

Agenda 2010

For en enklere
og tryggere
forbrukerhverdag



Forbrukeråret 2010

For ganske nøyaktig ett år siden satt jeg foran PC'en og fulgte online-oppdateringene fra MacWorld 2009; selve høymessen i Apple-menighetens kirkeår. I flere år hadde vi kjørt en kamp mot iTunes Music Store/Apple og deres kopisperre, som tvang forbrukere som kjøpte musikk på verdens største musikkbutikk til å spille den av på verdens mest solgte mp3-spiller, iPod. Men denne kvelden skjedde et lite under, for fra prekestolen kunngjorde en av Steve Jobs vikarer at kopisperrene ble fjernet og at flere millioner sanger kunne spilles av på alle typer mp3-spillere, mobiltelefoner og andre slags dingser. Litt rett i ryggen ble jeg nok, for der og da ble det skrevet forbrukerhistorie, det var fattet en avgjørelse som vi hadde bidratt til og som betydde enormt mye for mange millioner forbrukere over hele verden. Miraklenes tid var altså ikke forbi.

Slikt gir inspirasjon for refleksjon, så la oss tenke litt over hvordan ting har utviklet seg de siste ti årene. Det som slår meg er at ting slett ikke har gått slik mange har trodd, eller overhode hatt fantasi til å gjette. For hvem ville trodd at en finsk dekkfabrikant skulle bli verdens største mobiltelefon-produsent? Hvem ville trodd at den samme produsenten ville bli verdens største selger av kameratelefoner? Hvem ville trodd at det kriserammede Apple-konsernet ville bli verdens mest innovative produsent av mobiltelefoner og eie verdens største musikkbutikk på nett? Med en slik utvikling som bakteppe bør vi være veldig ydmyke med å spå om framtiden.

Men forbrukeråret 2010 vil selvsagt ikke bare dreie seg om teknologi, og på andre områder er det faktisk mye lettere å komme med en kvalifisert gjetting. Vi kommer garantert til å se sportsbutikker, elektronikkbutikker og møbelbutikker som bryter markedsføringsloven. Vi vil gå nye skritt i retning av et forsikrings-samfunn og vi vil se lansering av nye spareformer, nye ungdomskull skal ut og velge skole og telefonselgerne vil fortsette sitt råsalg mot norske forbrukere. Barn og unge vil bli utsatt for kommersielt press og kampen mot EUs forbrukerrettighetsdirektiv vil fortsette.

Mens jeg skriver dette tiker nyheten om at Apple har lansert sin iPad, et lite multi-vidunder som kan surfe på nettet, lese epost, vise bilder, spille video, musikk, spille spill og lese ebøker. Den har kompass, mikrofon, høyttaler og akselerometer. Blir den en suksess? Min spådom er like dårlig som alle andres. Men jeg skal sjekke om den inneholder kopisperrer.

Bjørn Erik Thon, forbrukerombud





FINANSIELLE TJENESTER

Prioriterte områder i 2010

Oppfølging av ny lovgivning om betalingstjenester, lån og kreditt
Sparing (Spareprodukter, individuell pensjonssparing og pensjonsforsikring)

Uegnede markedsføringskanaler og urimelige markedsføringsmetoder
Forsikring

Alle forbrukere benytter seg av finansielle tjenester, for eksempel **lån og kreditt, forsikring og sparing**. Kostnader knyttet til disse tjenestene legger ofte beslag på store deler av forbrukernes husholdningsbudsjett. Finansielle tjenester kan samtidig være kompliserte og vanskelig for forbrukerne å sette seg inn i og forstå.

Forbrukerombudet anser det derfor som viktig at markedsføringen av disse tjenestene er egnet til å gi forbrukerne et riktig bilde av innholdet i og kostnadene knyttet til tjenestene. Forbrukerne må få opplysninger som setter dem i stand til å foreta veloverveide valg. Videre er det viktig at de næringsdrivende opererer med rimelige og balanserte avtalevilkår. Særlig prioriterte saker i 2010 vil være markedsføring og salg av ulike eiendomsinvesteringer, individuell pensjonssparing (IPS), barne- og helseforsikringer og markedsføring av forsikringer gjennom fagforeninger og andre sammenslutninger.

Det har gjennom 2009 foregått et omfattende lovarbeid på området for finansielle tjenester, noe også Forbrukerombudet har tatt del i gjennom deltakelse i lovutvalg og gjennom høringsuttalelser. Dette lovarbeidet har resultert i **en rekke lovendringer** som vil ha betydning for både forbrukernes rettigheter og kravene som stilles til de næringsdrivendes markedsføring. Nye regler på området utløser i 2010 et behov for å gi informasjon til så vel næringsdrivende som forbrukere om endringer i relevante lovregler.

