

Nya regler om information vid prissänkningar

EU direktiv

Den 1 juli 2022 föreslås nya regler träda i kraft för hur näringsidkare ska informera om prissänkningar, exempelvis vid realisation eller erbjudanden. Reglerna bygger på EU:s satsning "New Deal for Consumers" samt implementering av ett nytt EU direktiv, vilket medför en rad ändringar i befintliga EU direktiv samt ett antal svenska lagar. EU direktivet innehåller nya konsumentskyddande regler och syftar till att modernisera konsumentskyddet mot bakgrund av den ökade digitaliseringen. Direktivet innehåller även nya kännbara sanktionsavgifter för näringsidkare som bryter mot konsumentreglerna. Genom det nya EU direktivet skapas även förutsättningar för enhetlig tillämpning av de konsumentskyddande reglerna för Europas konsumenter.

De nya reglerna om hur näringsidkare ska informera om prissänkningar införlivas i svensk rätt genom nya bestämmelser i Prisinformationslagen. Det införs särskilda regler som ska säkerställa att prissänkningarna är äkta. Reglerna ska förhindra att näringsidkare på konstlad väg vilseleder konsumenter om hur stora rabatterna är vid en prissänkning. De nya EU reglerna syftar även till att underlätta kontrollen för tillsynsmyndigheter och marknadskontrollmyndigheter.

Nuvarande regler

Prisinformationslagen reglerar inte prissänkningar. Bestämmelser om prissänkningar finns i marknadsföringslagen (MFL) samt framgår av marknadsrättslig praxis. Enligt MFL:s bestämmelser är det förbjudet för en näringsidkare att använda sig av felaktiga påståenden eller andra framställningar som är *vilseledande* i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsverksamhet. Detta gäller särskilt framställningar som avser en produkts pris, grunderna för prisberäkningen, särskilda prisfördelar och betalningsvillkor.

Krav för att få använda "realisation", "rea", i marknadsföring

En näringsidkare får vid marknadsföring av produkter använda uttrycket "realisation", "rea", eller något annat uttryck med motsvarande innebörd bara om:

1. Försäljningen avser produkter som ingår i näringsidkarens *ordinarie sortiment*,
2. Försäljningen sker under en *begränsad tid*, och
3. Priserna är *väsentligt lägre* än näringsidkarens normala priser för motsvarande produkter.

"Ordinarie sortiment"

Om näringsidkaren köper in tillfälliga partier av varor som vanligtvis inte finns i sortimentet för att sedan sälja till ett nedsatt pris så är det inte fråga om produkter som ingår i näringsidkarens ordinarie sortiment. Produkterna ska kunna gå att köpa även under andra perioder än då det är rea.

”Begränsad tid”

En realisation ska vara begränsad i tid. Tidsangivelsen syftar på högst några få veckor och i varje fall *inte* två månader. Detta framgår av rättspraxis från Marknadsdomstolen.

Priserna ska vara ”väsentligt lägre”

Vad som är ”väsentligt lägre priser” kan inte anges exakt, exempelvis i form av en procentsats av det normala priset utan kan variera beroende på bransch och varuslag. Avgörande blir vad som objektivt sett uppfattas som förmånligt för konsumenten av produkterna i fråga.

Prissänkningen ska normalt sett räknas utifrån det pris som samma näringsidkare i samma affär *faktiskt* har tillämpat för produkten omedelbart innan prissänkningen under en sammanhängande period om minst 4 veckor. Detta medför att det inte är möjligt att utgå ifrån ett rekommenderat pris för att ange prissänkningen. Inte heller går det att utgå ifrån ett pris som höjts strax innan realisation för att bedöma prissänkningen. Ett sådant förfarande är ägnat att vilseleda konsumenten om hur stor prissänkningen är.

Ordinarie pris

Med ordinarie pris avses det pris som näringsidkaren normalt tillämpar för en produkt .

Ett överkursat pris, ett pris inom parentes eller liknande förutsätts visa ett ordinarie pris om annat inte tydligt anges.

