

Floyd.no AS

Saksnummer:
135418
(tidligere 25/27)

Saksbehandler:
Kamilla Hjortmo
Dir. tlf: 907 76 973

Dato:
25.06.2025

Vedtak om overtredelsesgebyr – bruk av ulovlige førpriser i salgsmarkedsføring

1 INNLEDNING

Vi viser til forhåndsvarsel om vedtak med overtredelsesgebyr av 18.03.2025 til Floyd.no AS (org.nr. 921 185 952). I det følgende bruker vi betegnelsen «FLOYD», «selskapet» eller «dere».

Bakgrunnen for forhåndsvarselet om vedtak var at FLOYD i sin nettbutikk markedsførte varer med ulovlige førpriser i november og desember 2024, i strid med [prisopplysningsforskriften § 9a](#).

Vi mottok deres merknader til forhåndsvarselet 18.04 og 28.05.2025. I merknadene anfører dere i hovedsak at vilkårene for å fatte vedtak om overtredelsesgebyr ikke er oppfylt. Subsidiært anfører dere at gebyret er for høyt.

Vi har vurdert deres anførsler. Vi opprettholder vår vurdering om at vilkårene for å ilegge overtredelsesgebyr er oppfylt i denne saken. Vi fastholder også det varslede gebyrets størrelse på kr 2 000 000.

2 VEDTAKET

Forbrukertilsynet fattet dette vedtaket mot FLOYD:

Floyd.no AS skal betale et overtredelsesgebyr på kr 2 000 000 for vesentlige brudd på prisopplysningsforskriften § 9a, jf. markedsføringsloven § 10 tredje ledd.

Hjemmelen for vedtaket om overtredelsesgebyr er [markedsføringsloven](#) (mfl.) § 42, jf. § 39 første ledd.

3 BAKGRUNNEN FOR SAKEN

FLOYD driver nettbutikken www.floyd.no. Selskapet omtaler seg som en av Norges ledende motebutikker for kvinner på nett, se forhåndsvarselet om vedtak punkt 4.1.

Prisopplysningsforskriften § 9a krever at næringsdrivende som markedsfører prisnedsettelser (salg) på varer, må opplyse om førpris. Førprisen skal være den laveste prisen som er brukt i den aktuelle salgskanalen i minimum 30 dager før salget starter.

Forbrukertilsynet undersøkte markedsføringen på www.floyd.no på fire ulike datoer i november og desember 2024:

- 08.11 (Singles Weekend)
- 19.11
- 29.11 (Black Friday)
- 16.12

På disse datoene markedsførte FLOYD ulike salgskampanjer. Dere hadde altså ikke én sammenhengende kampanje i denne perioden. Vi avgrenset undersøkelsen til 20 tilfeldig utvalgte kjoler, og undersøkte de samme kjolene ved hver kontroll.

Den første kontrollen gjorde vi for å få en oversikt over hvilke priser dere brukte på de aktuelle kjolene. De tre etterfølgende kontrollene gjorde vi for å undersøke om førprisene som ble markedsført var i tråd med prisopplysningsforskriften § 9a.

Våre kontroller viste at FLOYD markedsførte ulovlige førpriser. Vi fant ikke ett eneste tilfelle hvor noen av de 20 utvalgte kjolene ble markedsført med korrekt førpris.¹

FLOYD mottok derfor et forhåndsvarsel om vedtak med overtredelsesgebyr 18.03.2025, med frist til å kommentere forhåndsvarselet 08.04.2025. På deres forespørsel ble fristen utvidet til 25.04.2025. Dere sendte også ytterligere kommentarer 28.05.2025.

Samme dag som dere mottok forhåndsvarsel om vedtak, mottok dere også et orienteringsbrev. Orienteringsbrevet tok for seg ulike former for markedsføring. Vi sendte brevet til 76 aktører i klesbransjen. Dere har anført at brevet er relevant for denne saken. Til dette bemerker vi at formålet med orienteringsbrevet var hovedsakelig å gi veiledning om

¹ To av de 20 undersøkte kjolene var utsolgt da vi kontrollerte salgskampanjene 19.11 og 29.11.2024, slik at vi ikke har kunnet vurdere disse (se forhåndsvarselet vedlegg 9, produkt 5 og 12).

ulike former for markedsføring som fremdeles reguleres av markedsføringsloven, ikke av spesialreguleringen i prisopplysningsforskriften § 9a. Dette vedtaket gjelder brudd på prisopplysningsforskriften § 9a. Vi mener derfor at FLOYD sine anførsler knyttet til orienteringsbrevet ikke er relevante for vedtaket. Vi har derfor ikke kommentert anførslene som gjelder orienteringsbrevet i vedtaket, men i stedet kommentert disse i et eget brev til FLOYD av samme dato som dette vedtaket.

Etter deres ønske holdt vi et veiledningsmøte med dere 19.05.2025, altså etter at dere mottok forhåndsvarselet og orienteringsbrevet. I møtet fikk dere veiledning om reglene som gjelder ved markedsføring av salg og andre tilbud. I starten av møtet gjorde vi det klart at veiledningsmøtet kun ville handle om de innsendte spørsmålene, samt andre spørsmål dere måtte ha om regelverket. Vi diskuterte derfor ikke forhåndsvarselet om vedtak i møtet, utover at vi ga dere praktisk informasjon om den videre saksgangen.

4 REGELVERKET SOM ER RELEVANT FOR LOVBRUDDENE I SAKEN

Denne saken gjelder FLOYDs bruk av førpriser i forbindelse med tre ulike salgskampanjer i november og desember 2024. Bruk av førpriser er nærmere regulert i prisopplysningsforskriften § 9a. Bestemmelsen har følgende ordlyd:

§ 9a. Prisnedsettelse

Der prisen på varer markedsføres som nedsatt, skal den næringsdrivende gi informasjon om varens førpris.

Førprisen er den laveste prisen som den næringsdrivende har anvendt i minimum 30 dager før markedsføringen startet. Med laveste pris menes prisen som har blitt anvendt for varen overfor allmennheten, eller andre større grupper av forbrukere som tilhører ulike lojalitetsprogrammer eller kundeklubber. Der prisnedsettelsen øker gradvis, er førprisen den laveste prisen før første prisnedsettelse.

For varer som kan forringes eller foreldes raskt er førprisen den laveste prisen som den næringsdrivende har anvendt umiddelbart før markedsføringen startet.

Kort oppsummert innebærer bestemmelsen følgende:

- 1) Næringsdrivende som markedsfører salg på varer må oppgi førpris
- 2) Førprisen skal være den laveste prisen som er brukt i minimum 30 dager før salget starter.²
- 3) Rabatten som markedsføres skal beregnes ut fra førprisen.³

Vi viser ellers til forhåndsvarselet om vedtak punkt 3, hvor vi har skrevet mer om bestemmelsen.

5 DE FAKTISKE FORHOLDENE I SAKEN

5.1 Om FLOYD

I regnskapsåret 2023 hadde FLOYD salgsinntekter på kr 112 210 273 og et driftsresultat på kr 727 821. FLOYD har ikke fremlagt nyere regnskapstall.

I merknadene til forhåndsvarselet om vedtak opplyser FLOYD at selskapet har en markedsandel på 1 % av kleshandelen på nett i Norge.

5.2 Salgsmarkedsføringen på www.floyd.no i november og desember 2024

Når det gjelder undersøkelsene Forbrukertilsynet gjennomførte i november og desember 2024, viser vi til vår omtale av dette i forhåndsvarselet om vedtak punkt 4.2. FLOYD har ikke fremsatt noen innvendinger til vår fremstilling av de faktiske forholdene i saken.

6 FLOYD HAR BRUTT PRISOPPLYSNINGSFORSKRIFTEN § 9A

Vi opprettholder vår konklusjon om at FLOYD markedsførte ulovlige førpriser i november og desember 2024. Begrunnelsen er at dere markedsførte førpriser som ikke var de laveste prisene dere hadde brukt i nettbutikken de siste 30 dagene før hvert enkelt salg startet.