Forbrukerombudet har registrert at det brukes **fjernsalgsmetoder**, herunder telefonsalg, ved markedsføring og salg av finansielle tjenester. Produkter som lån, sparing og forsikring er ofte kompliserte, noe som krever en grundig innføring og betenkningstid før avtaler inngås. Mange finansielle tjenester fremstår derfor i utgangspunktet som lite egnede for fjernsalg, kanskje særlig gjelder dette telefonsalg.

Også **spesielle virkemidler som konkurranser, vervekampanjer og tilgift** har stor påvirkningskraft og kan bidra til å tilsløre viktige sider ved den aktuelle finansielle tjenesten. Forbrukerombudet vil følge utviklingen rundt bruken av disse salgsmetodene nøye og vurdere markedsføringen opp mot reglene i markedsføringsloven.





Forbrukerombudet ønsker også å bidra til styrke forbrukernes stilling ved å **fremme konkurransen mellom tilbyderne av finansielle tjenester**. Gjennom økt konkurranse kan det oppnås lavere kostnader og gunstigere betingelser for forbrukerne. Sammenbinding, eller såkalt bundling, av ulike finansielle ytelser, eksempelvis ved at det tilbys rabatter ved samling av flere tjenester hos samme tilbyder, kan bidra til å svekke konkurransen. Forbrukerombudet vil derfor kartlegge mulighetene til å begrense bruken av bundling i finanssektoren.

Forbrukerombudet vil også i 2010 ha faste representanter i Banklovkommisjonen, som lager forslag til lovregulering på feltet, og Bankklagenemnda, som er et tvisteløsningsorgan for bankkunder.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Vi vil bidra til å hindre at forbrukere blir utsatt for villedende, urimelig og aggressiv markedsføringen av finansielle tjenester og at avtalevilkårene på området er rimelige for forbrukerne.

Dette vil vi gjøre gjennom forhandlinger med bransjen, kontrollaksjoner, enkeltsaksbehandling, informasjonstiltak og samarbeid med Kredittilsynet, Forbrukerrådet og andre aktuelle samarbeidspartnere hvor det er aktuelt.





BOLIG

Prioriterte områder i 2010:

Kontrakter
Markedsføring av bolig
Forbrukersalg uten eiendomsmegler
Fritidsbolig

Kjøp av bolig er for de fleste forbrukere den største investeringen i løpet av livet. Det er derfor svært viktig at markedsføring av både nye og brukte boliger ikke inneholder uriktige eller villedende opplysninger. Videre må kontraktene på boligmarkedet både være i overensstemmelse med gjeldende regelverk og klare og balanserte.

Boligmarkedet kan være utsatt for raske endringer. Forbrukerombudet erfarer at det er ulike problemstillinger som dukker opp i stigende og synkende marked. Det er derfor viktig at vi følger med på markedet og de ulike formene for markedsføring også i 2010.

Den praktiske og økonomiske betydningen av en boligavtale er stor for forbrukeren. Det er derfor viktig at **kontraktene på boligmarkedet** følger lovkrav og er rimelige, klare og balanserte. I 2010 vil Forbrukerombudet ha særlig fokus på salg av nyoppførte boliger og studentsamskipnadens husleiekontrakter.

Markedsføring av bolig skal ikke inneholde uriktige eller villedende opplysninger. Korrekt og fylldig informasjon er særlig viktig ved markedsføring av nye boliger siden boligen ikke kan besiktiges. Forbrukerombudet vil i 2010 gjennomføre kontroller for å sikre at bransjenormen for markedsføring av bolig blir etterlevd fra bransjens side.

Forbrukersalg uten eiendomsmegler er også på Forbrukerombudets agenda i 2010. Fra 1.1.2010 kan forbrukere annonsere på nettsider som tilbyr boligannonsering. Vi antar at dette vil kunne medføre enkelte nye problemstillinger i forbindelse med markedsføring av bolig, og vil derfor følge med på dette.

