngåelse.

Når forbruker ikke var gitt opplysninger som gjorde det mulig å forstå hvordan prisen ble beregnet eller risiko knyttet til dette, herunder når fastpris og spotpris ville gjelde, ville det verken være mulig å sammenligne avtalen med andre avtaler, eller å forstå og sette seg inn i hva avtalen innebar.

I markedsføringen var det også uklart hvorvidt påslaget på strøm kun gjaldt for spotprisen, eller om det gjaldt for hele strømforbruket uavhengig av om strømprisen var basert på en fastpris eller spotpris. Det var også uklart hvilken betydning påslaget ville ha ved avregningen mot spotpris, for eksempel om påslaget ville gjelde ved avregningen bare der forbruket var over, eller også der det var under, profilen.

Opplysninger om når kunden fikk fastpris og når kunden fikk spotpris, og risikoen dette eventuelt innebar, utgjør slik Forbrukertilsynet ser det, en av hovedegenskapene ved den aktuelle strømvartalen, jf. mfl. § 8 tredje ledd bokstav a. Det fremgår også uttrykkelig av prisf. § 20 bokstav b, at størrelsen på alle obligatoriske priselementer er vesentlige opplysninger om strømvartalen som skal angis. Dersom størrelsen på priselementene som strømleverandøren fastsetter ikke med rimelighet kan utregnes på forhånd, skal det fremgå hvordan prisen beregnes, jf. mfl. § 8 tredje ledd og prisf. § 20 bokstav b.

Disse opplysningene skulle da vært gitt i markedsføringen av avtalen «*Fastpris + Spotpris Agro/*». Uten disse opplysningene, vil ikke forbrukere settes i stand til å ta et informert valg om å inngå eller avstå fra å inngå en forvaltningsavtale.

Selv om beskrivelser av hovedegenskaper ved avtalen inntas i avtalens vilkår, avhjelper ikke dette manglende opplysninger i markedsføringen. Dette gjelder særlig når forbruker i markedsføringen ikke får noe uttrykkelig insentiv gjennom markedsføringen til å forstå at dette var en kompleks avtaletype og at forbruker burde sette seg nøye inn i vilkårene.

8.1.4 Plassmessige begrensninger

Forbrukertilsynet kontrollerte utelukkende markedsføring på NTEs egne hjemmesider. På hjemmesidene forelå det ikke relevante, plassmessige begrensninger ved mediet. Alle vesentlige opplysninger skulle derfor fremgå direkte av markedsføring med oppfordring til kjøp på hjemmesiden, jf. markedsføringsloven § 8.⁵

8.1.5 Påvirkningsvilkåret

Strømprisene har vært svært varierende og høyere enn tidligere år. I store deler av landet er og var det et svært begrenset tilbud av fastprisavtaler. Etter Forbrukertilsynets vurdering var det sannsynlig at enkelte forbrukere ønsket å undersøke mulighetene for en avtale som i markedsføringen ga et løfte om fleksibilitet og større forutsigbarhet ved å låse forbruk til en fast pris.

I NTEs markedsføring fikk ikke forbrukere tilstrekkelige opplysninger om prisen eller risiko knyttet til prisen. Forbrukertilsynet konkluderer etter dette med at utelatelsen av disse vesentlige opplysningene var egnet til å påvirke forbrukere til å treffe en økonomisk beslutning de ellers ikke ville ha truffet, ved at de ikke ville inngått avtalen om disse opplysningene var gitt.

⁵ Sak EU-domstolens dom i sak C-611/14 Canal Digital Danmark A/S av 26. oktober 2016, avsnitt 62 og 63.

8.1.6 Vesentlige opplysninger er utelatt fra markedsføringen

Forbrukertilsynet konkluderer etter dette med at markedsføringen av «Fastpris + spotpris Agrol» på tidspunktet for Forbrukertilsynets kontroll utelot vesentlige opplysninger som forbruker trengte for å kunne ta en informert økonomisk beslutning. Den aktuelle markedsføringen er inntatt i varselet om vedtak vedlegg 4 og 5. De vesentlige opplysningene som manglet var opplysninger om hvordan priselementene i avtalen blir beregnet, jf. prisf. § 20 bokstav b, samt opplysninger om avtalens hovedegenskaper i form av risiko knyttet til pris, jf. mfl. § 8 tredje ledd bokstav a. Opplysningene var uansett ikke presentert på en hensiktsmessig måte som satte forbruker i stand til å ta en informert økonomisk beslutning.