I forhåndsvarselet om vedtak oppsummerte vi lovbruddene på følgende måte⁴:

- 14 av de 20 undersøkte kjolene hadde uriktig førpris i tre ulike salgskampanjer. Dette utgjør tre brudd per produkt, totalt 42 brudd på prisopplysningsforskriften § 9a.

² Som forklart i forhåndsvarselet mener Forbrukertilsynet at det er de siste 30 dagene før prisnedsettelsen *starter* som er avgjørende, og ikke markedsføringstidspunktet (markedsføringen kan i noen tilfeller starte før selve prisnedsettelsen). Vi viser ellers til det vi har skrevet om dette i punkt 3 i forhåndsvarselet.

³ Se EU-domstolens avgjørelse i sak [C-330/23](#), avsnitt 27.

⁴ Se forhåndsvarselet punkt 5 for nærmere presisering av hvilke kjoler som omtales i punktlisten.

- To av de 20 undersøkte kjolene hadde uriktig førpris i to ulike salgskampanjer. Dette utgjør to brudd per produkt, totalt fire brudd på prisopplysningsforskriften § 9a.
- To av de 20 undersøkte kjolene hadde uriktig førpris i én salgskampanje. Dette utgjør ett brudd per produkt, totalt to brudd på prisopplysningsforskriften § 9a.
- Totalt er det dermed snakk om 48 brudd, fordelt på 18 produkter (to av de 20 undersøkte kjolene var utsolgt da vi kontrollerte salgskampanjene 19.11 og 29.11.2024, slik at vi ikke har kunnet vurdere disse).
- Forbrukertilsynet fant ikke ett eneste tilfelle hvor de undersøkte kjolene ble markedsført med korrekt førpris. Da vi gjorde våre kontroller, ble kjolene enten markedsført med uriktig førpris, eller de var utsolgt og dermed ikke synlige i nettbutikken

Dere har ikke hatt noen innvendinger til denne vurderingen. Dere skriver selv at dere ikke overholdt prisopplysningsforskriften § 9a da dere hadde de aktuelle salgskampanjene. Dere forklarer at systemet dere brukte var lagt opp slik at det automatisk var varenes veiledende/ordinære priser (prisene som brukes utenfor kampanjeperioder) som ble satt som førpris, og at dette er en feil som derfor gjentok seg for alle kjolene som denne saken gjelder.

For å illustrere hva lovbruddene innebærer i praksis, har vi laget en tabell som viser prisene som ble markedsført for tre av kjolene vi kontrollerte.⁵ Tabellen er representativ også for de resterende kjolene som vi undersøkte.

Produktnavn	Salgsmarkedsføring 19.11.2024 "Kun i dag -30 % alle kjoler» ⁶	Salgsmarkedsføring 29.11.2024 "Black Friday 35 % på ALLE varer» ⁷	Salgsmarkedsføring 16.12.2024 "Shoppingfest -35 % alle varer» ⁸
Alyssa Sparkle (blå)	Markedsført førpris: kr 999	Markedsført førpris: kr 999	Markedsført førpris: kr 999

⁵ De tre første kjolene som fremgår av vår oversikt over funnene i tilsynsaksjonen, se kjole 1-3 i forhåndsvarselets vedlegg 9 og vedlegg 10 side 1-12.

⁶ Se forhåndsvarselet om vedtak vedlegg 6.

⁷ Se forhåndsvarselet om vedtak vedlegg 7.

⁸ Se forhåndsvarselet om vedtak vedlegg 8.

	Markedsført tilbudspris kr 699 (-30%) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 799 Korrekt rabatt jf. § 9a: ca. 13 %	Markedsført tilbudspris: kr 649 (-35 %) Korrekt førpris jf. § 9a: Kr 699 Korrekt rabatt jf. § 9a: ca. 7 %	Markedsført tilbudspris: kr 649 (-35 %) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 649 Korrekt rabatt jf. § 9a: 0% (ingen rabatt)
Eloise LS (rød)	Markedsført førpris: kr 1199 Markedsført tilbudspris: kr 839 (-30%) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 959 Korrekt rabatt jf. § 9a: ca. 13 %	Markedsført førpris: kr 1199 Markedsført tilbudspris: kr 779 (-35 %) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 839 Korrekt rabatt jf. § 9a: ca. 7 %	Markedsført førpris: kr 1199 Markedsført tilbudspris: kr 779 (-35 %) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 779 Korrekt rabatt jf. § 9a: 0 % (ingen rabatt)
Midikjole Viggasa (grønn)	Markedsført førpris: kr 1399 Markedsført tilbudspris: kr 979 (-30 %) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 1119 Korrekt rabatt jf. § 9a: ca. 13 %	Markedsført førpris: kr 1399 Markedsført tilbudspris: kr 909 (-35 %) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 979 Korrekt rabatt jf. § 9a: ca. 7 %	Markedsført førpris: kr 1399 Markedsført tilbudspris: kr 699 (-50 %) Korrekt førpris jf. § 9a: kr 909 Korrekt rabatt jf. § 9a: ca. 23 %

Tabellen illustrerer at FLOYD, ved å oppgi uriktige førpriser, ga forbrukere inntrykk av en bedre prisfordel enn det som er tillatt etter prisopplysningsforskriften § 9a.

Vi viser ellers til Forbrukertilsynets vurderinger i forhåndsvarselet om vedtak punkt 5.

7 FORBRUKERTILSYNET KAN FATTE VEDTAK I SAKEN

Forbrukertilsynet kan fatte vedtak i saken hvis inngrep tilsies av hensyn til forbrukerne, jf. mfl. § 36 andre ledd jf. mfl. § 35 første ledd.

Salgsmarkedsføring er svært egnet til å påvirke forbrukernes kjøpsbeslutninger. Gjennom prismerkingdirektivet artikkel 6a⁹ har EU derfor oppstilt et absolutt minstekrav til hva som er akseptable førpriser. FLOYD har brutt en sentral bestemmelse innenfor markedsføringsretten, som skal sette forbrukerne i stand til å ta informerte valg.

Hensynet til forbrukerne tilsier derfor at vi fatter vedtak i denne saken. Vi viser ellers til forhåndsvarselet om vedtak punkt 6.

8 OVERTREDELSESGEBYR SOM REAKSJON PÅ LOVBRUDDENE

8.1 Generelt om vilkårene for å fatte vedtak om overtredelsesgebyr

Forbrukertilsynet kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av prisopplysningsforskriften § 9a. Overtredelsen må enten være vesentlig eller ha skjedd gjentatte ganger, jf. mfl. § 42 første ledd. Disse vilkårene har vi omtalt nærmere i forhåndsvarselet om vedtak punkt 7.1 – 7.4.

8.2 FLOYD har brutt prisopplysningsforskriften § 9a

FLOYD har brutt prisopplysningsforskriften § 9a. Vi viser til punkt 6 over, og forhåndsvarselet om vedtak punkt 5, hvor vi utdyper dette nærmere. Vi oppfatter FLOYDS anførsler i saken slik at dere ikke har noen innvendinger til denne vurderingen.

8.3 Individuell veiledning er ikke et vilkår for å fatte vedtak om overtredelsesgebyr

8.3.1 Oppsummering og konklusjon

FLOYD har anført at Forbrukertilsynet ikke kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr fordi selskapet ikke har mottatt individuell veiledning før forhåndsvarselet om vedtak.

Vi er ikke enige i at det er rettslig grunnlag, verken i lovens ordlyd, lovens forarbeider eller andre, relevante rettskilder, for å oppstille et vilkår om individuell veiledning for at Forbrukertilsynet kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr. Dette vil vi utdype i det følgende.

⁹ I norsk rett gjennomført ved prisopplysningsforskriften § 9a.