Markedet for **fritidsboliger** er i ferd med å ta seg opp igjen. Kjøp av fritidsbolig er en stor investering for forbrukere, og det er derfor viktig at markedsføringen ikke inneholder uriktige eller villedende opplysninger. **Forbrukerombudet vil** påse at markedsføring av fritidsboliger er i tråd med bransjenormen for markedsføring av bolig.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Vi vil jobbe for at boligmarkedsføring ikke inneholder villedende og uriktig informasjon, og at kontraktene på boligmarkedet er lovlige, rimelige, klare og balanserte. Dette vil vi gjøre ved å følge med på boligmarkedet og ta opp enkeltsaker, drive informasjonsarbeid og gjennomføre kontrollaksjoner med påfølgende enkeltsaksbehandling.





IKT - INFORMASJONS- OG KOMMUNIKASJONSTEKNOLOGI

Prioriterte områder i 2010:

Prisopplysninger

TV

Standardkontrakter for internettaksess og telefoni

E-handel

Digitalt innhold

Nettsvindel og spam

IKT-produkter og -tjenester har stor praktisk, økonomisk og sosial betydning for forbrukerne, og Forbrukerombudet mottar hvert år et stort antall klager på dette området. Eksempel på slike tjenester med stor betydning for forbrukerne er elektroniske kommunikasjons-tjenester som mobilt og fast bredbånd, telefoni, tv og diverse innholdstjenester. Slike produkter og tjenester er gjerne teknisk sammensatte, og dette skaper et særlig behov for god og riktig markedsføring og klare, rimelige og balanserte kontrakter.

En dominerende tendens innenfor IKT-området har gjennom flere år vært bruken av innelåsende mekanismer av teknisk, avtalemessig og prismessig art. I tillegg til bruk av operatørlås på mobiltelefoner, lange bindingstider, lange oppsigelsesfrister og familie- og venner-konsepter, leverer flere og flere tjenesteytere ulike ekomtjenester samlet, slik at den enkelte forbruker kan eller må samle alle sine avtaler hos vedkommende leverandør. Forbrukerombudet er negativ til at det skapes innelåsninger for forbrukerne, både av hensyn til forbrukernes egen mobilitet og av hensyn til konkurransen i bransjen.

Forbrukerombudet har i mange år hatt fokus på **prisopplysninger i ekombransjen**. Spesielt innenfor mobilbransjen er det svært mange aktører som tilbyr en rekke forskjellige abonnementstyper med kompliserte prisstrukturer. Det er en stor utfordring for forbrukerne å orientere seg i dagens mobilmarked, og det er vanskelig å velge det tilbudet som passer best for eget forbruk. I 2008 og 2009 har Forbrukerombudet ledet et samarbeidsprosjekt med Post- og teletilsynet, Forbrukerrådet og SIFO om prisstrukturer, forbrukernes mulighet til å prissammenligne og innelåsende elementer innenfor mobiltelefoni. Samarbeidet fortsetter i 2010, hvor resultatet av samarbeidet fra 2009 skal følges opp.

Digitaliseringen av **TV-markedet** har gjort TV til et område med større konkurranse og valgfrihet for forbrukerne enn tidligere. Valgfriheten er imidlertid ikke på et tilfredsstillende nivå, og det er fortsatt flere aktuelle problemstillinger innenfor denne bransjen. Forbrukerombudet kommer til å arbeide videre med dette i 2010.

Konkurransesituasjonen i tv-markedet endrer seg stadig, og fra 2010 går kampen om kunden i større grad fra å dreie seg om å kapre nye





kunder til å kapre hverandres kunder. Fokus på telefonsalg innenfor dette markedet i tillegg til et skarpere blikk på enkelte av standardvilkårene som brukes, blir derfor viktig.

I 2006 opprettet Forbrukerombudet en dialog med de største aktørene innenfor bredbånd og telefoni, for å gå gjennom de viktigste elementene i **standardkontrakter** for levering og markedsføring av slike tjenester. På grunn av disse tjenestenes kompleksitet er det ekstra viktig med klare, rimelige og balanserte standardkontrakter, og riktig og veiledende markedsføring. I 2010 vil den nye bransjenormen for internettaksess følges opp, og urimelige vilkår innen telefoni står også på agendaen.

Netthandelen øker gradvis i Norge, og dette gjør det stadig viktigere å kontrollere at markedsføringen på nettbutikker ikke er villedende og at de næringsdrivende benytter avtalevilkår som er rimelige og balanserte. I tillegg er det viktig at forbrukerne blir klar over hvilke rettigheter de har når de handler på nettet.

Forbrukernes rettigheter på området for **digitale ytelser** som musikk, programvare og film via internett og mobiltelefon er i liten grad sikret gjennom lovgivning per i dag. Forbrukerombudet ønsker å sikre rimelige avtalevilkår for sentrale forbrukerrettigheter, og er derfor blant annet engasjert i spørsmål omkring produktlåsing.

