



Næringslivets  
Konkurransseutvalg

## UTSKRIFT

av protokoll fra møte i Næringslivets Konkurransseutvalg den 2. februar 2012.

Under behandling av nedenstående sak deltok: Ida Gjessing, Bente Holmvang, Rune Myrmel, Cathrine Lødrup, Thea Broch, Carsten Skog, Knut B. Kjøsnes, Erik Loe og Øystein Bu.

### SAK 15/2011

**Klager:** Renas AS  
Karenslyst Allé 9 A  
0212 Oslo

**Prosessfullmektig:** Høyesterettsadvokat Harald Skjerve-Nielssen  
Skjerve-Nielssen & Co Advokatfirma  
Akersgaten 35  
0158 Oslo

**Innklaget:** Elretur AS  
Postboks 6454 Etterstad  
0605 Oslo

**Prosessfullmektig:** Advokat Hildegunn Piro  
Advokatfirmaet Steenstrup Stordrange DA  
Postboks 1829 Vika  
0123 Oslo

### Saken gjelder:

Spørsmål om innklagedes brev til klagers forbindelser om mangelfull oppfyllelse av plikten til å delta i returordning er i strid med markedsføringslovens § 25 om god forretningsskikk og § 26 om villedende forretningsmetoder.

### **Sakens parter:**

Klager, *RENAS AS* (RENAS), er et selskap som på vegne av sine kunder administrerer en landsdekkende innsamlings- og behandlingsordning for elektrisk og elektronisk avfall (EE-avfall). RENAS eies 50 % av Elektroforeningen (EFO) og 50 % av Elektro og Energi – en bransjeforening i Norsk Industri.

Innklagede, *Elretur AS* (Elretur), driver tilsvarende virksomhet. Elretur er eid av Stiftelsen Elektronikkbransjen med 30 %, Norske Elektroleverandørers Landsforening (NEL) med 30 %, IKT Norge med 30 % og Abelia med 10 %.

Returordningen finansieres gjennom inntekter fra et såkalt miljøgebyr som de tilknyttede bedriftene betaler for nye EE-produkter som importeres eller produseres. Begge selskapene er godkjent av Klima- og forurensningsdirektoratet (Klif) etter forskrift av 1. juni 2004 nr. 930 (avfallsforskriften).

### **Kort om sakens bakgrunn og den påklagede markedsføring:**

EE-registeret er opprettet i medhold av avfallsforskriften, og skal identifisere og følge opp produsenter som ikke oppfyller forskriftens § 1-10 som pålegger produsentene å være organisert i kollektivt eller individuelt finansierte returselskap for innsamling og behandling av EE-avfall. Ved gjennomgang av importstatistikk avdekket EE-registeret i desember 2010 at en del produsenter ikke var fullt ut dekket gjennom avtaler med de respektive returselskap.

Noen av RENAS' medlemsbedrifter hadde en viss import av forbrukerelektroprodukter, mens medlemskapet kun dekket produsentansvaret for næringslektroprodukter. Den 6. desember 2010 sendte EE-registeret brev til disse bedriftene med oppfordring om å utvide sitt medlemskap. Returselskapene fikk i den forbindelse en e-post fra EE-registeret med en oversikt over hvilke av returselskapets egne medlemmer som var tilskrevet. I en e-post datert 1. februar 2011 orienterte EE-registeret samtlige el-returselskap om forholdet, herunder hvilke produsenter som EE-registeret hadde sendt ut brev til, omtalt som "gratispassasjerer".

Elretur sendte brev til medlemsbedrifter i RENAS den 24. mai 2011, under overskriften "*Er hele ditt produsentansvar ivaretatt?*", blant annet med følgende innhold:

- I. "*Elretur har fra myndighetene fått informasjon om at din bedrift IKKE tar sitt fulle produsentansvar,...*"
- II. "*For å ikke motta en tvangsmulkt fra EE-registeret sender vi dere et tilbud om å signere en avtale med Elretur, slik at dere tar det fulle og hele produsentansvaret for EE-produktene...*"

Med henvendelsen fra Elretur fulgte en avtale med Elretur og en fullmakt.

