Konsument verket · KO

PM

Datum	Dnr
2023-12-08	2023/1178

Granskning 7 a § prisinformationslagen

1. Introduktion

1.1 Bakgrund

Den 1 september 2022 infördes en bestämmelse om prisändringar i prisinformationslagen (2004:347). Bestämmelsen innebär nya regler för hur näringsidkare ska marknadsföra prissänkningar mot konsumenter.

Prismarknadsföring i syfte att framhäva särskilda prisfördelar, exempelvis i form av reapåståenden, är vanligt förekommande inom handeln och har sedan tidigare särskilt lyfts av Konsumentverket som ett problemområde vad gäller regelefterlevnad. Av den nya bestämmelsen i 7 a § prisinformationslagen följer tydliga ramar för hur en marknadsförd prissänkning ska redovisas.

Då korrekt och tydlig prisinformation är nödvändig för en fungerande marknad och för att konsumenter ska kunna göra medvetna och väl avvägda val har det varit av särskilt intresse för Konsumentverket att granska i vilken utsträckning handeln efterlever den nya regeln.

1.2 Syfte

Det primära syftet med granskningen var att undersöka regelefterlevnaden av 7 a § prisinformationslagen. Härutöver har även överträdelser av marknadsföringslagens bestämmelser kommit att inkluderas, detta med anledning av de stora brister som framkommit.

1.3 Urval och metod

Totalt har drygt 1 700 produkter ingått i granskningen vilka är fördelade på ett hundratal näringsidkare och avser flera marknader. Granskningen har utgått från slumpvis utvalda produkter som marknadsförts på webbplatser hos respektive näringsidkare under vecka 41. Konsumentverket har därefter följt prisutvecklingen för dessa produkter fram till slutet av november.

Postadress	Besöksadress	Telefon	E-post/webbadress	Bankgiro	Org.nr
Box 48 651 02 Karlstad	Tage Erlandergatan 8A	0771-42 33 00	konsumentverket@konsumentverket.se www.konsumentverket.se	5050-2806	202100-2064

2. Tillämpliga regler

Prisinformationslagen (2004:347)(PIL)

Av 7 a § PIL framgår att om en produkt tillhandahålls med angivande av att priset har sänkts ska även det tidigare priset anges. Det tidigare pris som ska anges ska vara det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen.

Av 12 § PIL framgår att prisinformation utgör väsentlig information och att 10 § 3 st marknadsföringslagen är tillämplig.

Konsumentverkets ställningstagande angående information om prissänkningar (KOVRS 2023:1).

Av ställningstagandet framgår bl.a. att det inte är tillåtet att beräkna en prissänkning som anges i procent eller med ett belopp utifrån ett pris som, oavsett hur det benämns, inte överensstämmer med 30-dagarspriset. Det är inte heller tillåtet att på något annat sätt ge intryck av att ett annat pris än 30-dagarspriset ligger till grund för prissänkningen.

Länk till ställningstagandet:
https://publikationer.konsumentverket.se/stallningstagande-angaende-information-om-prissankningar

Marknadsföringslagen (2008:486)(MFL)

Av 10 § 2 st p 4 MFL framgår att näringsidkare inte får använda sig av felaktiga påståenden om produktens pris, grunderna för prisberäkningen eller särskilda prisfördelar.

Enligt 16 och 17 §§ MFL får en näringsidkare endast använda uttryck såsom ”slutförsäljning”, ”utförsäljning”, “realisation” eller liknande under vissa villkor såsom att priserna är väsentligt lägre än näringsidkarens normala priser för motsvarande produkter och att försäljningen sker under en begränsad tid.

Av 10 § 3 st MFL framgår att en näringsidkare inte får utelämna väsentlig information i marknadsföringen. Den får inte heller lämnas på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller annat olämpligt sätt.

Marknadsföring som brister vad gäller väsentlig information eller är vilseledande på annat sätt är otillbörlig enligt 8 § MFL om den påverkar, eller sannolikt påverkar, konsumentens affärsbeslut.

3. Resultat och analys

Totalt har ett hundratal bolag granskats, varav majoriteten marknadsfört prissänkta produkter under granskningsperioden. Av Konsumentverkets

undersökning framgår att sju av tio av de granskade bolagen som marknadsfört prissänkningar brister i sin prismarknadsföring gentemot konsumenter.

Brister har påvisats inom samtliga granskade branscher och bestått i såväl överträdelser av 7 a § prisinformationslagen som bestämmelser i marknadsföringslagen. Många bolag har inte angivit det lägsta priset de senaste 30 dagarna alternativt angivit ett felaktigt tidigare lägsta pris. En annan vanligt förekommande brist är att ett annat referenspris än tidigare lägsta pris används för beräkningar av prissänkningens storlek. Därutöver har Konsumentverket bland annat sett flera fall av vilseledande prismarknadsföring i form av långvariga kampanjerbjudanden.

Då Konsumentverket omöjligen kunnat veta vilka produkter som senare skulle komma att bli föremål för en annonserad prissänkning har underlaget för granskningen enbart utgjorts av stickprov. Utifrån de omfattande brister som resultatet av dessa stickprov visat kan Konsumentverket konstatera att regelefterlevnaden till och med skulle kunna vara än lägre än vad granskningen visar.

4. Sammanfattande slutsatser

Konsumentverket konstaterar att prismarknadsföringen inom handeln fortsatt har betydande brister. Brister förekommer vad gäller följsamheten av marknadsföringslagen i allmänhet men också 7 a § prisinformationslagen i synnerhet. Detta trots att den nya prisregleringen infördes redan för ett år sedan med tydligare ramar avseende marknadsföring av prissänkta produkter. Underlåtelsen att inte följa gällande rätt innebär inte enbart ett problem för konsumenterna utan även för den minoritet av näringsidkare som följer lagen.

Resultatet av granskningen visar tydligt att handeln nu behöver vidta kraftfulla åtgärder för att komma till rätta med de allvarliga och omfattande brister som framkommit. Konsumenter ska kunna lita på näringsidkarnas prisuppgifter och påståenden i prismarknadsföring, annars riskeras förtroendet för handeln.

De stora bristerna som framkommit hos majoriteten av de granskade bolagen innebär att Konsumentverket kommer att inleda drygt 70 tillsynsärenden mot de bolag som brutit mot bestämmelserna avseende prismarknadsföring.