Bruk av internett og elektronisk kommunikasjon til handel og kommunikasjon via e-post, sms og lignende øker. Norske forbrukere risikerer derfor i stadig større grad å bli ofre for **nettsvindel og spam**. Svindlere bruker internett, mobilnett eller andre elektroniske kommunikasjonskanaler til å utsette forbrukere for grovt villedende markedsføring og bedrageri, og spredning spam av skadelig programvare. Forbrukerombudets arbeid og samarbeid med en rekke aktuelle aktører mot slik nettsvindel vil fortsette i 2010.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Forbrukerombudet skal skape et enkelt og trygt IKT-marked for forbrukerne, ved å sørge for at markedsføring er i samsvar med markedsføringsloven og at avtalevilkårene er rimelige, klare og balanserte. Dette vil vi gjøre blant annet gjennom informasjonsarbeid, følge aktivt med i IKT-markedet, samarbeide med bransjer, private og offentlige organisasjoner og utarbeid og følge opp bransjenormer, retningslinjer og lignende





BARN OG UNGE

Prioriterte områder i 2010:

Barn og digitale medier

Barn og usunn mat

Barn og unge er en populær forbrukergruppe og utsettes for mye markedsføring og kommersielt press. De er blitt viktige målgrupper for de næringsdrivende, bl.a. fordi de har mer penger til disposisjon enn tidligere og fordi de har en sterk påvirkningsevne på familiens innkjøp. Dette reiser en rekke problemstillinger når det gjelder barn og unge som forbrukere, bl.a. i forhold til avtalekompetanse, sikkerhet, markedsføring og personvern.

Barn og unge er også en sårbar og lettpåvirkelig forbrukergruppe, fordi de ikke har nødvendige erfaring eller kritiske sans til å foreta objektive vurderinger av reklame. Det må derfor vises særlig aktsomhet i markedsføring som er rettet mot barn eller som barn kan eksponeres for reklamen, selv om markedsføringen ikke er spesielt rettet mot eller beregnet på barn. Dette stadfestes også i markedsføringsloven, hvor det er egne regler om markedsføring overfor barn og unge.

Digitale medier er blitt en viktig del av barn og unges hverdag, både gjennom nettbasert kommunikasjon og mobiltelefon. Som svært aktive mediebrukere blir barn og unge i dag lett utsatt for nye markedsføringsteknikker. Dette gir nye utfordringer i forhold til blant annet barns avtalekompetanse og innhenting og bruk av barns personopplysninger. I 2010 vil Forbrukerombudet blant annet se nærmere på **blogging**, som mange barn og unge er opptatt av. De mest populære tenåringsbloggerne har en stor tilhengerskare og sterk påvirkningskraft, noe enkelte næringsdrivende har skjønnet å benytte seg av. Bloggerne overøses av gratis produkter og tjenester som de omtaler på bloggen, og dette kan reise problemstillinger i forhold til urimelig påvirkning, kjøpepress og skjult markedsføring.

Markedsføring av usunn mat til barn og unge er problematisk, og en reduksjon i slik markedsføring er ønskelig av helsemessige grunner. Markedsføringen av usunne matvarer står for en stor del av den markedsføringen som retter seg mot barn og unge. Vi har også sett en stor øking i bruken av virkemidler som tilgifter og konkurranser. Forbrukerombudet vil følge utviklingen på dette området nøye i 2010.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Forbrukerombudets mål er å forhindre at barn og unge blir utsatt for urimelig, villedende eller aggressiv markedsføring. Dette vil vi gjøre blant annet gjennom behandling av enkeltsaker, kontrollaksjoner, informasjon til næringslivet om regelverket og samarbeid med norske og internasjonale samarbeidspartnere.





UTDANNING OG ANDRE LØPANDE AVTALAR

Prioriterte område i 2010:

Skule
Trening

Løpande avtalar er avtalar om løpande og regelmessig levering av varer, tenester eller andre ytingar. Mange forbrukaravtalar er abonnement, anten løpande eller avgrensa i tid. Døme på løpanda forbrukaravtalar er treningskontraktar, mobiltelefoni, skulekontrakt, barnehage og treningskontraktar. Abonnementsavtalar/løpande avtalar reiser særlege spørsmål i høve til marknadsføringslova, mellom anna fordi det ved slike avtalar kan vere vanskeleg for forbrukarane å sjå konsekvensane av kva ein eigentleg forpliktar seg til. Difor er særleg viktig med god informasjon om kva avtalen går ut på og at vilkåra i avtalen er rimelege.