8.3.2 Krav om individuell veiledning følger ikke av markedsføringsloven, forarbeider eller forvaltningspraksis

Det er ikke mulig å innfortolke et vilkår om individuell veiledning basert på ordlyden i markedsføringsloven § 42:

§ 42. Vedtak om overtredelsesgebyr

*Ved **forsettlig eller uaktsom overtredelse av (...) forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd eller § 10, som anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger**, kan den ansvarlige ilegges et overtredelsesgebyr. Der den næringsdrivende, eller noen som opptrer på den næringsdrivendes vegne, forsettlig eller uaktsomt bryter bistandsplikten ved stedlig kontroll etter § 34 annet ledd, kan den næringsdrivende ilegges overtredelsesgebyr.*

Departementet kan ved forskrift gi nærmere regler om utmåling av overtredelsesgebyr (vår utheving).

Individuell veiledning er ikke et vilkår som listes opp i denne bestemmelsen. Et slikt vilkår kan heller ikke leses ut av noen av de øvrige bestemmelsene i markedsføringsloven kapittel 7, som regulerer håndheving av markedsføringsloven med tilhørende forskrifter.

Et vilkår om individuell veiledning kan heller ikke leses ut av forarbeidene til markedsføringsloven. Det som derimot kan leses ut av forarbeidene, er at Forbrukertilsynet primært skal jobbe for å få næringsdrivende til å innrette seg frivillig etter regelverket som vi fører tilsyn med, se [Prop. 50 LS \(2022-2023\) punkt 4.2.5.3](#) og [Prop. 93 L \(2016-2017\) punkt 4.2.4](#). Dette er uttalelser om våre tilgjengelige og foretrukne arbeidsmetoder ut fra hva som generelt sett er effektivt – ikke uttalelser om vilkårene for å fatte vedtak.

I praksis er veiledning den arbeidsmetoden Forbrukertilsynet benytter i størst grad, både individuelt og gjennom veiledninger på nett, foredragsvirksomhet og lignende. At lovgiver forutsetter at veiledning skal være vår fremste arbeidsmetode er imidlertid ikke det samme som at individuell veiledning er påkrevd før vi kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr. Vi viser også til departementets uttalelse i de sistnevnte forarbeidene:

*«Departementet opprettholder forslaget i høringsnotatet om å **fjerne vilkåret** om at Forbrukerombudet må søke å oppnå en frivillig ordning **før** det fattes vedtak» (vår utheving).*

Departementet fjernet med andre ord uttrykkelig vilkåret om at man må forsøke en frivillig ordning før vedtak. Vi viser også til departementets uttalelser i [Prop. 119 L \(2024-2025\) punkt 3.4](#):

*«En hjemmel til å ilegge overtredelsesgebyr vil ha en god preventiv effekt, ved at det for den næringsdrivende vil være en reell risiko for en økonomisk sanksjon **allerede ved første gangs overtredelse** av reglene om god markedsføringsskikk overfor barn» (vår utheving).*

Selv om uttalelsen konkret gjelder markedsføringsloven § 21 andre ledd, viser dette at et av formålene med Forbrukertilsynets adgang til å fatte vedtak om overtredelsesgebyr er at det skal være en reell risiko for økonomiske sanksjoner allerede ved førstegangs overtredelser. I samme retning trekker departementets uttalelse i Prop. 93. (2016-2017) punkt 6.4.4:

«en risiko for en direkte, ubetinget sanksjon som overtredelsesgebyr [vil] virke langt mer avskrekkende overfor enkelte, særlig useriøse aktører».

Det er heller ikke på noe tidspunkt inntatt spesialmerknader i forarbeidene til markedsføringsloven § 42 (tidligere § 43) hvor lovgiver oppstiller vilkår utover de som fremgår av ordlyden.

Ut fra lovens ordlyd og forarbeidene er det derfor klart at lovgiver ikke har hatt til intensjon å oppstille individuell veiledning som et inngangsvilkår før vedtak om overtredelsesgebyr kan fattes.

Tidligere praksis fra Markedsrådet viser også at individuell veiledning ikke er et vilkår for vedtak om overtredelsesgebyr. Vi viser til [MR-2020-563](#) (Visjon TV & Webshop) og [MR-2022-967](#) (Motkraft), hvor Markedsrådet la til grunn at vilkårene for å ilegge overtredelsesgebyr var oppfylt, selv om Forbrukertilsynet ikke hadde vært i dialog med de aktuelle aktørene før vedtaket ble fattet.

FLOYD har vist til Markedsrådets uttalelser i [MR-2022-1387](#) (Cover Brands) som et argument for at Forbrukertilsynet ikke kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr i denne saken:

«Forbrukertilsynet har en alminnelig veiledningsplikt etter forvaltningsloven § 11, og denne må ses i sammenheng med forhandlingsmodellen slik den fremkommer i markedsføringsloven § 36 første ledd. Markedsrådet påpeker at selv om kravet om å forsøke frivillig ordning er fjernet, gir markedsføringsloven § 36 første ledd et tydelig signal om at forhandlinger fortsatt skal være Forbrukertilsynets primære arbeidsmetode, jf. Prop. 93 L (2016-2017) s. 21. Sett i sammenheng med den alminnelige veiledningsplikten er ikke Markedsrådet enig i at Forbrukertilsynet står fritt til å fatte vedtak dersom vilkårene for dette er oppfylt, fremfor å gå i dialog. Med overtredelsesgebyr som en mulig sanksjonsform mener Markedsrådet at veiledningsplikten bør ivaretas spesielt».

Markedsrådet uttaler at Forbrukertilsynet ikke uten videre kan fatte vedtak, selv om vilkårene for overtredelsesgebyr er oppfylt. Uttalelsen kan etter vårt syn ikke tillegges vekt. For det første var denne uttalelsen fra Markedsrådet ikke relevant for resultatet i saken som var til behandling, og spørsmålet var derfor ikke grundig belyst for Markedsrådet. For det andre har uttalelsen åpenbare mangler, ved at uttalelsen mangler rettskildemessig forankring når Markedsrådet viser til «*tydelig signal*», men samtidig ikke legger vekt på uttrykkelige uttalelser i forarbeidene. Markedsrådet tar heller ikke i betraktning at individuell veiledning ikke er et vilkår for overtredelsesgebyr på noen andre tilsynsområder, i hvert fall ikke så langt Forbrukertilsynet kjenner til. Etter vårt syn er det sannsynlig at Markedsrådet heller ikke har gjort en grundig nok vurdering av konsekvensene av en slik uttalelse som er såpass bredt formulert, se punkt 8.3.4 nedenfor.

Når verken loven eller forarbeidene innfører et vilkår om individuell veiledning for å fatte vedtak om overtredelsesgebyr, mener vi at Markedsrådets uttalelse på dette punkt ikke kan tillegges vekt. Vi fastholder derfor at det ikke er rettslig grunnlag for å oppstille individuell veiledning som et absolutt vilkår før vi kan treffe vedtak.

Vi mener at avgjørelsen i sak [MR-2025-1787 \(Lager 157\)](#) om overtredelsesgebyr for brudd på informasjonsplikten etter åpenhetsloven, heller ikke gir grunnlag for å oppstille forutgående veiledning som et absolutt vilkår for overtredelsesgebyr.

Et krav om at Forbrukertilsynet må gi individuell veiledning før vi kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr for brudd på reglene i markedsføringsloven eller tilhørende forskrifter, kan etter vårt syn derfor ikke sluttes fra lov, forarbeider eller forvaltningspraksis.

8.3.3 Den generelle veiledningsplikten innebærer ikke en plikt til å gi veiledning før forvaltningen kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr

FLOYD anfører at forvaltningens generelle veiledningsplikt taler for at selskapet skulle fått individuell veiledning i denne saken før et vedtak om overtredelsesgebyr.

Den generelle veiledningsplikten i [forvaltningsloven \(fvl.\) § 11](#) gjelder hovedsakelig «på forespørsel», det vil si når noen aktivt ber om informasjon. I behandlingen av en konkret sak innebærer plikten videre at forvaltningsorganet av eget tiltak skal vurdere partenes behov for veiledning. Plikten til å tilby veiledning overfor en profesjonell næringsdrivende som forventes å kjenne rettsområdet, vil være mer begrenset enn plikten til å veilede en person uten særlig kjennskap til forvaltningen eller det aktuelle rettsområdet.¹⁰

¹⁰ Se [Prop. 79 L \(2024-2025\) side 406-407](#), som også gir uttrykk for gjeldende rett.