8.1.7 Konklusjon

Forbrukertilsynet konkluderer etter dette med at NTEs markedsføring av strømvartalen «Fastpris + spotpris Agrol» på tidspunktet for Forbrukertilsynets kontroll var villedende etter mfl. § 8.

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

8.2 Vurdering av om NTE har innrettet sin praksis etter varselet om vedtak

Basert på at NTE nå har fjernet markedsføringen av avtalene «Fastpris + spotpris Agrol» og «Fastpris + spotpris», og ikke lenger tilbyr avtalene, vurderer Forbrukertilsynet at NTE har innrettet sin praksis i tråd med vedtaket vi nå fatter.

Vi understreker at det er NTEs ansvar å sørge for at all fremtidig praksis er i tråd med vedtaket til enhver tid.

9 FORBRUKERTILSYNETS VEDTAKSKOMPETANSE

Dersom Forbrukertilsynet finner at en handling er i strid med markedsføringsloven, kan vi fatte vedtak, jf. mfl. § 36 andre ledd.

Forbrukertilsynet kan fatte vedtak ved brudd på mfl. § 6, jf. § 8, dersom dette er begrunnet i hensynet til forbrukerne, jf. mfl. § 39 første ledd, jf. § 35 andre ledd. Vilkåret «med hensyn til forbrukerne» oppstiller ikke krav til *graden* av forbrukerhensyn, og er kun ment å avgrense mot andre hensyn, for eksempel hensynet til andre næringsdrivende, jf. Ot.prp.nr. 55 (2007-2008) s. 208.

Lovbruddene NTE har begått gjelder brudd på mfl. § 8, jf. § 6.

Bestemmelsen i mfl. § 8 gir uttrykk for en av de mest grunnleggende prinsipper i markedsføringsretten, nemlig at vesentlige opplysninger som forbruker trenger for å kunne ta en informert økonomisk beslutning ikke skal utelates fra markedsføringen.

Forbrukertilsynets vurdering var derfor at hensynet til forbrukerne begrunner vedtak i saken, jf. mfl. § 39 første ledd, jf. § 35 andre ledd.

Forbrukertilsynet har etter dette grunnlag for å fatte vedtak, jf. mfl. § 39.

10 FORBUDSVEDTAKET MED TVANGSMULKT

10.1 Behovet for vedtak – vurdering av gjentakelsesfare og forholdsmessighet

Etter mfl. § 40 kan Forbrukertilsynet nedlegge forbud for å sikre at bestemmelser som nevnt i mfl. § 35 første ledd overholdes. Brudd på mfl. § 6, jf. § 8, er omfattet av denne vedtakskompetansen.

Hensynet til saklighet i Forbrukertilsynets myndighetsutøvelse innebærer etter Forbrukertilsynets syn at det må være et reelt behov for vedtak i saken. Når det gjelder forbuds- og påbudsvedtak, må det i utgangspunktet derfor være nærliggende risiko for gjentakelser av lignende handlinger eller omgåelser av tidligere forbud.⁶

Etter Forbrukertilsynets vurdering kan utelatelse av vesentlige opplysninger i markedsføring av en strømvtale ha stor påvirkning på forbrukernes kjøpsbeslutninger. I markedsføringen av avtalen utelot NTE opplysninger som gjør det mulig for forbruker å foreta en informert beslutning om å inngå avtale. Saken gjelder dermed brudd på grunnleggende forbrukervernregler som selskapet måtte være godt kjent med, og hvor det kunne få store økonomiske konsekvenser for forbrukerne dersom selskapet ikke overholdt reglene.

De skjerpede kravene i prisopplysningsforskriften til blant annet markedsføring av strømvtaler ble mye omtalt i media. Eksempler på dette er inntatt i varselet om vedtak vedlegg 10-12.

I tillegg publiserte Forbrukertilsynet 20.10.2022 en veileder som redegjorde for hvordan forskriftens krav var å forstå. Se varselet om vedtak vedlegg 13 og 14.