Forbrukarombodet har sett døme på ulike problemstillingar i samband med avtalevilkår. Blant anna er bruk av bindingstid i nokre bransjar er eit særleg problem, og vi vil difor sjå nærare på om bindingstid er ønskeleg ut frå forbrukaranes ståstad. Forbrukarombodets klåre utgangspunkt er at det ikkje er høve til å ha bindingstid i forbrukaravtalar med mindre det gir forbrukaren ein særskilt fordel.

Skule og utdanning er eit av områda Forbrukarombodet prioriterer i 2010. I dag finnes det eit betydeleg kommersielt utdanningstilbud med stort mangfald. Det blir i dag ikkje stilt krav til kommersielle utdanningstilbud når det gjeld kontraktar som regulerar elevens rettar og plikter. Dette stiller mange elevar i ein svært ugunstig situasjon, og Forbrukarombodet får stadig klagar på private skular sine avtalevilkår. Difor ser vi at det kan vere behov for ei kartlegging av denne marknaden.

Dei siste åra har konkurransen på **treningsmarknaden** tilspissa seg. Det har resultert i meir aggressiv marknadsføring. Marknadsføringa har i tillegg vore prega av manglande opplysningar om totalpris, bindingstid og andre vesentlige vilkår. Forbrukarombodet mottok mange klager på desse problemstillingane. Med tanke på denne utviklinga ser Forbrukarombodet grunn til å sjå nærare på bransjen i heilskap.

Kva vil Forbrukarombodet gjere?

Forbrukerombodet sitt mål er å sørge for at forbrukarane har høve til å sjå konsekvensane av avtalane dei inngår og forpliktar seg til. Dette vil vi gjere ved å blant anna samarbeide med dei næringsdrivande for å sikre rimelige vilkår i standardavtalar, handsame enkeltsaker og oppdatere og følgje opp retningslinjene på området.





INTERNASJONALT

Internasjonalt arbeid og samarbeid blir stadig viktigere for Forbrukerombudet. Dette skyldes blant annet at handel over landegrensene er økende og at forbrukersvindel øker i omfang og blir mer sofistikert. Det er derfor viktig at Forbrukerombudet aktivt jobber for at internasjonalt samarbeid blir mest mulig effektivt, både innen EU og forøvrig.

Gjennom EØS-avtalen implementeres EUs regelverk på forbrukerområdet i norsk rett. Den såkalte samarbeidsforordningen legger til rette for et forpliktende samarbeid mellom EU-land. FO deltar aktivt i dette arbeidet. Før jul 2008 la EU-kommisjonen frem sitt utkast til et direktiv om forbrukerrettigheter. Forbrukerombudet har i løpet av 2009 arbeidet aktivt for å påvirke både på nasjonalt og europeisk nivå for å sikre at direktivet ikke medfører at rettighetene til norske forbrukere svekkes. Dette arbeidet vil ombudet fortsette med i 2010.

Forbrukerombudet jobber tett sammen med de øvrige nordiske forbrukerombudene, og samarbeider også med tilsynsmyndigheter fra hele verden gjennom ICPEN-nettverket. Blant annet er vi her en sentral aktør i forhold til flymarkedet og problemer med svartebørsalg av billetter.

OECD har de siste årene spilt en stadig viktigere rolle på forbrukerområdet, blant annet gjennom arbeid med netthandel, og Forbrukerombudet vil derfor delta aktivt i OECDs arbeid når dette nå på nytt settes på agendaen.

Bekjempelse av spam er en viktig oppgave, og et godt og forpliktende internasjonalt samarbeid er en nøkkel til å lykkes. Forbrukerombudet deltar i det europeiske samarbeid for bekjempelse av spam, CNSA, og det internasjonale samarbeidsforumet London Action Plan.

Forbrukerombudets arbeid har vakt internasjonal oppsikt gjennom noen utvalgte enkeltsaker/områder: Ulovlig markedsføring og ulovlige kontrakter på flymarkedet, iTunes' ulovlige standardkontrakt, bruk av miljøargumenter i markedsføringen og markedsføring overfor barn og unge.





FJERNALG

Prioriterte områder i 2010:

Telefonsalg
Dørsalg, gate- og standssalg
Uadressert reklame

Fjernsalg er avtaler om kjøp og salg via fjernkommunikasjonsmetoder, som for eksempel telefon eller internett. Forbrukerombudet får svært mange klager på disse salgsformene, som mange forbrukere opplever som plagsomme, påtrengende og ofte preget av useriøse aktører.