Den generelle veiledningsplikten er altså ikke en plikt for forvaltningen til å drive oppsøkende, individuelt veiledningsarbeid. Følgelig oppstiller heller ikke bestemmelsen et inngangsvilkår som må være oppfylt før forvaltningen kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr.

Vi understreker også at FLOYD ikke på noe tidspunkt før forhåndsvarselet om vedtak har bedt Forbrukertilsynet om veiledning om regelverket som gjelder for bruk av førpriser. En slik forespørsel fikk vi først etter at dere mottok forhåndsvarsel om vedtak. Forbrukertilsynet har i lang tid har hatt tilgjengelig informasjon om det aktuelle regelverket på våre nettsider, i tillegg til at regelverket baserer seg på objektive kriterier som i seg selv bør være enkle forstå.

8.3.4 Hensynet til effektiv håndheving taler mot individuell veiledning som generelt vilkår for å fatte vedtak om overtredelsesgebyr

Hensynet til effektiv håndheving av forbrukervernreglene taler sterkt mot at individuell veiledning skal innfortolkes som et vilkår for å fatte vedtak om overtredelsesgebyr.

Et slikt vilkår er uheldig ut fra allmennpreventive hensyn, og vil undergrave lovgivers formål med å innføre overtredelsesgebyr som en primær sanksjonsmulighet. Hvis Forbrukertilsynet ikke kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr før vi har gitt individuell veiledning til den næringsdrivende, er det ingen næringsdrivende som risikerer gebyr før de får en advarsel i form av individuell veiledning fra Forbrukertilsynet. Da kan næringsdrivende legge til grunn at de alltid vil slippe unna med lovbrudd frem til Forbrukertilsynet har tatt kontakt for å veilede om det aktuelle forholdet. I den forbindelse viser vi til Prop. 93. (2016-2017) punkt 6.4.4 (omtalt over i punkt 8.3.2) hvor departementet vurderte at det var nødvendig å utvide hjemmelen til å fatte vedtak om overtredelsesgebyr fordi «*en risiko for en direkte, ubetinget sanksjon som overtredelsesgebyr [vil] virke langt mer avskrekkende overfor enkelte, særlig useriøse aktører*».

Bruk av ulovlige førpriser illustrerer spesielt at et vilkår om individuell veiledning vil være uheldig ut fra hensynet til effektiv håndheving av forbrukervernreglene.

Forbrukertilsynet har i mange år prioritert tilsyn med prismarkedsføring, herunder reglene som gjelder for bruk av førpris. Vi har gjennom årene fattet flere forbudsvedtak med tilhørende tvangsmulkt, og i nyere tid også vedtak om overtredelsesgebyr. I 2022 fattet vi vedtak om overtredelsesgebyr mot tre store kosmetikkaktører.¹¹ Sammenlignet med tidligere saker, var gebyrene beløpsmessig høye og sakene fikk stor oppmerksomhet i media. I 2023 fikk vi nye regler om utmåling av overtredelsesgebyr, ved at det ble innført et øvre tak på 4 % av den næringsdrivendes omsetning, eller inntil 25 millioner kroner (hvor det høyeste beløpet

¹¹ [MR-2022-1385](#) (Blivakker), [MR-2022-1386](#) (Blush) og [MR-2022-1387](#) (Cover Brands).

utgjør grensen). Endringen kom som følge av flere grep fra EU for å sikre en mer effektiv forbrukerbeskyttelse (moderniseringsdirektivet).¹² I den forbindelse ble også regelen om bruk av førpriser forenklet, ved at vi fikk en egen, mer objektiv bestemmelse (prisopplysningsforskriften § 9a).¹³ Forbrukertilsynet har hele tiden hatt veiledning tilgjengelig på våre nettsider om reglene som gjelder for førpris og media har skrevet en rekke artikler om bestemmelsen. Det har altså vært svært enkelt for FLOYD og andre næringsdrivende å skaffe informasjon om regelverket som er relevant for denne saken.

Til tross for dette, er vårt inntrykk at mange næringsdrivende fortsatt ikke prioriterer å sette seg inn i reglene som gjelder for salgsmarkedsføring og andre forbrukervernregler, og dermed heller ikke innretter sin virksomhet i tråd med regelverket. For at vi skal kunne håndheve regelverket på en effektiv måte, er det nødvendig at næringsdrivende *på eget initiativ*, i betydelig større grad enn i dag, innretter sin virksomhet i tråd med regelverket. FLOYDs anførsler et godt eksempel på at næringsdrivende ikke tar regelverket på alvor før de mottar et brev fra Forbrukertilsynet. Vi viser her til merknadene til forhåndsvarselet, hvor dere skriver følgende:

«Floyd har en klar ambisjon om å følge alt gjeldene regelverk. Selskapet har hatt flere pågående internprosjekter siden 2023.

[Redacted text block]

[Redacted text block]

På bakgrunn av varsel om overtredelsesgebyr fra Forbrukertilsynet og veiledningsbrevet vil vi nå prioritere implementering av systemer som sikrer prisovervåkning»

¹² [Direktiv \(EU\) 2019/2161](#).

¹³ Se forhåndsvarselet punkt 3 hvor vi utdyper hva denne endringen innebærer.

Nettbutikken www.floyd.no ble startet i 2011. De overordnede prinsippene for bruk av førpris, altså at førpris skal være den laveste prisen som er brukt i perioden før salget, har vært gjeldende så lenge nettbutikken har eksistert.¹⁴ Likevel var det tilsynelatende et brev fra Forbrukertilsynet som måtte til for at FLOYD skulle prioritere å få på plass systemer for å ha kontroll på egen prishistorikk.

Anførselen over illustrerer det vi oppfatter er holdningen til mange næringsdrivende – at markedsføringsreglene, herunder reglene om førpris, først prioriteres hvis Forbrukertilsynet tar kontakt. Hvis denne første kontakten alltid skal innebære at Forbrukertilsynet gir veiledning, har vi liten tro på at næringsdrivende på eget initiativ vil ta regelverket på alvor og innrette sin praksis i tråd med reglene. Dette underbygges også av FLOYDs anførsler, hvor det tydelig fremgår at selskapet har en forventning om at lovbrudd ikke vil få reelle konsekvenser før de har mottatt individuell veiledning. Vår oppfatning er dessverre at dette gjelder mange næringsdrivende.

Hensynet til et effektivt forbrukervern, herunder allmennpreventive hensyn, taler derfor med styrke mot at det innfortolkes et krav om individuell veiledning før Forbrukertilsynet kan fatte vedtak om overtredelsesgebyr.

8.4 Lovbruddene FLOYD har begått er vesentlige

8.4.1 Overordnet

Om en overtredelse er å anse som vesentlig må vurderes konkret i hver enkelt sak.

Som vi har angitt i forhåndsvarselet om vedtak punkt 7.3.1, er det en rekke momenter som kan være relevante ved vurderingen av om en overtredelse skal anses som vesentlig. Eksempler på slike momenter er overtredelsens art, omfang, omstendighetene hvor lovbruddet fant sted og lovbruddenes inntjeningspotensial.¹⁵

I det følgende har vi oppsummert våre vurderinger av disse momentene fra forhåndsvarselet om vedtak, og kommentert FLOYDs anførsler til disse momentene.

8.4.2 Lovbruddets art

På samme måte som i forhåndsvarselet om vedtak, mener Forbrukertilsynet at lovbruddets art taler for at det er snakk om en vesentlig overtredelse. Ved vurderingen av lovbruddets art

¹⁴ Se for eksempel [MR-2000-11 \(Elkjøp\)](#).

¹⁵ Se for eksempel Markedsrådets vurderinger i [MR-2023-399](#) avsnitt 68-71 og MR-2022-1386 (Blush) avsnitt 27-29.

ser vi blant annet på hvilken bestemmelse som er overtrådt, herunder hvilke forbrukerhensyn bestemmelsen skal beskytte og hvordan overtredelsen kan ha påvirket forbrukerne.

