

Ställningstagande angående information om prissänkningar

Bakgrund

När en näringsidkare tillhandahåller en produkt med angivande av att priset har sänkts ska såväl det nedsatta priset som det tidigare lägsta pris som näringsidkaren har använt för produkten under de senaste 30 dagarna anges, nedan kallat "30-dagarspriset".

Fråga har uppkommit om 30-dagarspriset måste anges i samband med vissa uttryck i marknadsföringen, hur 30-dagarspriset ska presenteras i förhållande till det nedsatta priset och om ytterligare referenspriser får anges utöver 30-dagarspriset. Varken prisinformationslagen eller marknadsföringslagen, lagarnas förarbeten eller bakomliggande direktiv ger uttryckliga besked om hur frågorna ska besvaras.

Mot denna bakgrund finns det anledning för Konsumentverket att göra ett ställningstagande.

Dokumenthistorik

Detta ställningstagande ersätter KOVRs 2023:1. I huvudsak har följande justeringar gjorts.

- De delar av ställningstagandet som bekräftats genom EU-domstolens dom i mål C-330/23 ("Aldi") har utgått.
- Redaktionella ändringar och förtydliganden som inte påverkar ställningstagandet i sak.

Sammanfattning av ställningstagandet

Ska 30-dagarspriset anges vid påstående om "slutförsäljning", "utförsäljning", "realisation", "kampanj", "erbjudande" eller andra uttryck som ger intryck av att priset har sänkts?

Ja, 30-dagarspriset ska alltid anges om marknadsföringspåståendet förmedlar intrycket av att priset på produkten sänkts, med undantag för varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla. Därutöver krävs att näringsidkaren följer marknadsföringslagens regler om att uttryck som används i marknadsföringen ska vara vederhäftiga, dvs. korrekta och ej vilseledande.

Var ska 30-dagarspriset presenteras i förhållande till det nedsatta priset?

30-dagarspriset ska anges i omedelbar närhet till det nedsatta priset med en stil och storlek som är lätt att läsa. Detta gäller varje gång det nedsatta priset visas.

Får ytterligare referenspris anges utöver 30-dagarspriset?

Det är typiskt sett inte tillåtet att ange ytterligare referenspris utöver 30-dagarspriset.

Rättslig reglering

Av 2 § prisinformationslagen framgår att en produkt är en vara, tjänst eller annan nytthet (dock inte fast egendom eller arbetstillfällen).

Enligt 3 § prisinformationslagen gäller lagen för näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller produkter till konsumenterna.

Enligt 7 § prisinformationslagen ska prisinformation för varor lämnas genom uppgift om varans pris och jämförpris. För andra produkter än varor ska prisinformation lämnas genom uppgift om produktens pris.

Av 7 a § prisinformationslagen 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. Det tidigare priset behöver inte anges för varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.

Enligt 10 § prisinformationslagen ska prisinformation vara korrekt och tydlig samt lämnas på sådant sätt att det framgår klart för konsumenten vilken produkt som informationen avser.

Av 12 § prisinformationslagen framgår att om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt bland annat 7 a och 10 §§ prisinformationslagen ska

marknadsföringslagen tillämpas. Sådan prisinformation ska då anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket marknadsföringslagen.

Av 10 § marknadsföringslagen följer att det är förbjudet för en näringsidkare att använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om bland annat en produkts pris, grunderna för prisberäkningen, särskilda prisfördelar och betalningsvillkor.

Av tredje stycket i samma paragraf framgår att en näringsidkare inte får utelämna väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Med vilseledande utelämnande avses även sådana fall när den väsentliga informationen ges på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller annat olämpligt sätt.

Enligt 16 och 17 §§ marknadsföringslagen får en näringsidkare endast använda uttrycken ”slutförsäljning”, ”utförsäljning”, ”realisation” eller liknande under vissa villkor. Ett av flera villkor är att priserna är väsentligt lägre än näringsidkarens normala priser för motsvarande produkter.

Marknadsföring som är vilseledande enligt bland annat 10, 16 och 17 §§ marknadsföringslagen ska anse som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Konsumentverkets bedömning

De nedanstående bedömningarna gäller såväl varor som tjänster och andra nyttigheter som omfattas av prisinformationslagens tillämpningsområde.

Ska 30-dagarspriset anges vid påstående om ”slutförsäljning”, ”utförsäljning”, ”realisation”, ”kampanj”, ”erbjudande” eller andra uttryck som ger intryck av att priset har sänkts?

Både prisinformationslagen och marknadsföringslagen innehåller bestämmelser som måste följas i samband med prismarknadsföring.