Telefonsalg har i flere år toppet klagestatistikken hos Forbrukerombudet. Mange forbrukere opplever denne salgsformen som påtrengende og uønsket. Etter overtakelsen av tilsynet med Reservasjonsregisteret 1. juni 2009 har Forbrukerombudet daglig mottatt klager fra forbrukere som opplever å bli ringt opp av telefon-selgere, til tross for at de er reservert mot telefonsalg. Forbrukerombudet ser et stort behov for oppfølging og informasjon overfor telefonsalg-bransjen. Vi vil arbeide for et mest mulig effektivt tilsyn med at reservasjon i Reservasjonsregisteret respekteres, og vil prioritere å gjøre reservasjonsordningen enda bedre kjent for forbrukerne.

Mange av de samme problemstillingene som ved fjernsalg, oppstår også ved **stands- og dørsalg**. Forbrukerombudet har i flere tilfeller hatt omfattende saker mot problemselskaper. Vi vil bruke sanksjoner mot slike selskaper der det viser seg å være nødvendig.

Uønsket reklame og gratis aviser er også tatt inn som en del av fjernsalgsområdet. Forbrukerombudet mottar mange klager på at forbrukernes «nei takk»-oblater ikke blir respektert. Forbrukerombudet vil følge opp ordningen i den nye loven, med en reservasjonsrett for både uadressert reklame og gratis aviser.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Forbrukerombudet vil jobbe for at forbrukerne ikke inngår avtaler på bakgrunn av villedende markedsføring. Avtaleinngåelsesprosessen skal være enkel og trygg, og avtalevilkårene skal ikke være urimelige. Forbrukernes reservasjon mot telefonsalg, adressert og uadressert reklame samt gratisaviser skal respekteres.

Dette vil vi prøve å oppnå gjennom enkeltsaksbehandling, effektiv bruk av sanksjoner, revisjon av retningslinjer i henhold til ny markedsføringslov, informasjonsarbeid overfor næringsdrivende og forbrukere, kontrollaksjoner og samarbeid med relevante organisasjoner og organer.





PRISOPPLYSNINGER

Prioriterte saker i 2010:

Prismerking

Tilleggsytelser, kuponger og konkurranser

Lokketilbud

Forbrukerombudet har i mange år hatt fokus på prismarkedsføring. Det er viktig at varer og tjenester merkes med riktig pris, og at forbrukerne ikke villedes av uriktige prisløfter i markedsføringen. Vi ser stadig problemer med villedende salgsmarkedsføring, prisgarantier og manglende angivelse av totalpris.

Forbrukerombudet mottar mange henvendelser om manglende **prismerking**. Nye prismerkingsmetoder kan by på utfordringer. Den nye markedsføringsloven åpner dessuten for sanksjonen overtredelsesgebyr ved brudd på prismerkingsbestemmelsene i markedsføringsloven og tilhørende forskrifter.

De nye reglene om **tilgift, kuponger og konkurranser** har ført til nye typer prismarkedsføring, ved at det eksempelvis oppgis pris/verdi på en tilgiftsyttelse som ikke tidligere reelt er omsatt. Forbrukerombudet har i 2009 vurdert og stoppet flere slike kampanjer som har vært i strid med loven. I 2010 vil vi følge med på dette og andre nye markedsføringsteknikker.

Forbrukerombudet får mange klager på **lokketilbud og begrensede tilbud, det vil si** at næringsdrivende markedsfører varer som ikke er å få kjøpt. Forskrift om urimelig handelspraksis (den såkalte "svartelista") forbyr ulike typer lokketilbud. Forbrukerombudet kommer til å undersøke påståtte lokketilbud og vurdere reaksjoner.

Manglende førpriser i rabatt-/salgsmarkedsføring har vist seg å være et gjennomgående problem i flere bransjer. Forbrukerombudet vil følge aktivt med på denne problemstillingen også i 2010. Forbrukerombudet registrerer også stadig at det brukes **veiledende priser** i ulike bransjer. Markedsrådet har her oppstilt strenge krav som Forbrukerombudet vil håndheve ut fra forbrukerhensynene.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Forbrukerombudets mål er god og sannferdig prisinformasjon om varer og tjenester, og prismarkedsføring som benyttes overfor forbrukere skal ikke være villedende. Vi vil jobbe for dette gjennom informasjonstiltak overfor næringsdrivende og forbrukere, kontrollaksjoner, oppfølging av enkeltsaker, sanksjoner der det er nødvendig og samarbeid med bransjeorganisasjoner.

Vi vil ha særlig fokus på følgende bransjer i 2010: Dagligvare, byggevarer og garderobesaker m.m., møbler og sport.





MILJØ OG ETIKK

I regjeringens politiske plattform (Soria Moria 2) understrekes sammenhengene mellom miljø og forbruk, og rapportene fra FNs klimapanel og København-toppmøtet i desember 2009 utgjør internasjonale milestolper i miljø- og klimaarbeidet. Nasjonalt og internasjonalt rettes også lyskasteren mot etiske problemstillinger i tilknytning til produkter og tjenester.

Næringsdrivende ser verdien av å trekke frem miljømessige eller etiske fordeler i markedsføringen. Gjennom slik markedsføring signaliserer næringsdrivende at de tar et samfunnsansvar, og Forbrukerombudet har i 2009 registrert en fortsatt tendens med miljømessige eller etiske verdier i virksomhetsprofileringen.

Forbrukerombudet er opptatt av at miljø- og etikkbevisste forbrukere skal kunne foreta trygge og informerte valg når de velger produkter ut fra slike egenskaper. Dette avhenger av at den informasjonen som gis i markedsføringen både er riktig, informativ og gir et godt sammenligningsgrunnlag.

I mange bransjer har markedsføring med ulike klimarelaterte begreper bredt om seg. Forbrukerombudet utarbeidet i 2009 en veiledning om bruk av begreper som «klimanøytral» o.l. i markedsføring. Et hovedformål er at forbrukerne skal kunne foreta bevisste og innformede klimavalg, samtidig som at næringsdrivende gis forutsigbarhet.

Forbrukerombudets arbeid med bruk av miljøpåstander i markedsføringen har fått stor internasjonal oppmerksomhet og vi har diskutert problemstillingene med EU-kommisjonen, europeiske tilsynsmyndigheter, og myndigheter utenfor Europa i ICPEN-nettverket.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Forbrukerombudet vil bidra til at næringsdrivende ikke benytter miljø- og etikkpåstander på uriktig eller villedende måte i markedsføringen, og arbeide for at forbrukerne skal få god og relevant informasjon om etiske og miljømessige forhold ved varer og tjenester.

Dette vil vi gjøre ved å ha fokus på internasjonalt arbeid på feltet og informere om Forbrukerombudets standpunkter vedrørende bruk av miljø- og etikkpåstander i markedsføringen. Vi vil ha kontakt med interesseorganisasjoner og myndigheter for å holde oss orientert og fange opp aktuelle problemstillinger. Vi vil også behandle enkeltsaker og kontrollere at standpunktene våre følges.





TRANSPORT

Prioriterte områder i 2010:

Markedsføring av flybilletter
Flyselskapenes avtalevilkår
Pakkereiser
Kollektivtransport
Europeisk samarbeid

Samtidig som nordmenn reiser mer enn noen sinne, øker antall aktører som tilbyr reiser og søkemuligheter til norske forbrukere. Både norske og internasjonale selskaper kjemper om å få en plass på det norske markedet, og Forbrukerombudet ser tendenser til aggressiv markedsføring.

Vi får fortsatt henvendelser fra forbrukere som klager på at det ikke gis fullstendige priser i **markedsføringen av flybilletter**, og fra forbrukere som ikke finner flybilletter og pakkereiser til annonserte priser. Forbrukerombudet ser fortsatt at det er problemer med villedende markedsføring av lavprisbilletter, og vil fortsette å følge med på dette markedet i 2010.

Hard konkurranse i reisebransjen har medført at flyselskapene oftere endrer enkelte punkter i sine **avtalevilkår**, for eksempel endringer i bagasjevilkår. Forbrukerombudet anser det viktig å følge med på hva slags endringer som foretas, og eventuelt gripe inn mot urimelige vilkår.

Flyselskapene splitter i økende grad opp billettprisene sine i ulike elementer som bagasjebyr og flyplassavgifter. Forbrukerombudet vil i 2010 følge opp et prosjekt om flyavgifter i det europeiske forbrukernettverket CPC, for å påse at det legges til rette for en mer presis og ensartet bruk av uttrykkene skatter og avgifter.

Stadig flere forbrukere handler flybilletter og **pakkereiser** på nettet. Det er viktig at informasjon om pris, vilkår og lignende kommer klart frem forut for bestillingen. Forbrukerombudet vil i 2010 følge opp bransjenormen for pakkereisearrangørers og reiseformidleres opplysningsplikt, og påse at de næringsdrivendes avtalevilkår er rimelige og balanserte.