I denne vurderingen har vi blant annet lagt vekt på at opplysninger om førpris og prisbesparelsens størrelse er helt sentral informasjon som klart virker inn på forbrukernes kjøpsbeslutninger. Vi viser ellers til vår begrunnelse i forhåndsvarselet om vedtak punkt 7.3.2.

FLOYD har vist til tidligere vedtak om villedende førpriser, herunder MR-2022-1386 (Blush), hvor både Forbrukertilsynet og Markedsrådet la vekt på at førprisene «... *aldri eller knapt var brukt i ukene og månedene før Black Friday (...)*». Dere mener at førprisene som ble brukt i disse sakene var «*sterkt misvisende*», i motsetning til førprisene FLOYD har brukt. Dere begrunner dette med at førprisene dere brukte er de samme prisene som dere vanligvis selger kjolene for (forstått som utenfor kampanjeperioder). I den forbindelse viser dere også til at EU-kommisjonen omtaler bestemmelsens formål slik:

*«Artikel 6a har til formål at forhindre, at erhvervsdrivende kunstigt oppuster referenceprisen og/eller vildleder forbrukerne om størrelsen af prisnedsættelsen».*¹⁶

Sakene FLOYD viser til ble behandlet i 2021/2022 og derfor etter markedsføringsloven § 7 jf. § 6, som forbyr villedende handlinger. Den gang skulle det foretas en skjønnsmessig vurdering av om førprisene var egnet til å villedde forbrukerne. Fra 01.10.2023 fikk vi en egen og mer objektiv bestemmelse om førpriser i prisopplysningsforskriften § 9a. Etter prisopplysningsforskriften § 9a er det kun laveste pris siste 30 dager som utgjør en reell førpris. Dette er et minstekrav. Ved vurderingen av om lovbruddet utgjør en vesentlig overtredelse er det derfor ikke relevant å vurdere hvor mye FLOYD faktisk har brukt førprisene.

Sitatet fra EU-kommisjonen kan heller ikke leses som at § 9a kun gjelder der prisene er oppjustert i forkant av et salg. Sitatet illustrerer imidlertid en praksis som i ytterste konsekvens kan oppstå hvis man ikke har bestemmelser som regulerer førpriser.

Vi mener at det ikke er holdepunkter for at vi ved vurderingen av om lovbruddet er vesentlig, kan vektlegge hvor mye førprisene er brukt i perioden før salget. Vi mener imidlertid at hvis de markedsførte førprisene (eller høyere priser) aldri eller knapt er brukt i perioden før salgsstart, så kan dette være et skjerpene moment ved utmålingen av gebyrets størrelse. Dette omtaler vi nærmere i punkt 8.6.2.

¹⁶ Jf. innledningen i EU-kommisjonens [veiledning til prismerkingdirektivet](#).

8.4.3 Omstendighetene hvor lovbruddet fant sted

Som i forhåndsvarselet om vedtak punkt 7.3.3, mener Forbrukertilsynet at omstendighetene hvor lovbruddet fant sted taler for at det er snakk om en vesentlig overtredelse. Vi viser til at salgsmarkedsføringen fant sted i november og desember, altså i en periode hvor forbrukerne er spesielt på utkikk etter tilbud og særlig tilbøyelige til å agere på budskap om prisbesparelser.

Vi oppfatter det slik at FLOYD ikke har fremsatt noen innvendinger eller andre kommentarer til denne vurderingen.

8.4.4 Lovbruddets omfang

Som i forhåndsvarselet om vedtak, mener Forbrukertilsynet at lovbruddenes omfang taler for at det er snakk om en vesentlig overtredelse. Vi viser til at vi kontrollerte 20 tilfeldige kjoler på tre ulike datoer. Vi fant ikke ett eneste tilfelle hvor kjolene ble markedsført med korrekte førpriser. Vi viser ellers til begrunnelsen som fremgår av forhåndsvarselet punkt 7.3.4.

FLOYD har forklart at lovbruddene i denne saken skyldes følgefeil i systemet. Dere viser til at systemet er lagt opp slik at det er varenes veiledende pris/ordinære pris (forstått som prisen dere bruker utenom tilbudsperioder), som automatisk blir satt som førpris. Ifølge FLOYD har dette medført at det har blitt vist uriktige førpriser på samtlige varer som denne saken gjelder. Vi oppfatter det slik at dere mener omfanget derfor ikke kan tillegges særlig vekt.

Til dette vil vi bemerke at antall individuelle lovbrudd er det samme uavhengig av hva årsaken er. I denne saken tilsier antallet at overtredelsen er vesentlig.

8.4.5 Lovbruddets inntjeningspotensial

Forbrukertilsynet mener at lovbruddets inntjeningspotensial taler for at det er snakk om en vesentlig overtredelse. Vi viser til at FLOYDs driftsinntekter viser at selskapet når ut til mange forbrukere, og at de ulovlige førprisene ble brukt i en periode hvor forbrukerne er spesielt opptatt av å finne gode tilbud. Vi viser ellers til begrunnelsen som fremgår av forhåndsvarselet om vedtak punkt 7.3.5.

I den forbindelse opplyser FLOYD at [REDACTED] av omsetningen, og at dette viser at dere har lojale kunder som er godt kjent med deres prismodell. Dere mener derfor at sannsynligheten for misforståelser er minimal.

Til dette vil vi først understreke at både nye og «lojale» kunder skal presenteres for førpriser som er i tråd med regelverket. Utover dette er ikke innvendingen relevant, fordi det avgjørende for denne delen av vurderingen er hvilket inntjeningspotensial lovbruddet har.

Hvor mange kunder som faktisk har handlet beror på tilfeldigheter, og kan derfor ikke tillegges vekt.

8.4.6 Forbrukerklager

FLOYD har opplyst at selskapet ikke har mottatt noen henvendelser fra kunder om uriktige førpriser. Vi forstår det slik at dere mener dette taler mot at lovbruddene kan anses som vesentlige overtredelser.

I den forbindelse viser vi til Markedsrådets uttalelse i MR-2022-1386 (Blush):

«Det at selskapet ikke har mottatt forbrukerklager kan ikke tillegges særlig vekt, siden det ikke kan forventes at den enkelte forbruker foretar egne kontroller av om prisfordeler er reelle».

Det følger altså av Markedsrådets praksis at manglende forbrukerklager er av mindre betydning for vesentlighetsvurderingen. I denne saken legger vi ingen vekt på manglende forbrukerklager ved vurderingen av om lovbruddene er å anse som vesentlige overtredelser.

8.4.7 Forbrukertilsynets konklusjon er at overtredelsen er vesentlig

Forbrukertilsynet opprettholder vurderingen fra forhåndsvarselet om vedtak om at lovbruddene i denne saken utgjør en vesentlig overtredelse av prisopplysningsforskriften § 9a.

8.5 Skyldkravet er oppfylt

Som det fremgår av punkt 8.1, må FLOYD ha utvist tilstrekkelig skyld (uaktsomhet eller forsett) for at lovbruddene i denne saken kan sanksjoneres med overtredelsesgebyr.

For at det skal være snakk om forsett, må FLOYD ha hatt kjennskap til de *faktiske forholdene* som denne saken gjelder. Vilkåret om forsett kan derfor være oppfylt uavhengig av om FLOYD kjente til eller forstod de aktuelle reglene som denne saken gjelder.

I denne saken mener vi det er klart at FLOYD med hensikt (forsettlig):

1. markedsførte prisnedsettelse på floyd.no 19.11, 29.11 og 16.12.2024, og
2. brukte de aktuelle førprisene som fremgår av vedlegg 10-14 i forhåndsvarselet om vedtak

Som i forhåndsvarselet, understreker vi at forsett i denne sammenheng ikke betyr at vi konkluderer med at ansatte i FLOYD har ment å bryte loven. Det avgjørende er kun at de faktiske handlingene som utgjør lovbruddet (publisering av markedsføring med de aktuelle

førprisene), er begått med hensikt. Publiseringen var tilsiktet, og skjedde for eksempel ikke ved et uhell. Vi viser ellers til vår begrunnelse i forhåndsvarselet punkt 7.4.2.

Vi opprettholder derfor vår konklusjon om at lovbruddene ble begått med hensikt (forsett).

Vi forstår FLOYDs anførsler slik at lovbruddene fant sted fordi selskapet enten ikke kjente til prisopplysningsforskriften § 9a, eller ikke kjente til hva bestemmelsen innebærer i praksis. Vi viser her til at FLOYD i merknadene skriver at «*[i]ngen ansatte i FLOYD har med hensikt gått inn for å oppgi en førpris i strid med prisopplysningsforskriften § 9a*» og at «*[v]urderingen til Forbrukertilsynet synes å være begrenset til at Forbrukertilsynet har en forventning om at FLOYD var kjent med reglene i prisopplysningsforskriften ...*».

Manglende kunnskap om regelverket endrer som nevnt ikke vurderingen av om handlingene er begått med forsett. Vi forstår likevel anførselene slik at FLOYD hevder det foreligger rettsuvitenhet – altså manglende kunnskap om at markedsføringen var ulovlig.

Rettsuvitenhet fritar ikke fra ansvar, med mindre det er snakk om aktsom rettsuvitenhet. Se forhåndsvarselet om vedtak punkt 7.4.1 hvor vi omtaler dette. I den forbindelse viser vi også til [MR-2022-944 \(Agva Kraft\)](#) avsnitt 67 hvor Markedsrådet uttalte:

«Som profesjonell aktør har selskapet plikt til å sette seg grundig inn i reglene for markedsføring (...). Uvitenhet om regelverket fritar ikke for ansvar.»

Næringsdrivende forventes altså å innrette sin virksomhet i tråd med gjeldende regler. Å drifte en virksomhet uten å sette seg inn i reglene, er i seg selv uaktsomt.

FLOYD anfører at reglene som gjelder for prismarkedsføring er preget av usikkerhet, med henvisning til avsnitt 67 i MR-2022-944 (Agva Kraft). Dere viser også til at Forbrukertilsynet har oppdatert prisveilederen en rekke ganger, samt nylig sendt ut et orienteringsbrev til klesbransjen. Med henvisning til MR-2022-1386 (Blush) anfører dere også at det må vektlegges at selskapet ikke har fått individuell veiledning i forkant av forhåndsvarselet.

Til dette vil vi bemerke at dere plikter å sette dere inn i regelverket, uavhengig av om Forbrukertilsynet har tatt kontakt. Manglende individuell veiledning er derfor ikke et moment som taler for at det foreligger aktsom rettsuvitenhet. Vi viser også til at denne saken gjelder brudd på en bestemmelse som er helt i kjernen i reglene om prismarkedsføring, og ikke minst svært praktisk for FLOYDs virksomhet. Bestemmelsen er klar og objektiv, og Forbrukertilsynet har hele tiden hatt tilgjengelig veiledning på våre nettsider om bestemmelsen. Disse momentene taler for at det ikke er snakk om aktsom rettsuvitenhet.

Agva-saken fra 2022 som dere henviser til, endrer ikke vår vurdering. Vi viser til at Markedsrådets uttalelse om at reglene var preget av usikkerhet knyttet seg til de konkrete forholdene i den saken. Markedsrådet slo for øvrig fast at profesjonelle aktører må sette seg grundig inn i reglene, og at det ikke forelå aktsom rettsuvitenhet.

Utover dette minner vi om at orienteringsbrevet dere viser til, ikke er relevant for dette vedtaket. Forbedringene, oppdateringene og videreutviklingen vi har gjort i prisveilederen er etter vårt syn heller ikke et relevant argument for at reglene er uklare.

Forbrukertilsynets vurdering er derfor at FLOYDs rettsuvitenhet er uaktsom. Det betyr at FLOYD skal holdes ansvarlig for de lovbruddene selskapet har begått.

Vi opprettholder derfor konklusjonen fra forhåndsvarselet punkt 7.4 om at lovbruddene er begått med forsett, og at skyldkravet dermed er oppfylt.

8.6 Vurdering av overtredelsesgebyrets størrelse

8.6.1 Overordnet

Størrelsen på overtredelsesgebyret må vurderes konkret. Som vi har forklart i forhåndsvarselet om vedtak, lister [Forskrift om utmåling av tvangsmulkt og overtredelsesgebyr \(utmålingsforskriften\)](#) § 2 opp en rekke momenter som kan vektlegges ved vurderingen av overtredelsesgebyrets størrelse. Videre følger det av forskriften § 3 at et overtredelsesgebyr mot FLOYD maksimalt kan være på kr 25 000 000.

I forhåndsvarselet vurderte vi at overtredelsesgebyret burde fastsettes til kr 2 000 000. Vi begrunnet dette med lovbruddets art, grovhet og omfang, se utmålingsforskriften § 2 bokstav b. Vi la også vekt på at FLOYD kunne oppnå økonomiske fordeler som følge av lovbruddene, se forskriften § 2 bokstav f, samt at lovbruddene enkelt kunne vært unngått, se forskriften § 2 bokstav c. Til slutt la vi vekt på overtredelsesgebyrets preventive effekt, se forskriften § 2 bokstav a. Vi viser ellers til forhåndsvarselet punkt 7.5 hvor våre vurderinger er nærmere forklart.

FLOYD anfører hovedsakelig at overtredelsesgebyr ikke kan ilegges, og subsidiært at gebyret er for høyt. Vi har kommentert disse anførselene nedenfor.

8.6.2 Nærmere om overtredelsens art, omfang og grovhet

Som vi har redegjort for i forhåndsvarselet om vedtak, er vår vurdering at lovbruddets art, omfang og grovhet taler for et høyt gebyr. Vi viser til at salgsmarkedsføring er svært egnet til å påvirke forbrukerne, og at denne saken gjelder brudd på en bestemmelse som skal sikre at forbrukerne tar informerte valg. Vi legger også vekt på antall lovbrudd som denne saken

gjelder, FLOYDs kundemasse, at vi avdekket brudd ved tre ulike salgskampanjer og at lovbruddene fant sted kort tid før jul. Vi viser ellers til forhåndsvarselet punkt 7.5.

FLOYD anfører at fordi lovbruddets art og omfang ikke kan karakteriseres som vesentlige, er det heller ikke snakk om en grov overtredelse. Vi er ikke enige i FLOYDs anførsler om at lovbruddene ikke kan karakteriseres som vesentlige. Vi viser her til våre vurderinger i punkt 8.4 over.

Når det gjelder FLOYDs anførsel om at det ikke foreligger en grov overtredelse, viser vi for det første til våre vurderinger i forhåndsvarselet punkt 7.5. Utover dette mener vi det er relevant å se på prishistorikken som FLOYD har oversendt. Vi understreker at vi mener det i utgangspunktet skal lite til for at brudd på prisopplysningsforskriften § 9a, og spesielt i forbindelse med Black Friday/førjulstiden, anses som grove overtredelser. Grunnen til dette er at det er lite som påvirker forbrukernes kjøpsbeslutninger i like stor grad som rabattmarkedsføring. Hvis førprisene i tillegg er lite brukt, mener vi dette kan være et ytterligere moment i skjerpene retning.

Prishistorikken FLOYD har oversendt viser prisene som er brukt på de aktuelle kjolene i perioden 01.10 - 16.12.2024. Kort oppsummert forstår vi historikken på følgende måte:¹⁷

- 6 av kjolene kom inn i sortimentet 01.10.2024 eller tidligere¹⁸
- 6 av kjolene kom inn i sortimentet i perioden 02.10-31.10.2024¹⁹
- 6 av kjolene kom inn i sortimentet i perioden 01.11-07.11.2024²⁰

Oversikten viser altså at da vi kontrollerte førprisene 19.11 og 29.11, var det flere av de aktuelle kjolene som ikke engang hadde vært i deres sortiment i 30 dager. Vi minner her om at prisopplysningsforskriften § 9a innebærer at dere ikke kan markedsføre salg på en vare før den har vært i sortimentet minst 30 dager.

¹⁷ To av kjolene som ble plukket ut i vår kontroll 08.11 fikk vi ikke kontrollert i ettertid, fordi de var utsolgt. Dette gjelder Blazerkjole Rena og Krilli. Vi kommer derfor ikke til å kommentere prishistorikken til disse kjolene.

¹⁸ Aliba Satin(sort), Enna Ravenna long (blå), Karina (sort), Cairo (sort), Alyssa velvet (rød), Viggase (sort).

¹⁹ Alyssa Sparkle (blå), Eloise LS (rød), midikjole viggasa (grønn), Gloria Stone (blå), Aliba Satin (rød), midikjole Aliba satin (grønn)

²⁰ Chantal (sort), Winni, Chantal (blå), Mimi v-neck, Cordia, Macey

Historikken viser i tillegg at 4 kjoler har vært mer tilgjengelig til tilbudspris enn førpris i den aktuelle perioden.²¹ Som følge av den korte perioden kjolene har vært i sortimentet, og hyppigheten av kampanjer i november/desember, er det heller ikke slik at de øvrige kjolene har vært tilgjengelig til førpris i et spesielt stort omfang.

FLOYD fremhever særlig de 6 kjolene som har vært lengst i sortimentet. Dere viser til at disse kjolene har blitt tilbud til førpris 64-69 % av tiden i perioden mellom 01.10 og 16.12.2024. Vi mener at dette ikke er et formildende moment. Etter vår vurdering skal det lite til for at brudd på prisopplysningsforskriften § 9a anses som grove overtredelser.

Prishistorikken til kjolene endrer derfor ikke vår vurdering om at overtredelsene må anses som grove.

Vi fastholder derfor vår vurdering om at lovbruddets art, omfang og grovhet taler for et gebyr på kr 2 000 000.

8.6.3 Nærmere om tiltakene selskapet kunne gjort for å forhindre lovbrudd

I forhåndsvarselet om vedtak viste vi til at FLOYD gjennom interne rutiner og systemer enkelt kunne unngått de lovbruddene som denne saken gjelder.

FLOYD er ikke enige i dette, og viser til at selskapet har mange produkter i sortimentet, og at reglene derfor innebærer strenge krav til både ansatte og tekniske systemer for å klare å overholde reglene. [REDACTED]

Til dette viser vi igjen til at næringsdrivende plikter å ha tilstrekkelige systemer og rutiner på plass før de setter i gang med salgsmarkedsføring, og at dette også var nødvendig på den tiden da førpriser ble vurdert etter markedsføringsloven. Behovet for rutiner og systemer er altså ikke noe som har oppstått nylig. Hadde dere hatt dette på plass, ville det vært enkelt for dere å ha kontroll på førprisene.

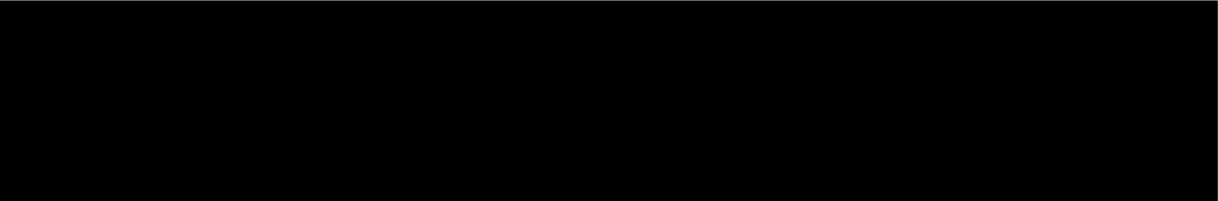
Nettopp det at FLOYD har markedsført salgskampanjer uten å ha tilstrekkelige rutiner og systemer på plass, viser behovet for et høyt overtredelsesgebyr i denne saken.

Vi fastholder derfor at overtredelsen enkelt kunne ha vært forebygget og at dette momentet taler for et gebyr på kr 2 000 000.

²¹ Midikjole Viggasa (grønn) som kom inn i sortimentet 25.10, Mimi V-neck som kom inn i sortimentet 06.11, Cordia som kom inn i sortimentet 05.11 og Gloria Stone (blå) som kom inn i sortimentet 29.10.

8.6.4 Nærmere om selskapets økonomiske evne

Ved utmålingen har vi lagt til grunn regnskapstallene fra 2023. Disse viser driftsinntekter på kr 112 210 273 og et positivt driftsresultat på kr 727 821.



FLOYD har ikke fremlagt nyere regnskapstall som dokumenterer disse påstandene. I den forbindelse viser vi også til at det fremgår av notene til årsregnskapet for 2023 at styret anser markedsutsliktene for relativt gode og forventer økt omsetning og positive resultater også i tiden fremover.

Ut fra allmennpreventive hensyn vurderer Forbrukertilsynet at det er riktig og nødvendig med et høyt overtredelsesgebyr. Vi legger også vekt på at det øvre taket for overtredelsesgebyr i dette tilfellet er kr 25 000 000, jf. utmålingsforskriften § 3. Et gebyr på kr 2 000 000 utgjør 1,8 % av driftsinntektene og er betydelig under grensen på kr 25 000 000.

Vi fastholder derfor vurderingen om at selskapets økonomiske evne taler for et gebyr på kr 2 000 000.

8.6.5 Nærmere om skyldgraden

I merknadene anfører FLOYD at skyldgraden taler for at gebyret bortfaller eller settes vært lavt.

Vi viser her til skyldvurderingen i punkt 8.5. Vi legger som sagt liten, men likevel noe, vekt i skjerpende retning på at lovbruddene er begått med forsett. Vi viser ellers til begrunnelsen for dette i forhåndsvarselet punkt 7.5.

8.6.6 Betydningen av selskapets innrettelse

I merknadene til forhåndsvarselet opplyser FLOYD at selskapet har tatt umiddelbare grep for å sikre overholdelse av reglene. Dere mener dette taler for at gebyret må nedjusteres.

Til dette vil vi bemerke at overtredelsesgebyr gis som en reaksjon på lovbrudd som allerede er begått. Vi viser også til at næringsdrivende plikter å overholde reglene i prisopplysningsforskriften. At FLOYD nå tar grep for å forhindre fremtidige lovbrudd er derfor i seg selv ikke et argument for et lavere overtredelsesgebyr, og vi legger derfor ikke vekt på dette ved fastsettelsen av gebyrets størrelse.

8.6.7 Konklusjon – kr 2 000 000 er riktig størrelse på overtredelsesgebyret

På bakgrunn av det ovennevnte, og vurderingene som fremgår av forhåndsvarselet punkt 7.5, fastsetter vi overtredelsesgebyrets størrelse til kr 2 000 000.

8.7 Det er forholdsmessig å fatte vedtak om overtredelsesgebyr mot FLOYD

For at Forbrukertilsynet skal kunne ilegge overtredelsesgebyr, er det etter vårt syn også et krav om at dette må være en forholdsmessig reaksjon på de lovbruddene FLOYD har begått.

I forhåndsvarselet konkluderte vi med at overtredelsesgebyr på kr 2 000 000 er en forholdsmessig reaksjon i denne saken. Vi begrunnet dette med å blant annet vise til at saken gjelder vesentlige overtredelser av en sentral bestemmelse innenfor markedsføringsretten. Videre påpekte vi at allmennpreventive hensyn også tilsier en slik reaksjon. Vurderingene er nærmere utdypet i forhåndsvarselet punkt 7.6.

FLOYD anfører at vedtak om overtredelsesgebyr er en urimelig reaksjon. Dere anfører at reglene er komplekse, og at dette illustreres ved at Forbrukertilsynet så behov for å sende ut et orienteringsbrev til klesbransjen tidligere i år.