**Klager, RENAS AS, har i det vesentlige anført:**

RENAS er av den oppfatning at brevet er utformet på en slik måte at markedsføringslovens bestemmelser om god og lojal forretningsskikk er overtrådt, jf. markedsføringsloven § 25 og 26. Brevet er i strid med sannhetsprinsippet og saklighetsprinsippet, og inneholder en aggressiv markedsføring.

Påstanden i brevet er feilaktig. Ved at bedriftene er medlemmer hos RENAS, oppfyller de fullt ut sitt produsentansvar. Elretur påstår motsetningsvis at hvis bedriftene blir medlemmer hos Elretur, vil de ivareta produsentansvaret. At bedrifter som i hovedsak driver innen næringsselektro ikke hadde tegnet tilleggsavtale for forbrukerelektro er ikke graverende, men kun en liten feil. Elretur spesifiserer ikke i brevet på hvilke punkter mottaker eventuelt ikke oppfyller myndighetenes krav, og markedsføringen er derfor upresis og villedende.

Med henvendelsen fra Elretur fulgte vedlagt en egen medlemsavtale med Elretur og en fullmakt, hvilket indikerer at salgstunet bærer preg av ”medlemsnapping”, med utilbørlige midler. Avtaleforholdet mellom produsent og returselskap omtales i bransjen som medlemskap og innebærer et tettere forhold. Dette tilknytningsforholdet må man ha i bakhodet ved vurderingen av brevets innhold og karakter.

RENAS opplever brevet som meget aggressivt, og det bærer preg av å ville ”skremme” mottakeren til å melde seg inn hos Elretur. De fremsatte påstander er villedende og egnet til å skade RENAS' renommé og omdømme. Mange av RENAS medlemmer som har mottatt brevet, har reagert svært negativt på brevets form og innhold.

Elreturs brev har en klar og tydelig henvisning til sanksjoner som tvangsmulkt, noe som gjør at brevet fremstår mer som et trusselbrev enn et tilbudsbrev. EE-registeret har ingen sanksjonsmyndighet, mens myndighet til å utstede tvangsmulkt i stedet tilligger Klif. Elreturs henvisning til tvangsmulkt er en utidig form for ”skremselspropaganda”, og er villedende og åpenbart egnet til å påvirke etterspørselen etter de relevante tjenestene.

Brevet ville være en villedende markedsføring i strid med markedsføringslovens § 26, også om det var sendt kort tid etter at produsentene hadde mottatt henvendelsen fra EE-registeret om mangelfull deltakelse i returordning. Det forhold at Elretur tilskrev de aktuelle kundene lang tid etterpå, medfører at brevets innhold virker enn mer villedende. Koblingen til EE-registerets brev er ikke klar, og mange av RENAS' kunder hadde rettet opp i forholdet innen Elreturs brev ble mottatt. Det kan ikke forventes at produsentene har detaljkunnskap om avfallsforskriften, belyst ved at Elretur selv heller ikke korrekt omtaler inngrepet tvangsmulkt.

Selv om RENAS ikke nevnes direkte i Elreturs brev, var mottagerne av brevet RENAS-medlemmer. Det er derfor sannsynlig at enkelte av mottagerne ville få det inntrykket at RENAS ikke oppfylte sine forpliktelser etter avtalen dem i mellom, særlig de medlemmene

som hadde oppfylt sine medlemsforpliktelser. Indirekte kan brevet derfor oppleves som en negativ omtale av RENAS.

På denne bakgrunn fremgår det samlet sett at Elretur ved sin henvendelse til RENAS' medlemsbedrifter har opptrådt i strid med god forretningsskikk næringsdrivende i mellom og således brutt markedsføringslovens § 25.

**Innklagede, Elretur AS, har i det vesentlige anført:**

Brevets innhold er korrekt og ikke villedende. Det er ikke noe som kan begrunne at brevet skulle være i strid med markedsføringsloven § 25 og/eller § 26. Det er både tillatt og ønskelig for å sikre sunn konkurranse, med de fordeler det innebærer for kundene og samfunnet som helhet, at en tjenesteleverandør kan henvende seg til konkurrenters kunder.

Alle produsenter/importører er som nevnt forpliktet til å være kunde hos et returselskap, men dette kundeforholdet kan naturligvis sies opp, og det er adgang til å bytte returselskap. Det kan ikke være slik at fordi en bedrift har et eksisterende kundeforhold hos et returselskap, skal de øvrige returselskap være forhindret fra å kontakte disse med informasjon om sine tjenester og priser. En slik praksis ville sementere kundetilknytningen for alle returselskapene, og forhindre slik konkurranse mellom returselskapene som forutsatt fra myndighetenes side.

Aggressiv konkurranse er i utgangspunktet tillatt. Økt konkurranse er ønskelig i returmarkedet som fra før er preget av lav kundemobilitet. Det er uten betydning om forholdet betegnes som et kundeforhold eller et medlemskap.

Elretur ble som følge av EE-registerets brev 6. desember 2010 oppmerksom på at både noen av Elreturs egne kunder, samt bedrifter i de øvrige returselskapene, ikke overholdt sine plikter i henhold til avfallsforskriften fullt ut for alle produktkategorier. Elretur kontaktet samtlige av sine egne kunder som dette gjaldt, og en del andre bedrifter. Før mottak av e-posten av 1. februar 2011, hadde Elretur ikke kunnskap om hvilke bedrifter forholdet gjaldt.

Når det gjelder den første innklagede påstanden, er den verken ukorrekt eller misvisende. Påstanden er direkte begrunnet i EE-registerets informasjon, hvilket det også er henvist til i umiddelbar sammenheng med det påklagete avsnittet, ved tilføyelsen; ” og at det er sendt ut informasjon til dere fra EE-registeret om at dere må sørge for at det kommer i orden”.

Kundekretsen er profesjonell, og det må derfor antas at de selv kjenner sine forpliktelser etter avfallsforskriften. En mer presis angivelse er derfor ikke nødvendig. Brevet kan ikke forstås som en kritikk av RENAS, men kun eventuelt at den enkelte bedrift ikke har sørget for å ivareta sitt produsentansvar i henhold til avfallsforskriften for alle produktkategorier. Dersom noen av bedriftene som mottok Elreturs brev allerede hadde rettet opp i sitt forhold, må det

legges til grunn at disse selv var klar over dette, og at Elreturs brev ville bli forstått i lys av det.

Når det gjelder den andre påstanden, er denne ikke helt presis, idet det fremstår som om en tvangsmulkt kan ilegges av EE-registeret. Dette medfører ikke riktighet, idet tvangsmulkt i en situasjon som dette ikke ilegges av EE-registeret, men av Klif, jf. avfallsforskriften § 17-6, jf. forurensningsloven § 73.

Elretur kan imidlertid ikke se at denne upresise opplysningen kan være egnet til å påvirke etterspørselen etter Elreturs tjenester. Poenget er at de bedrifter som ikke har sørget for tilstrekkelig avtale med et returselskap, risikerer å bli ilagt tvangsmulkt. Om dette formelt ilegges av Klif eller EE-registeret, kan i denne sammenhengen ikke ha noen betydning. Risikoen er reell, og det vises til at Klif har ilagt slike bøter, og at Økokrim også har utstedt forelegg i slike saker.

Det foreligger ikke brudd på markedsføringslovens § 25 eller § 26.

#### **Næringslivets Konkurransautvalg vil uttale:**

**Det er et tillatt instrument i sunn konkurranse å tilskrive konkurrenters kunder i markedsføringsøyemed. I nærværende sak er det opplyst at kundelisten var gjort tilgjengelig via EE-registeret. Slik direkte markedsføring må imidlertid være i samsvar med god forretningsskikk næringsdrivende imellom, herunder forbudet mot villedende forretningsmetoder.**

**Konkurransautvalget kan ikke se at det gjelder noen annen norm for god forretningsskikk i et marked preget av få aktører på tilbydersiden og lav kundemobilitet. Selv om økt konkurranse kan være ønskelig i et slikt marked, må konkurransen fortsatt være sunn.**