Samtlige strømleverandører, herunder NTE, burde dermed ha vært godt kjent med både allerede gjeldende kravene, og de nye kravene i prisopplysningsforskriften, til vesentlige opplysninger om strømvtaler i markedsføring.

⁶ Jf. MR-2010-601 (Ryanair) og Lunde/Michaelsen, Markedsføringsloven med kommentarer (3.utg.) side 431

Etter Forbrukertilsynets vurdering er det, på bakgrunn av lovbruddene som har skjedd og forholdene ellers i saken, en nærliggende risiko for lignende lovbrudd fra NTEs side i fremtiden. Her må det også tas i betraktning at strømbransjen er i stadig endring og utvikling, både med tanke på endringer i markedsføringen på nettsidene og utvikling av nye avtale typer. Dette innebærer en økt risiko for fremtidige lovbrudd i strømbransjen generelt, siden produktene og markedsføringen ikke er statisk.

Også hensynet til effektiv og forholdsmessig håndheving tilsier at vi fatter forbuds- og påbudsvedtak. Alternativt må eventuelle lovbrudd i fremtiden sanksjoneres med overtredelsesgebyr. Det vil være betydelig mer ressurskrevende for Forbrukertilsynet å ilegge overtredelsesgebyr enn å ilegge tvangsmulkt.

NTE har, etter å ha mottatt varselet om vedtak, innrettet sin praksis ved at de har fjernet den villedende markedsføringen. Dette endrer ikke vår vurdering av at det er behov for vedtak i saken. Formålet med å fatte forbuds- og påbudsvedtak med tvangsmulkt er å sørge for at NTE også *fremover i tid* overholder lovens krav. Tvangsmulkt kan ikke utløses med mindre NTE i fremtiden bryter forbuds- eller påbudsvedtakene. Selskapet kan enkelt unngå tvangsmulkt ved nettopp å overholde vedtakene.

På bakgrunn av lovbruddene som har skjedd og forholdene ellers i saken konkluderer Forbrukertilsynet med at det er behov for forbudsvedtak for at Forbrukertilsynet effektivt og på en forholdsmessig måte kan håndheve lignende lovbrudd i fremtiden fra NTEs side.

10.2 Tvangsmulkt og utmåling

For å sikre at forbudsvedtaket blir overholdt, skal Forbrukertilsynet som hovedregel fastsette en tvangsmulkt som NTE skal betale dersom selskapet overtrer vedtaket, jf. mfl. § 41 første ledd. Vi kan ikke se at det er forhold i denne saken som tilsier at Forbrukertilsynet ikke skal fastsette en tvangsmulkt ved brudd på vedtaket.

Tvangsmulkt skal i henhold til mfl. § 41 andre ledd første punktum fastsettes enten som en løpende mulkt eller som et engangsbeløp.

Når det gjelder tvangsmulktens størrelse skal denne fastsettes skjønnsmessig, der det overordnet skal legges vekt på at det ikke skal lønne seg å overtre vedtaket, jf. mfl. § 41 andre ledd andre punktum.

I forskrift av 14.02.2023 om utmåling av tvangsmulkt og overtredelsesgebyr er det fastsatt hvilke øvrige momenter det særlig skal legges vekt på ved utmålingen. I forskriften § 4 fremgår det at det ved utmåling av tvangsmulkt skal legges vekt på hvilken type pålegg som

ikke er etterkommet, hvor alvorlig unnlattelsen av å etterkomme pålegget er i forhold til de hensyn som pålegget skal ivareta, hvor byrdefullt det vil være for den næringsdrivende å etterkomme pålegget, den næringsdrivendes økonomiske evne og eventuelle fordeler ved ikke å etterkomme pålegget.

Ved fastsettelsen av tvangsmulktens størrelse legger Forbrukertilsynet vekt på at strømmarkedet er svært konkurranseutsatt, og at pris og risiko typisk vil være det mest sentrale for forbrukerne ved valg av strømvaktale. Vi anser derfor at markedsføring som ikke angir vesentlige opplysninger om prisen for den aktuelle avtalen og risiko knyttet til prisen, er særlig egnet til å påvirke forbrukernes kjøpsbeslutninger. Dette taler for at tvangsmulkten ikke må settes for lavt.