Forbrukerombudet mener at forbrukerne bør sikres bedre rettigheter for **kollektivtransport**, særlig i forhold til forsinkelser og mangler. Vi vil i 2010 fortsette vårt arbeid for å bedre forbrukernes rettigheter på dette området.

Forbrukervernreglene som regulerer reisebransjen er i økende grad gjenstand for felles regulering i hele EU/EØS-området. **Samarbeid med europeiske tilsynsmyndigheter** vil være en sentral del av Forbrukerombudets satsning på transportsektoren i 2010.





Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Vi vil bidra til at det oppgis klare og fullstendige prisopplysninger i markedsføringen i transportsektoren, og at det gis tilstrekkelig informasjon om begrensninger i tilbudene, slik at forbrukerne har mulighet til å orientere seg i markedet og fatte riktige beslutninger. Vi vil bidra til at avtalevilkårene som presenteres for norske forbrukere skal være rimelige, klare og lett tilgjengelige.

Dette vil vi gjøre gjennom blant annet behandling av enkeltsaker, informasjonsarbeid, tett oppfølging av bransjenormer og samarbeid med utenlandske forbrukermyndigheter.





ELEKTRISK KRAFT

Elektrisk kraft er et nødvendighetsgode for de fleste norske forbrukere, og utgjør en betydelig del av husholdningsbudsjettet for veldig mange. Oppmerksomheten rundt spørsmål knyttet til markedsføring og salg av elektrisk kraft er fortsatt stor både blant forbrukerne og i media, særlig i tider med stigende strømpriser.

Det har i løpet av de siste årene blitt stadig større fokus på miljøhensyn i forbindelse med kjøp av strøm. Dette har resultert i ordninger med kjøp av såkalte opprinnelsesgarantier i forbindelse med kraftleveranser. Forbrukerombudet vil følge nøye med på kraftleverandørenes markedsføring av opprinnelsesgaranterte kraftprodukter.

Konkurransesituasjonen i det norske markedet har de siste årene medført at enkelte selskaper har benyttet pågående markedsføringsmetoder som gatesalg og salg på stand. Dette skaper særlige utfordringer i forhold til å formidle informasjon om avtalene som tilbys til forbrukerne på en skikkelig måte.

I tillegg har det skjedd en gradvis endring i markedet der flere og flere forbrukere har gått over til markedskraft-/spotprisprodukter der prisingen følger den daglige utviklingen på strømbørsen Nordpool.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Forbrukerombudet vil sørge for at markedsføring av elektrisk kraft ikke er villedende og at leverandørene benytter rimelige standardvilkår. Dette vil vi gjøre gjennom enkeltsaksbehandling, ved å følge nøye med på kraftleverandørenes markedsføring og gjennom samarbeid med Energi Norge, NVE og Konkurransetilsynet om forhold vedrørende forbrukernes stilling i kraftmarkedet.





HELSE

Forbrukerombudet er tillagt oppgaven med å føre tilsyn med markedsføring av alternativ behandling, og har laget retningslinjer for markedsføring av alternativ behandling. Retningslinjene, som ble oppdatert i 2008, gir en enkel oversikt over de viktigste kravene forskriften stiller til markedsføring av virksomheten og behandlingsformen.

Forbrukerombudet har erfart at mange forbrukere ikke vet at det ikke stilles offentlige/godkjente krav til utdanning av alternative behandlere eller at selve gjennomføringen av den alternative behandlingen ikke er underlagt særskilt tilsyn. Forbrukerombudet har gjort departementet oppmerksom på at regelverket per i dag ikke er tilfredsstillende ut fra et forbrukerperspektiv.

På helseområdet er det flere tilsynsmyndigheter med tilstøtende og til dels overlappende kompetanse: Mattilsynet, Statens legemiddelverk, Strålevernet, Helsetilsynet, Helsedirektoratet etc. Forbrukerombudet vil legge vekt på å ha god kommunikasjon med disse for å sikre at forbrukerhensynet blir godt ivaretatt.

Hva vil Forbrukerombudet gjøre?

Vi vil bidra til at forbrukerne ikke blir utsatt for markedsføring av produkter og tjenester som kan være skadelige for deres helse. Dette vil vi gjøre gjennom behandling av eventuelle enkeltsaker og dialog og evt. samarbeid med andre tilsynsmyndigheter om regelverk og tilsyn. Vi vil foreta en ny henvendelse til Helse- og omsorgsdepartementet om regelverket om alternativ behandling.