Rekommenderat pris

Ett rekommenderat pris är det pris som faktiskt har rekommenderats av ett *tidigare säljled*. Detta pris ska också tillämpas på marknaden i viss mån. Ett rekommenderat pris som tillämpas i endast oväsentlig mån uppfyller inte detta krav, exempelvis butiker med begränsade marknadsandelar.

Det är inte möjligt att jämföra produkter inom en näringsidkares egna varumärken eller produkter som är särskilt framtagna eller avsedda för en viss näringsidkare med ett rekommenderat pris.

Föreslagna ändringar i prisinformationslagen den 1 juli 2022

Prisinformationslagen syftar till att ge konsumenter god prisinformation samt för att underlätta prisjämförelser. Enligt lagens bestämmelser ska näringsidkare som tillhandahåller bestämda produkter till konsumenter lämna information om produktens pris. När en bestämd produkt bjuds ut i en försäljningslokal, i ett skyltfönster eller i omedelbar anslutning till näringsidkarens säljställe ska priset och i tillämpliga fall jämförpris anges. Prisuppgifter ska anges i svenska kronor inklusive moms och andra skatter inräknade. Uppgifter om pris och jämförpris ska anges omedelbart bredvid varandra. Prisinformationen ska vara korrekt och tydlig samt enligt huvudregeln lämnas skriftligen. Prisinformation ska lämnas på varan

eller dess förpackning. En prislapp kan ersättas av prisinformation på en hyllkant eller en skylt i varans omedelbara närhet. Prisinformationen ska lämnas på ett sådant sätt att det framgår klart för konsumenten vilken produkt som prisinformationen avser. Om näringsidkaren tillhandahåller bestämda produkter på internet ska priset vara tydligt och lätt att uppfatta på samma sätt som gäller kraven vid fysisk butiksförsäljning.

Enligt de nya reglerna om prissänkning, vilka införs i Prisinformationslagen den 1 juli 2022, gäller att om en näringsidkare tillhandahåller en produkt med angivande av att priset har sänkts så 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. Om priset under denna tid har sänkts gradvis, ska i stället det pris som gällde före den första prissänkningen anges. Det tidigare priset behöver inte anges för varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.

Bestämmelsen är tillämplig när det är fråga om information om att priset på en produkt har sänkts.

De nya reglerna gäller både vid försäljning av varor till konsumenter online och vid fysisk butiksförsäljning.

"Tidigare pris"

Med uttrycket *"tidigare pris"* avses *det lägsta pris* som näringsidkaren har tillämpat för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Det *tidigare lägsta pris* som ska anges vid produkten ska således framgå som ett **referenspris**, på samma sätt som ofta sker idag då ett högre *"ordinarie pris"* eller liknande pris anges som jämförelsepris.

Regeln om att näringsidkaren måste ange *"tidigare pris"* gäller även för de produkter som berörs av uttryck som **"reapris"**, **"specialerbjudanden"** eller som **"Black Friday erbjudanden"**. *"Det tidigare lägsta priset ska anges oavsett om prissänkningen anges i procent, t.ex. "20 % i rabatt eller som ett specifikt belopp, t. ex. "100 kr i rabatt"*.

En prissänkning kan anges exempelvis genom att näringsidkaren presenterar det nya priset tillsammans med en hänvisning till ett tidigare överkryssat pris. Det kan också vara så att näringsidkaren upplyser om att priset har sänkts med ett visst procenttal eller ett visst belopp. Det kan även förekomma att näringsidkaren presenterar ett aktuellt pris som **"startpris"** eller liknande och att ett högre pris anges som det kommande normala priset.

Om en näringsidkare ett fåtal dagar före en säsongutförsäljning höjer priset strider det mot bestämmelsen om näringsidkaren anger att priset har sänkts och som tidigare pris anger det höjda priset, eftersom det höjda priset inte är det lägsta pris som har gällt för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen.

Näringsidkare behöver inte ange hur länge de har tillämpat det angivna *"tidigare"* priset, men behöver säkerställa att det tidigare priset är det lägsta pris som har tillämpats under de senaste 30 dagarna. Regeln påverkar inte hur länge prissänkningskampanjer varar och inte heller prisjämförelser med andra näringsidkares varor.

Om en näringsidkare säljer varor via olika försäljningskanaler/försäljningsställen, exempelvis olika fysiska butiker och/eller onlinebutiker, till olika priser och dessa olika försäljningskanaler/försäljningsställen omfattas av ett allmänt tillkännagivande av prissänkning, måste näringsidkaren som "tidigare pris" för de berörda varorna i varje försäljningskanal/på varje försäljningsställe ange det lägsta pris som under minst 30 dagar tillämpades i försäljningskanalen/på försäljningsstället.

Produkt som varit till försäljning kortare tid än 30 dagar

Om produkten har funnits till försäljning under en kortare tid än 30 dagar så ska näringsidkaren i stället ange det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat på produkten sedan den började säljas.

Prissänkning som skett gradvis

Om en prissänkning har skett gradvis under de senaste 30 dagarna före prissänkningen ska det pris som gällde före den första prissänkningen anges. Exempel: En näringsidkare sänker priset på en produkt först med 20% och därefter med 50% och slutligen med 70%. Informationen ska i sådana fall avse det tidigare priset utan prissänkningen som näringsidkaren tillämpade före den första prissänkningen på 20%.

Undantag från informationskravet vid prissänkningar

Det finns undantag från den nya regeln om information vid prissänkningar. Det gäller **varor som snabbt kan försämrats** eller har kort sista förbrukningsdatum, exempelvis livsmedel eller växter. Regeln är inte tillämplig på mer **allmänna påståenden i marknadsföring** om att priset är lågt eller på något sätt förmånligt och erbjudanden där ett köp av en vara ger konsumenten rätt till ytterligare en vara kostnadsfritt, exempelvis erbjudanden av typen "köp en vara och få en vara på köpet". Regeln gäller inte heller för **personanpassade prissänkningar**, exempelvis prissänkningar som är kopplade till konsumentens tidigare inköp från den berörda säljaren till exempel när konsumenten vid köpet får en rabattkupong som ger 20 % rabatt vid nästa köp fram till nästa månad eller rabatter som beviljas vid särskilda tillfällen för den aktuella konsumenten, exempelvis födelsedag. Regeln är inte tillämplig på säljarens **kundlojalitetsprogram** som rabattkort eller kuponger som ger konsumenten rätt till rabatt på säljarens alla produkter eller på ett urval av produktsortimentet under längre sammanhängande perioder (t.ex. sex månader, ett år) eller att konsumenten får tillgodohavanden (poäng) som samlas för framtida köp. Regeln är däremot tillämplig på personanpassade prissänkningar och lojalitetsprogram som i själva verket erbjuds konsumenter i allmänhet eller en majoritet av kunderna. I dessa fall måste näringsidkaren uppfylla informationskravet i den nya regeln.

Påföljder för näringsidkare som inte lämnar prisinformation enligt prisinformationslagen eller meddelade föreskrifter till lagen från och med den 1 juli 2022

Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt prisinformationslagen eller i enlighet med meddelade föreskrifter till lagen så ska marknadsföringslagens regler tillämpas, vilket

innebär att marknadsstörningsavgift kan dömas ut. Marknadsstörningsavgiften föreslås uppgå till maximalt 4 % av företagets årsomsättning. Om uppgift om näringsidkarens årsomsättning saknas eller är bristfälliga och årsomsättning måste uppskattas får avgiften fastställas till ett belopp i kronor motsvarande högst 2 miljoner euro. När domstolen ska bestämma avgiftens storlek ska hänsyn bland annat tas till överträdelsens allvar, art, varaktighet och omfattning.

Observera att ovanstående information om de nya prissänkingsreglerna inte är uttömmande.

Marie-Louise Sigemalm
Vd, Branschorganisationen Färg Möbler och Interiör
2022-05-16