Forbrukertilsynet legger videre vekt på at det bør være enkelt for NTE å overholde forbudsvedtaket, slik at selskapet lett kan unngå tvangsmulkt. Forbrukertilsynet kan heller ikke se at det vil være særlig byrdefullt for NTE å gjennomføre de endringer eller opprettholde stans i markedsføring som forbudet innebærer. Vi viser i den forbindelse til at NTE plikter å følge reglene i markedsføringsloven, herunder å ha tilstrekkelige rutiner på plass for å sikre at loven ikke brytes. Vi legger også vekt på at NTE kan oppnå vesentlige fordeler ved å ikke overholde vedtaket, siden klare opplysninger om pris og risiko kan føre til at langt færre forbrukere ønsker å inngå denne typen strømvaktale. Også disse forholdene taler for at tvangsmulkten ikke må settes for lavt.

Når det gjelder NTEs økonomiske evne, hadde NTE i 2022 en høy omsetning med driftsinntekter på kr 1 677 670 000, og et driftsresultat på kr 8 072 000. Selv om driftsresultatet er vesentlig lavere enn hva Forbrukertilsynet la til grunn i varselet om vedtak, legger ikke Forbrukertilsynet vesentlig vekt på dette. Ved utmålingen legger Forbrukertilsynet størst vekt på selskapets omsetning. Markedsrådet har også tidligere slått fast, i forbindelse med utmåling av overtredelsesgebyr, at det ut fra rent allmennpreventive vurderinger er av mindre betydning om en aktivitet f.eks. har resultert i et positivt overskudd, se Markedsrådets vedtak i MR-2017-275. Forbrukertilsynet anser dermed at det er nødvendig med en viss størrelse på tvangsmulkten for at det ikke skal lønne seg for selskapet å overtre vedtaket.

Samlet sett tilsier disse momentene at tvangsmulkten bør settes relativt høyt, men noe lavere enn beløpet kr 100 000 som ble varslet.

På denne bakgrunnen mener vi at tvangsmulkten for brudd på forbudsvedtaket skal være kr 100 000 for hver påbegynt uke vedtaket ikke overholdes. Mulktens størrelse synes ikke spesielt byrdefull for NTE. Samtidig anser vi at mulktens størrelse er høy nok til at det ikke vil lønne seg for NTE å overtre vedtaket.

Forbrukertilsynet har fattet forbuds- og påbudsvedtak med tvangsmulkt også overfor 13 andre strømleverandører i etterkant av kontrollen vi gjennomførte våren 2023.

Forbrukertilsynet har valgt å utmåle tvangsmulkten likt - til kr 100 000 - for brudd på samtlige forbuds- og påbudsvedtak som er fattet overfor disse 14 selskapene. Årsaken til dette er at alvorligheten av lovbruddene disse sakene gjelder, etter vårt syn er relativt lik. I tillegg er samtlige av de 14 selskapenes omsetning svært høy, selv om omsetningen i selskapene *beløpsmessig* er svært forskjellig. Tvangsmulkten er satt til det vi anser som et *minstenivå* for at det ikke skal lønne seg for den enkelte aktør å overtre vedtakene. I utgangspunktet kunne de av selskapene som har vesentlig høyere omsetning enn de andre, fått utmålt en vesentlig høyere tvangsmulkt basert på omsetningen alene. Beløpet vi har satt er imidlertid etter vårt syn tilstrekkelig høyt til at det for hver og en av aktørene ikke skal lønne seg å overtre vedtaket.

11 RETTEN TIL Å KLAGE PÅ VEDTAKET

NTE kan klage på vedtaket. Eventuell klage skal sendes til Forbrukertilsynet på e-post til postmottak@forbrukertilsynet.no eller per post til Forbrukertilsynet, Postboks 2862 Kjørbekk, 3702 Skien.

Dersom vi ikke tar klagen til følge, vil saken bli sendt til Markedsrådet for klagebehandling, jf. mfl. § 37 første ledd.

Klagefristen er tre uker fra den dag NTE har mottatt vedtaket.

Vedtaket kan ikke bringes inn for de alminnelige domstoler uten at saken først er forelagt Markedsrådet, jf. forvaltningsloven § 27 b.

Med hilsen

Trond Rønningen
direktør

Bente Øverli
avdelingsdirektør

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur