

Provea
Markedsansvarlig i Norge
Route des Dragons 9
CH-1033 Cheseaux

Deres ref.

Vår ref.

Sak nr: 08/1966-2

Saksbehandler: Tonje Hovde Skjelbostad

Dir.tlf: 45 49 00 37

Dato:

12.09.2008

Klage på negativ sal frå Provea/Tono International

Som de er kjend med skal Forbrukarombudet føre tilsyn med at dei næringsdrivande si marknadsføring og avtalevilkår er i samsvar med marknadsføringslova (mfl.). Meir informasjon om Forbrukarombudet finn du på våre internettsider www.forbrukerombudet.no.

Vi har mottatt ei klage frå Torunn Holst vedrørende marknadsføring frå Provea/Tono International forestått av Haugesund Telemarketing AS. Klager hevdar at ho har blitt innmeldt i Tono International på bakgrunn av ein telefonsamtale, men utan å ha inngått ein avtale om dette. Ein kopi av klagen følgjer vedlagt.
./.

Dersom klagar sine opplysningar er riktige reiser klagen problemstillingar etter mfl. § 1, 4.ledd, mfl. §§ 2 og 3 om villeiande og utilstrekkeleg rettleiande marknadsføring. På bakgrunn av klagen finn vi og grunn til å informere om reglane i mfl. § 2a om negativt sal.

Mfl. § 1, 4.ledd

Forbrukaren opplyser om at til tross for direkte førespurnad om det var tale om sal, vart det frå seljaren si side sagt at det var tale om ein premie der Arild Wegner var vinnar av ein bokersshorts, og det vart benekta at det var tale om sal.

Ein slik framgangsmåte reiser spørsmål etter mfl. § 1, 4.ledd som presiserar at all marknadsføring skal presenterast som marknadsføring.

Der ein henvendelse i marknadsføringshensikt blir presentert som ei "konkurrans" eller ein "premie" eller det på anna måte blir tilsørt at henvendelsen er i marknadsføringshensikt, vil det vere i strid med mfl. § 1, 4.ledd.

Vi ber om at de i dykkar framtidige henvendelsar til forbrukarar opplyser om at henvendelsen skjer i marknadsføringshensikt.

I Forbrukarombodet sine retningslinjer for telefonsal vil de finne orientering om korrekt framgangsmåte ved telefonsal;
http://www.forbrukerombudet.no/asset/1738/1/1738_1.pdf .

Mfl. §§ 2 og 3

Klagen reiser vidare spørsmål etter marknadsføringslova §§ 2 og 3 som forbyr bruk av villeiande og utilstrekkeleg rettleiande marknadsføring som er eigna til å auke etterspurnaden etter varer og tenestar.

Dette medfører at informasjonen som blir gitt til forbrukarane som ledd i marknadsføringa må vere korrekt og gje tilstrekkeleg rettleiing om produkta som blir tilbydt.

Forbrukarombodet stiller med heimel i mfl. §§ 2 og 3 krav om at alle vesentlege avtalevilkår skal presenterast på ein klar og tydeleg måte for forbrukaren i marknadsføringa. Når det gjeld marknadsføring per telefon, vil dei same krav til at forbrukaren gis korrekte og tilstrekkelege opplysningar om produktet som ved øvrig marknadsføring gjelde. Ved denne typen marknadsføring må difor vesentlege avtalevilkår i praksis presenterast munnleg av seljarane. At det er tale om eit abonnement som forbrukaren binder seg til, er til dømes eit vesentleg avtalevilkår som det må opplysast om i telefonsamtalen.

Dersom ikkje alle avtalevilkår er opplyst i samband med avtaleinngåinga kan det stillast spørsmål ved kva som er avtalt. Ei tilsøring eller lite tydeleg presentasjon av vesentlege vilkår vil kunne bli sett på som villeiande eller utilstrekkeleg rettleiande og i strid med mfl. § 2 og 3.

Korleis tilbodet med avtalevilkår blir presentert i marknadsføringa vil og ha innverking på vurderinga etter mfl. § 2a om negativt sal. Vi har tidlegare gjort greie for mfl. § 2a, men vi finn grunn til i det følgjande å orientere kort om dette.

Mfl. § 2a

Mfl. § 2a om negativt sal forbyr dei næringsdrivande å:

- krevje betaling for varer, tenester eller andre ytingar utan etter avtale
- levere varer, tenester eller andre ytingar med krav om betaling utan etter avtale

Det går vidare fram av nemnde føresegn at mottakar ikkje er plikta til å betale for ei slik leveranse.

Etter mfl. § 2a vert det i utgangspunktet stilt dei same krava til avtalefestinga som etter alminneleg avtalerett. Ifølge alminnelege avtalerettslege prinsipp er det den som påstår at det ligg føre ein avtale som har bevisbyrden for dette. Der de forestår telefonsal vil de ha bevisbyrden.

I saker der den næringsdrivande påstår at det er inngått ein avtale munnleg, for eksempel per telefon, vil det i praksis være vanskeleg for den næringsdrivande å sannsynleggjere at avtale faktisk er inngått. Vi viser til Ot. Prp. nr. 62 (1999-2000) pkt. 3.1.4.2, der det mellom anna står:

"Jo tynnere grunnlag det er for en slik påstand, desto vanskeligere vil det være å sannsynliggjøre at en avtale er inngått. I disse tilfellene vil det være den parten som krever vederlag, som påstår at det foreligger en avtale. Det bør derfor være opp til de næringsdrivende å ha rutiner [vår understrekning] som gjør det mulig å sannsynliggjøre at avtalen er inngått, og hva som i tilfellet er avtalt".

Det er ikkje eit krav om at den næringsdrivande skal ta opptak av sine samtalar, men i praksis vil det vere lydopptak av verifiseringsdelen av samtalen som tilfredsstillar bevisbyrden som ligg på den næringsdrivande for at det er inngått ein avtale.

Ved klager på negativt sal må de vurdere om de har materiale som kan sannsynleggjere kravet ovanfor forbrukaren. Dersom de har slikt materialet skal dette leggjast fram for forbrukaren, dersom slikt materiale ikkje finnast skal kravet fråfallast.

Vi ber om at de innrettar dykkar framtidige marknadsføring i samsvar med Forbrukarombodet sine ovanfor nemnde standpunkt, og at de gjer oss ei stadfesting på dette **snarast og seinast innan 8. oktober 2008.**

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Tonje Hovde Skjelbostad
jurist

Vedlegg klagen

Gjenpart Haugesund Telemarketing AS, Suldalsgata 22B, 5521 Haugesund
Torunn Holst, Terneveien 9, 1367 Snarøya