Når det gjelder anførselen om at reglene er komplekse, vil vi først påpeke at denne saken gjelder brudd på en objektiv bestemmelse. Det følger helt klart av bestemmelsens ordlyd at dere skulle tatt hensyn til tilbudsprisene dere brukte i ukene før, når dere startet nye salgskampanjer. Bestemmelsen er i tillegg i stor grad en videreføring av prinsipper som har vært gjeldende for salgsmarkedsføring i mange år (se forhåndsvarselet punkt 3 hvor vi utdypet dette nærmere). Lovbruddene i denne saken kan derfor ikke forklares med at reglene er komplekse. Lovbruddene skjedde fordi FLOYD har unnlatt å sette seg inn i regelverket.²² Orienteringsbrevet er som nevnt i punkt 3 heller ikke relevant for denne saken. Vi viser til vårt brev til FLOYD av samme dato som dette vedtaket, hvor vi forklarer orienteringsbrevets bakgrunn og innhold nærmere.

FLOYD påpeker også at prisveilederen på forbrukertilsynet.no har blitt oppdatert en rekke ganger. Vi forstår anførselen slik at dere mener det er et særlig behov for individuell veiledning i denne saken og at et vedtak om overtredelsesgebyr derfor er uforholdsmessig.

²² Vi viser til at dere i merknadene til forhåndsvarselet blant annet skriver «Vurderingen til Forbrukertilsynet synes å være begrenset til at Forbrukertilsynet har en forventning om at Floyd var kjent med reglene i prisopplysningsforskriften» og «Ingen ansatte i Floyd har med hensikt gått inn for å oppgi en førpris i strid med prisopplysningsforskriften § 9a». På bakgrunn av disse anførselene forstår vi det slik at lovbruddene fant sted fordi dere ikke var kjent med § 9a, eventuelt ikke var kjent med hva bestemmelsen innebærer i praksis.

Forbrukertilsynet har i mange år hatt en prisveileder tilgjengelig på våre nettsider. Da prisopplysningsforskriften § 9a ble innført, fjernet vi den gamle veilederen og publiserte en ny veileder tilpasset den nye bestemmelsen. Den nye veilederen ble publisert 29.09.2023. I perioden mellom 29.09.2023 og 18.03.2025 (da FLOYD mottok forhåndsvarselet) ble prisveilederen oppdatert 17 ganger. Dette vet vi fordi vi har undersøkt veilederens redigeringslogg. Denne loggen er kun tilgjengelig i form av koder, og er derfor ikke egnet å dele. Oppdateringene som er gjort handler i all hovedsak om å legge til informasjon etter hvert som vi fikk spørsmål fra næringsdrivende, eller etter hvert som vi fikk utredet flere standpunkt som vi mente var relevante å inkludere i prisveilederen. Veiledningen som er relevant for de konkrete lovbruddene som denne saken gjelder, har imidlertid vært tilgjengelig siden 29.09.2023. Vi viser til vedlegg 15 og 16 i forhåndsvarselet som viser dette.

Til sist anfører FLOYD at overtredelsesgebyr ikke kan ilegges før mindre inngripende virkemidler er forsøkt. Vi understreker at vi i denne saken har vurdert om mindre inngripende tiltak vil være tilstrekkelig, slik som veiledning. Vi har imidlertid konkludert med at sterke allmennpreventive hensyn tilsier at overtredelsesgebyr er nødvendig. Vi viser blant annet til momentene vi fremhever i punkt 8.3.3.

På denne bakgrunn opprettholder vi vårt standpunkt om at både individual- og allmennpreventive hensyn tilsier at et overtredelsesgebyr på kr 2 000 000 er en forholdsmessig reaksjon i denne saken.

9 VEDTAKET INNEBÆRER IKKE USAKLIG FORSKJELLSBEHANDLING

FLOYD har anført at et vedtak om overtredelsesgebyr vil innebære usaklig forskjellsbehandling. Dere begrunner dette med å vise til at Forbrukertilsynet i tidligere saker har gitt individuell veiledning før vi har fattet vedtak. Dere viser også til at andre, større aktører ikke har fått vedtak i etterkant av kontrollen vi gjennomførte i 2024. I den forbindelse skriver dere at vedtaket oppleves «*vilkårlig*» og at denne saken handler om å «*(...) statuere et eksempel overfor en hel bransje*». Til sist reagerer dere på hvordan internasjonale aktører som Shein og Temu følges opp av de europeiske forbrukermyndighetene.

Når det gjelder henvisningen til tidligere forvaltningspraksis, viser vi til punkt 8.3.2 hvor vi nevner to eksempler på at Forbrukertilsynet har fattet vedtak om overtredelsesgebyr uten å ha gitt individuell veiledning i forkant. Vi understreker også at vi hele tiden må vurdere hvilke arbeidsmetoder som sikrer nødvendig forbrukerbeskyttelse på de ulike områdene vi fører tilsyn med. Tidligere praksis er derfor ikke retningsgivende alene, og vi kan tilpasse våre metoder så lenge disse er i tråd med rammene som gjelder for vår myndighetsutøvelse.

Når det gjelder FLOYDs anførsel om at dere er eneste aktør som får et vedtak i etterkant av vår kontroll, viser vi til vårt brev til FLOYD av samme dato som dette vedtaket, hvor vi

forklarer dette nærmere. Som det fremgår der, må vi avgrense våre kontroller til enkelte aktører og kampanjetyper. En slik avgrensning betyr ikke at det foreligger usaklig utvelgelse eller usaklig forskjellsbehandling. Vi understreker også at reglene gjelder for alle næringsdrivende, slik at vårt tilsynsarbeid ikke bare skal omfatte de største aktørene i hver bransje. FLOYDs årsregnskap viser dessuten at selskapet når ut til mange forbrukere.

Til sist vil vi bemerke at EU-kommisjonen og de ulike tilsynsmyndighetene i EU/EØS har flere arbeidsmetoder for å sikre at næringsdrivende overholder forbrukervernreglene. Det vurderes konkret fra sak til sak hvilke fremgangsmåter som er de mest hensiktsmessige. Hvilke arbeidsmetoder som velges i internasjonale saker, hvor eget regelverk for saksbehandlingen gjelder²³, er ikke styrende for hvordan andre saker skal håndteres nasjonalt.

På bakgrunn av det ovennevnte mener vi det er klart at et vedtak om overtredelsesgebyr ikke innebærer usaklig forskjellsbehandling av FLOYD.

10 DERE HAR RETT TIL Å KLAGE PÅ VEDTAKET

Dere kan klage på vedtaket. Klagen kan registreres via [«Min Side»](#), eventuelt sendes per post til Forbrukertilsynet, Postboks 2862 Kjørbekk, 3702 Skien.

Klagefristen er normalt tre uker fra den dag FLOYD har mottatt vedtaket. Av hensyn til ferieavvikling setter vi klagefristen til **31.08.2025**.

Hvis vi ikke tar klagen til følge, vil vi sende saken til Markedsrådet for klagebehandling, jf. mfl. § 37 første ledd.

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

Hvis FLOYD ikke klager på vedtaket, vil overtredelsesgebyret normalt forfalle til betaling fire uker etter den dato vedtaket er fattet, jf. fvl. § 44 femte ledd. Som følge av forlenget klagefrist i denne saken, utsetter vi denne datoen til **07.09.2025**. Overtredelsesgebyret vil i så fall bli fakturert og krevd inn av Statens Innkrevingssentral på vegne av Forbrukertilsynet. Endelig vedtak om overtredelsesgebyr er tvangsgrunnlag for utlegg, jf. [tvangsfullbyrdelsesloven](#) §§ 4-18 og 7-2 bokstav d.

Hvis dere har spørsmål om vedtaket, kan dere sende en henvendelse via [«Min Side»](#).

²³ Se blant annet [Forordning \(EU\) 2017/2394](#) om samarbeid mellom nasjonale myndigheter med ansvar for håndheving av lovgivning om forbrukerbeskyttelse (CPC-forordningen)

Med hilsen

Bente Øverli
direktør

Mats Bjønnes
fungerende avdelingsdirektør

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur