

Marknadsföring av elavtal till inköpspris

1 Inledning

Konsumentverket är den centrala tillsynsmyndigheten på konsumentområdet. Ett av Konsumentverkets uppdrag är att övervaka efterlevnaden av lagar som reglerar konsumentskyddet på marknaden som till exempel marknadsföringslagen. Konsumentverket har genom omvärldsbevakning och anmälningar uppmärksammat att elhandelsföretag (elhandlare) marknadsför elavtal som benämns ”El till inköpspris”. När konsumenten ska ingå avtalet framkommer det att priset inte är inköpspris och att det tillkommer avgifter och påslag till det marknadsförda priset. För en väl fungerande marknad är det viktigt att marknadsföring avseende pris inte vilseleder konsumenter. Tydliga och korrekta prisuppgifter är en förutsättning för att konsumenter ska kunna göra medvetna val när de ska ingå avtal.

1.1 Om granskningen

Mot bakgrund av de anmälningar som kommit in och Konsumentverkets omvärldsbevakning har verket valt att granska elavtal som benämns ”El till inköpspris”. Det förekommer att elhandlare vid avtal om rörligt elpris marknadsför att det rörliga elpriset är till inköpspris. Denna granskning tar dock sikte på marknadsföring där hela avtalet, och inte endast priset för el, marknadsförs vara till inköpspris.

Syftet med granskningen är att undersöka om marknadsföringen och prisinformationen avseende denna typ av avtal sker i enlighet med gällande rätt. För att hitta vilka elhandlare som erbjuder konsumenter att teckna elavtal till inköpspris har webbplatserna för de elhandlare som ingår i Elpriskollen granskats.¹ Vid denna undersökning identifierade Konsumentverket att följande företag marknadsförde elavtal till inköpspris mot konsumenter.

¹ Elpriskollen är en oberoende jämförelsesajt av elavtal som drivs av Energimarknadsinspektionen. Vid tidpunkten för granskningen (februari 2020) var det 135 elhandlare i jämförelsen som hade en fungerande webbplats.

- Ale El Elhandel AB
- Axilia AB (numera Miljövänliga Elbolaget i Sverige AB)
- Stockholms Elbolag AB
- Telinet Energi AB

Granskningen omfattar den prisinformation och marknadsföring som elhandlarna använder sig av på sina webbplatser.

2 Rättslig reglering

2.1 Marknadsföring

Marknadsföringslagen (2008:486) är den centrala lagen när det gäller information från näringsidkare till konsument och är tillämplig vid all marknadsföring. Med marknadsföring avses inte bara reklam utan all information i säljsyfte är marknadsföring och redan själva saluhållandet även om det är helt passivt, är marknadsföring. Av 10 § första stycket marknadsföringslagen får en näringsidkare vid marknadsföring inte använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. All marknadsföring ska således vara vederhäftig och det ankommer på näringsidkaren att styrka att samtliga påståenden eller framställningar som använts i marknadsföringen är riktiga. Av bestämmelsens andra stycke framgår att kravet på vederhäftighet särskilt rör bland annat framställningar som rör produktens pris. Enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen får en näringsidkare inte heller utelämna väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller annans näringsverksamhet. I förarbetena anges att med vilseledande utelämnande jämföras även sådana fall där den väsentliga informationen ges på ett oklart, obegripligt eller annat olämpligt sätt så att framställningen framstår som vilseledande.²

Marknadsföring som är vilseledande enligt 10 § marknadsföringslagen är enligt 8 § marknadsföringslagen att anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Begreppet affärsbeslut definieras i 3 § marknadsföringslagen. Enligt EU-domstolens praxis avses med affärsbeslut samtliga beslut som har en direkt koppling till beslut om att förvärva eller inte förvärva en produkt. Detta är en bred definition som även omfattar att gå in i en butik eller besöka en webbplats för att hämta mer information.³ Marknadsdomstolen har uttalat att begreppet affärsbeslut har en vidsträckt innebörd och täcker ”flera beslut som en konsument kan fatta under processen fram till köpbeslutet, liksom efter detta”

² Prop. 2007/08:115 s. 148 f.

³ Se bl.a. EU-domstolens dom den 19 december 2013, Trento Sviluppo, C281/12, EU:C2013:859

(MD 2010:8). Vid bedömningen av om en marknadsföringsåtgärd är otillbörlig är utgångspunkten hur en genomsnittskonsumент som är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst kan antas uppfatta den aktuella marknadsföringen.⁴ Om marknadsföringen är särskilt riktad till en viss konsumentgrupp ska marknadsföringen bedömas ur ett perspektiv som är representativt för den genomsnittliga medlemmen i denna grupp.

En näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig får, enligt 23 § marknadsföringslagen, förbjudas att fortsätta med denna eller annan liknande åtgärd. Enligt 24 § marknadsföringslagen får en näringsidkare som vid sin marknadsföring låter bli att lämna väsentlig information åläggas att lämna sådan information.

2.2 Prisinformation

Pris definieras i 2 § prisinformationslagen (2004:347) som det slutliga priset för en bestämd enhet av en produkt, uttryckt i kronor, inklusive mervärdesskatt och andra skatter. Det vedertagna sättet att ange pris för el är öre per kilowattimme (kWh). Vad gäller elpris är det slutliga priset samtliga poster som elhandlaren tar betalt för, som till exempel el, elcertifikatavgift, elhandlarens påslag och mervärdesskatt. Tillkommer det en års-eller månadsavgift eller någon övrig avgift ska även den anges. Enligt 7 § prisinformationslagen ska prisinformation lämnas genom uppgift om produktens pris och jämförpris. Jämförpris för el ska anges i öre per kWh vid en årlig förbrukning av 2 000, 5 000 och 20 000 kWh.⁵ Pris och jämförpris ska anges i omedelbar närhet till varandra.⁶ Enligt 10 § prisinformationslagen ska prisinformationen vara korrekt och tydlig. Om en näringsidkare inte lämnar korrekt prisinformation ska marknadsföringslagen tillämpas. Prisinformationen anses då vara väsentlig information enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

3 Resultat

På webbplatserna är det elhandlarna som ansvarar för att marknadsföringen är vederhäftig och att informationen om priserna för de olika elavtalen är korrekta och tydligt angivna. Av de webbplatser som granskats är det fyra elhandlare som erbjuder elavtal där själva avtalet benämns och marknadsförs som el till inköpspris.

⁴ Skäl 18 i direktivet om otillbörliga affärsmetoder (2005/29/EG) och EU-domstolens dom den 18 oktober 2012 i mål C-428/11 Purley Creative, EU:C2012:651, p. 53

⁵ 9 § Konsumentverkets föreskrifter om ändring i Konsumentverkets föreskrifter (KOVFS 2012:1) om prisinformation (KOVFS 2018:01)

⁶ 4 § Konsumentverkets föreskrifter om prisinformation (KOVFS 2012:01)

Elavtal som erbjuds konsumenter kan kategoriseras i fyra huvudtyper av avtal. El till fast pris, el till rörligt pris, mixavtal och anvisat pris. Med fast pris menas att konsumenten har ett bundet elpris under avtalet och med rörligt pris så följer elpriset svängningarna på elbörsen och varierar under avtalstiden. Mixavtal innebär att en del av avtalet är till rörligt pris och en del till fast pris. Om konsumenten inte själv väljer elavtal kommer elnätsföretaget att utse en elhandlare och konsumenten får då ett avtal med ett anvisat pris.

Samtliga elavtal till inköpspris innehåller ett rörligt elpris och avtalsvillkoren för avtal om el till inköpspris innehåller stora likheter med avtal om rörligt pris. Avtal om el till inköpspris kan således sägas vara en variant av ett avtal om rörligt pris. Flera av de elhandlarna som marknadsför avtal om el till inköpspris erbjuder även andra elavtal som till exempel elavtal till rörligt pris och elavtal till fast pris.

3.1 Marknadsföring av elavtal till inköpspris

Vid bedömningen om marknadsföring är otillbörlig är utgångspunkten hur den uppfattas av en genomsnittskonsument. Konsumentverket bedömer att marknadsföringen på webbplatserna riktar sig till konsumentkollektivet i allmänhet och särskilt mot konsumenter som har ett elavtal eller ska ingå ett elavtal. Bedömningen ska således ske med utgångspunkt i hur marknadsföringen är ägnad att uppfattas av en normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst genomsnittskonsument i denna målgrupp.

Enligt Konsumentverkets mening betyder ordet inköpspris i detta sammanhang det pris som elhandlaren betalar för el och övriga poster som ingår i elpriset. Avtalets namn "El till inköpspris" ger genom ordalydelsen intrycket av att det är fråga om ett förmånligt avtal och den marknadsföring som elhandlarna använder förstärker det intrycket. På webbplatserna marknadsförs avtalen till exempel med följande marknadsföring. *"Vill du ha rörligt elpris utan påslag på el och elcertifikat?" "Inköpspris innebär att du betalar 0 öre i påslag och köper elen till samma kostnad som vi har för att köpa in elen."* Det är Konsumentverkets uppfattning att för genomsnittskonsumenten betyder elavtal till inköpspris att konsumenten får köpa el till samma pris som elhandlaren köper in den för och att elhandlaren inte gör några påslag på de kostnadsposter som tillsammans utgör elpriset samt att det inte tillkommer några övriga avgifter. Intrycket konsumenten får av marknadsföringen är således att det är fråga om ett avtal med ett lågt pris. Att elhandlarna marknadsför avtal om el till inköpspris tillsammans med elavtal till rörligt pris och fast pris förstärker intrycket av att elavtal till inköpspris är ett förmånligt avtal då inget av de övriga avtalens namn innehåller ord som signalerar att det är fråga om ett lågt pris. En genomgång av villkoren för de granskade avtalen visar emellertid att det tillkommer avgifter till det marknadsförda priset. I samtliga granskade avtal tar elhandlaren ut en

månads- eller årsavgift utöver kostnaden för elen. Det förekommer även att bolag har ett påslag på priset. Av villkoren för ett av avtalen framgår att ”...till inköpspris och kostnad för elcertifikat tillkommer elhandlarens påslag i öre/kWh samt fast avgift.” Marknadsföringen och avtalsvillkoren stämmer således inte överens. Att benämna och marknadsföra ett avtal ”El till inköpspris” när det tillkommer avgifter och påslag är enligt Konsumentverket vilseledande. Marknadsföringen påverkar sannolikt konsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut och är att anse som otillbörlig.

Priset för elcertifikat varierar beroende på elleverantörens kostnad vid inköpet av elcertifikat, vad årets kvot är samt vilken typ av elavtal som elkunden har.⁷ Energimyndigheten har tagit fram statistik över elkundens genomsnittliga kostnad för elcertifikat under åren 2003 till och med 2018. Den högsta noteringen under dessa år är från år 2010 då den genomsnittliga kostnaden för kunden uppgick till 5,3 öre/kWh. För år 2018 var kostnaden 3,6 öre/kWh.⁸ I de avtal om el till inköpspris som Konsumentverket granskat varierar priserna för elcertifikat från 1,62 öre/kWh upp till 7,9 öre/kWh. Att priset för elcertifikat varierar mellan olika elhandlare är naturligt då certifikaten handlas på en marknadsplats, men i flera av de granskade avtalen är priset för certifikat mer än det dubbla genomsnittliga priset för år 2018 och avsevärt högre än den högsta noteringen från 2010. Detta kan tyckas vara höga priser särskilt med tanke på att det enligt marknadsföringen är fråga om inköspriser utan påslag. Bevisbördan för att det marknadsförda priset är ett inköpspris ligger på elhandlaren. Detta innebär att det är den elhandlare som erbjuder ett elavtal till inköpspris som ska visa att det inte förekommer något påslag.

Det är inte ovanligt att elhandlare vid avtal om rörligt elpris marknadsför att det elpris som elhandlaren erbjuder är till inköpspris. Marknadsföringen tar då sikte på själva elpriset och inte på hela avtalet. Men även i dessa fall gäller att om elen marknadsförs vara till inköpspris så får det inte förekomma några påslag på de poster som utgör elpriset.

3.2 Vilseledande utelämnande av information

En elhandlare utelämnar elcertifikat i det elpris som marknadsförs på webbplatsen. Av villkoren framgår dock att kundens elpris utgörs av bolagets inköpspris för el med tillägg för bolagets påslag, elhandelsavgift och elhandlarens elcertifikatsavgift. Utelämnandet av elcertifikat i det pris som presenteras mot konsument utgör ett vilseledande utelämnande av väsentlig information. Att inte redovisa det fullständiga elpriset ger konsumenten

⁷ <http://www.energimyndigheten.se/fornybart/elcertifikatsystemet/om-elcertifikatsystemet/elkundens-bidrag-till-fornybar-elproduktion/>

⁸ <http://www.energimyndigheten.se/fornybart/elcertifikatsystemet/om-elcertifikatsystemet/elkundens-bidrag-till-fornybar-elproduktion/>

intrycket av att priset för avtalet är billigare än vad det egentligen är. Marknadsföringen är att anse som vilseledande och otillbörlig.

En av de granskade elhandlarna har inte någon uppgift om jämförpris på webbplatsen. Avsaknaden av jämförpris gör det svårare för konsumenten att jämföra mellan olika avtal och försvårar således för konsumenten att göra ett medvetet och rationellt val av elavtal. Att inte ange jämförpris innebär ett vilseledande utelämnande av väsentlig information och marknadsföringen är att anse som vilseledande och otillbörlig.

4 Slutsatser

Pris är en av de viktigaste uppgifterna i marknadsföringen för konsumenter och vid marknadsföring av elavtal är det elhandlarna som ansvarar för att informationen om priset är tydlig och korrekt angivet. Vid elavtal som benämns "El till inköpspris" förväntar sig konsumenten ett elavtal utan påslag på priset och utan avgifter. Att benämna ett avtal el till inköpspris eller med liknande formuleringar när det tillkommer avgifter och påslag är enligt Konsumentverket vilseledande och otillbörlig marknadsföring. Vidare måste det vara det fullständiga elpriset, det vill säga ett pris som inkluderar moms, elcertifikatavgift och andra påslag som anges i marknadsföringen. Att utelämnar delar av priset i marknadsföringen gör att konsumenten vilseleds om den verkliga kostnaden. En följd av att konsumenterna inte får korrekt och fullständig information avseende priset för elavtalet är att de inte har möjlighet att göra rättvisande jämförelser med andra elavtal. Detta innebär en betydande risk för att konsumenter ingår avtal som till pris och villkor är sämre än alternativa avtal på marknaden.

5 Uppföljning

Konsumentverket har, som framgått ovan, uppmärksammat brister i marknadsföringen avseende elavtal till inköpspris. De elhandlare som ingått i granskningen kommer att få del av denna promemoria. Konsumentverket förutsätter att dessa tar vad som anförts angående brister i marknadsföringen i beaktande och ser över aktuell marknadsföring. Konsumentverket kommer att göra en uppföljning för att säkerställa att så har skett. Promemorian kommer även att skickas till Energiföretagen Sverige med förhoppning om att organisationen sprider den till sina medlemmar.

Ulrika Edlund
Jurist