Reglerna i prisinformationslagen innebär att 30-dagarspriset ska anges när marknadsföringen ger konsumenten ett intryck av att priset på produkten har sänkts. Intrycket kan skapas på många sätt, exempelvis genom överstrukna priser, priser inom parentes eller angivande av uttryck såsom ”kampanj” eller ”erbjudande” (se även EU-domstolens dom i mål C-330/23 ”Aldi”).

Av marknadsföringslagen framgår därtill att uttrycken ”slutförsäljning”, ”utförsäljning”, ”realisation” och liknande bara får användas under särskilda förutsättningar samt att marknadsföringen inte heller får vara vilseledande av andra skäl. Reglerna står inte i konflikt med prisinformationslagens regler, eftersom de inte innebär att någon specifik prisuppgift måste anges i marknadsföringen.

Konsumentverket gör följande ställningstagande.

30-dagarspriset ska alltid anges om marknadsföringspåståendet förmedlar intrycket av att priset på produkten sänkts, med undantag för varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla. Därutöver krävs att näringsidkaren följer marknadsföringslagens regler om att uttryck som används i marknadsföringen ska vara vederhäftiga, dvs korrekta och ej vilseledande.

Var ska 30-dagarspriset presenteras i förhållande till det nedsatta priset?

Kravet på att prisinformation ska vara korrekt och tydlig innebär bland annat att prisuppgifter ska vara väl synliga och lätta att uppfatta. Prisuppgiften får inte presenteras på ett sätt som kan skapa osäkerhet hos konsumenten.

Av 4 § i Konsumentverkets föreskrifter om prisinformation (KOVFS 2012:1) framgår bland annat att uppgifter om pris och jämförpris ska anges i omedelbar närhet till varandra med en stil och storlek som är lätt att läsa. Samma behov av klarhet och tydlighet föreligger när det gäller 30-dagarspriset, vilket medför att det finns skäl att ställa samma krav på hur detta anges.

Konsumentverket gör följande ställningstagande.

30-dagarspriset ska anges i omedelbar närhet till det nedsatta priset med en stil och storlek som är lätt att läsa. Detta gäller varje gång det nedsatta priset visas.

Får ytterligare referenspris anges utöver 30-dagarspriset?

Prisinformationslagen hindrar inte i sig att ytterligare referenspriser anges vid sidan av 30-dagarspriset. Sådana ytterligare referenspriser måste emellertid användas på ett vederhäftigt sätt enligt marknadsföringslagens regler.

Om ett eller flera andra referenspriser anges samtidigt som 30-dagarspriset uppstår i normalfallet en oklarhet i fråga om erbjudandets innebörd. Oklarheten tar konsumentens uppmärksamhet från angivelsen av 30-dagarspriset. Detta är ägnat att skapa förvirring och osäkerhet kring erbjudandet. En sådan användning är därför typiskt sett att anse som vilseledande.

EU-kommissionen har publicerat ett exempel¹ som avser att uttrycka hur 30-dagarspriset och ett annat referenspris kan användas parallellt. Enligt Konsumentverkets bedömning innehåller exemplet oklarheter som medför att det blir vilseledande.

¹ Se EU-kommissionens vägledning om tolkning och tillämpning av artikel 6 a i Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna (2021/C 526/02).

Konsumentverket gör följande ställningstagande.

Det är typiskt sett inte tillåtet att ange ytterligare referenspris utöver 30-dagarspriset.

Ikraftträdande

Ställningstagandet tillämpas från och med den 3 mars 2025. Vid samma tidpunkt upphävs ställningstagandet KOVRS 2023:1.

Om Konsumentverkets ställningstaganden

Konsumentverkets ställningstaganden har till huvudsyfte att underlätta för myndighetens tjänstemän att göra enhetliga bedömningar i samband med tillsyns- och marknadskontrollärenden. Ställningstagandena syftar även till att underlätta för näringsidkare att förutse hur Konsumentverket kommer att tillämpa regler på områden där Konsumentverket har ett tillsynsansvar.

Ett ställningstagande baseras på myndighetens bedömning av det aktuella rättsläget vid tidpunkten för beslutet. Allmänna reklamationsnämnden och domstolarna kan komma att bedöma rättsfrågorna på ett annat sätt än Konsumentverket.

Detta ställningstagande har beslutats av biträdande konsumentombudsmannen Kristofer Johannesson. Vid den slutliga handläggningen har även enhetscheferna Johan Ohlsson och Gabriella Fenger-Krog medverkat.