**Markedsføringslovens § 26 setter forbud mot å "anvende uriktig eller av annen grunn villedende fremstilling som er egnet til å påvirke etterspørselen". All den tid brevet er sendt til konkurrentens kunder med et tilbud om å inngå avtale, må reklamen anses for egnet til å påvirke etterspørselen. Forbudet mot uriktig eller villedende fremstilling innebærer at reklamen skal være redelig og pålitelig. Spørsmålet i nærværende sak er om brevet som ble sendt fra Elretur er i samsvar med prinsippet om at all reklame skal være redelig og pålitelig.**

**Utsagnet i brevet om at Elretur er blitt informert fra myndighetene om at "din bedrift IKKE tar sitt fulle produsentansvar", vil for mange av mottakerne ikke være korrekt. Det kan tenkes tilfeller der intet var å rette, men dette er ikke nærmere klarlagt. Det må imidlertid uansett antas at flere av mottakerne rettet de forhold som skulle rettes kort tid etter mottak av EE-registerets brev av 9. desember 2010 gjennom å tegne nødvendige**

tilleggsavtaler. Elreturs brev ble imidlertid først sendt den 24. mai 2011. Det vil si at kundene mottok Elreturs brev over fem måneder etter at informasjonen fra myndighetene var sendt dem. RENAS tok umiddelbart kontakt med egne kunder for å etablere nødvendige tilleggsavtaler. På det tidspunkt RENAS' kunder mottok Elreturs brev, ville situasjonen mest sannsynlig være at produsentansvaret fullt ut var bragt i orden. Dette burde være påregnelig for Elretur da de sendte brevet. Selv om brevet fra Elretur viser til informasjon som kunden har fått tilsendt fra EE-registeret, kan det ikke forventes at kunden oppfatter at dette dreier seg om myndighetsinformasjon gitt for lang tid tilbake, og at Elretur viser til forhold som allerede kan være rettet opp.

Det kan i denne sammenhengen ikke være av betydning at Elretur først den 1. februar 2011 ble kjent med kundelisten fra EE-registeret og derfor ikke hadde kunnet sende et tilsvarende brev tidligere. Avgjørende er om påstandene i brevet er villedende for mottaker, idet brevet fra Elretur mottas.

Det er på denne bakgrunn Konkurransetvalgets oppfatning at den første innklagede påstanden i brevet ikke er pålitelig og redelig, og derfor er i strid med forbudet mot villedende forretningsmetoder i markedsføringslovens § 26.

Det andre klagepunktet i brevet retter seg mot oppfordringen om å tegne avtale med Elretur for *"å ikke motta en tvangsmulkt fra EE-registeret"*. Konkurransetvalget vektlegger ikke feilen med hensyn til at det er Klif og ikke EE-registeret som utsteder tvangsmulkt. Det må antas at feil angivelse av sanksjonerende myndighet ikke påvirker etterspørselen.

Det er imidlertid ikke sannsynliggjort overfor Konkurransetvalget at kundene ville motta noen tvangsmulkt dersom de ikke tegnet avtale med Elretur. Selv om kundekretsen er næringsdrivende, kan det ikke forventes at de har slik innsikt i avfallsforskriften og egne avtaler samt sanksjonspraksis at de forstår at Elreturs henvisning til automatisk tvangsmulkt er uriktig. Det er Konkurransetvalgets syn at henvisning til at tvangsmulkt unngås ved avtale med Elretur ikke er en redelig og pålitelig reklame. Videre utvisker utsagnet rollen som kommersiell tilbyder og gir et inntrykk av en samarbeidende rolle med EE-registeret som overvåker av returordningen. Utvalget finner derfor at også klagepunkt nr. 2 er i strid med markedsføringslovens § 26.

Det er i nærværende sak ikke anført at reklamen er i strid med forskrift om sammenliknende reklame, og Konkurransetvalget går derfor ikke inn på disse bestemmelsene.

Kravet til redelig markedsføring er et grunnprinsipp i markedsføringsretten. Det er Konkurransetvalgets oppfatning at brevet fra Elretur ikke er i tråd med dette

**grunnprinsippet. Konkurransetvalget finner at forholdet også faller inn under markedsføringslovens § 25.**

**Konkurransetvalget uttalelse er enstemmig.**