

Regeringens proposition

2003/04:38

En ny prisinformationslag m.m.

Prop.
2003/04:38

Regeringen överlämnar denna proposition till riksdagen.

Stockholm den 13 november 2003.

Göran Persson

Ann-Christin Nykvist
(Jordbruksdepartementet)

Propositionens huvudsakliga innehåll

I propositionen föreslås att en ny prisinformationslag skall ersätta den nuvarande prisinformationslagen (1991:601).

Tillämpningsområdet för den nya lagen föreslås bli utvidgat till att, utöver bestämda produkter i betydelsen varor och tjänster, även omfatta andra nyttigheter, med undantag för fast egendom och arbetstillfällen.

Det föreslås att lagen inte skall gälla i den mån annat är särskilt föreskrivet om prisinformation till konsumenter.

Den nya lagen föreslås bli utformad som en ramlag.

Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer ges möjlighet att föreskriva skyldighet för näringsidkare att ange jämförpris för andra produkter än varor.

Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer bemyndigas vidare att meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris.

I propositionen görs bedömningen att det inte finns något behov av att införa särskilda bestämmelser om prisinformation vid marknadsföring på Internet eller i radio och TV.

Den nya lagen föreslås träda i kraft den 1 oktober 2004.

1	Förslag till riksdagsbeslut.....	3
2	Förslag till prisinformationslag	4
3	Ärendet och dess beredning.....	6
4	Bakgrund	6
4.1	Gällande rätt.....	6
4.1.1	Marknadsföringslagen	7
4.1.2	Prisinformationslagen	7
4.1.3	EG-rättslig lagstiftning	9
5	Överväganden och förslag.....	10
5.1	En ny prisinformationslag med vidgat tillämpnings- område.....	10
5.2	Förhållandet till annan lagstiftning	13
5.3	Jämförpriser	14
5.4	Prisinformation på vissa speciella marknader.....	16
5.4.1	Energi.....	16
5.4.2	Kommunikationstjänster	17
5.4.3	Finansiella tjänster	17
5.5	Konkurrensaspekter	18
5.6	Bemyndigande	19
6	Prisinformation vid marknadsföring på Internet och i radio och TV	23
7	Konsekvenser	23
7.1	Konsekvenser för företagen	23
7.2	Konsekvenser för staten	24
8	Ikraftträdande	24
9	Marknadsföring av öl	25
10	Författningskommentar	25
Bilaga 1	Sammanfattning av betänkandet En ny prisinformationslag (SOU 2002:54).....	32
Bilaga 2	Betänkandets författningsförslag.....	36
Bilaga 3	Förteckning över remissinstanserna	38
Bilaga 4	Lagrådsremissens lagförslag	39
Bilaga 5	Lagrådets yttrande	41
Utdrag ur protokoll vid regeringssammanträde den 13 november 2003.....		42
Rättsdatablad.....		43

1 Förslag till riksdagsbeslut

Prop. 2003/04:38

Regeringen föreslår att riksdagen antar regeringens förslag till ny prisinformationslag.

2 Förslag till prisinformationslag

Härigenom föreskrivs¹ följande.

Lagens ändamål och tillämpningsområde

1 § Denna lag har till ändamål att främja god prisinformation till konsumenter.

2 § I denna lag avses med

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

produkt: vara, tjänst eller annan nyttinghet, dock inte fast egendom och arbetstillfälle,

pris: det slutliga priset för en bestämd produkt eller en bestämd enhet av en produkt, uttryckt i kronor, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter,

jämförpris: det slutliga priset för en produkt per kilogram, liter, meter eller annat vanligen använt mått för produkten, uttryckt i kronor, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter.

3 § Lagen gäller för sådana näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller produkter till konsumenter.

4 § Lagen gäller inte produkter som försäljs på auktion. Inte heller gäller lagen andra produkter än varor som försäljs vid auktionsliknande förfaranden.

5 § Om det i lag eller annan författning finns särskilda bestämmelser om prisinformation till konsumenter, skall de bestämmelserna gälla i stället för bestämmelserna i denna lag.

Prisinformation

6 § Prisinformation skall lämnas när en näringsidkare marknadsför bestämda produkter.

7 § Prisinformation för varor skall lämnas genom uppgift om varans pris och jämförpris.

För andra produkter än varor skall prisinformation lämnas genom uppgift om produktens pris. Regeringen eller den myndighet som

¹ Jfr Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenter (EGT L 80, 18.3.1998, s. 27, Celex 398L0006).

regeringen bestämmer får föreskriva att även jämförpris skall anges för Prop. 2003/04:38 sådana produkter.

Om priset för en produkt inte kan anges, skall näringsidkaren i stället lämna prisinformation genom att ange grunderna för hur priset bestäms.

8 § Jämförpris behöver inte anges om det på grund av produktens karaktär eller ändamål kan antas att en angivelse av jämförpris skulle sakna betydelse eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring.

9 § Endast jämförpris behöver anges för en vara som inte är färdigförpackad och som mäts upp i kundens närvaro.

10 § Prisinformationen skall vara korrekt och tydlig. Om det kan tillkomma avgifter och andra kostnader, skall detta anges särskilt.

Prisinformationen skall lämnas skriftligen, om konsumenten inte kan få informationen på något annat likvärdigt sätt.

Prisinformationen skall lämnas på sådant sätt att det framgår klart för konsumenten vilken produkt informationen avser.

Bemyndigande

11 § Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris.

Påföljder

12 § Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag, skall marknadsföringslagen (1995:450) tillämpas. Prisinformation skall därvid anses vara sådan information av särskild betydelse ur konsumentsynpunkt som avses i 4 § andra stycket marknadsföringslagen.

1. Denna lag träder i kraft den 1 oktober 2004 då prisinformationslagen (1991:601) upphör att gälla.

2. Äldre bestämmelser gäller fortfarande för marknadsföringsåtgärder som har vidtagits före ikraftträdandet.

3 Ärendet och dess beredning

Regeringen beslutade den 13 juni 2001 att tillkalla en särskild utredare för att göra en översyn av prisinformationslagen (1991:601). I uppdraget (dir. 2001:51) ingick att analysera behovet av en utvidgning av lagens tillämpningsområde till att avse andra produkter än varor och tjänster samt belysa de konsekvenser för konkurrensen som en breddning av tillämpningsområdet kan komma att medföra. Uppdraget innebar vidare att analysera i vad mån jämförpris bör kunna krävas även för andra produkter än varor. Den särskilde utredaren skulle också utreda om bestämmelserna i prisinformationslagen behöver kompletteras avseende marknadsföring via Internet, uppmärksamma tillämpningen av lagen på marknadsföring i radio och TV samt lämna förslag till de lagändringar som behövs.

Prisinformationsutredningen lämnade i juni 2002 betänkandet En ny prisinformationslag (SOU 2002:54). En sammanfattning av utredningens förslag finns i *bilaga 1*. Utredningens lagförslag finns i *bilaga 2*. Betänkandet har remissbehandlats. En förteckning över remissinstanserna finns i *bilaga 3*. En sammanställning av remissvaren finns tillgänglig i lagstiftningsärendet (Jo2002/71/KO).

Riksdagen tillkännagav (bet. 1999/2000:LU5, rskr. 1999/2000:126) att regeringen skulle överväga reglering av marknadsföring av öl i visst fall. Frågan har underhand beretts med Konsumentverket.

Lagrådet

Regeringen beslutade den 25 september 2003 att inhämta Lagrådets yttrande över det lagförslag som finns i *bilaga 4*. Lagrådets yttrande finns i *bilaga 5*. Regeringen följer Lagrådets förslag. I övrigt har vissa redaktionella ändringar gjorts.

4 Bakgrund

4.1 Gällande rätt

Skyldigheten att informera konsumenter om priser m.m. samt lämna annan väsentlig information regleras i flera olika författningar. De centrala bestämmelserna om information till konsumenter vid marknadsföring finns i marknadsföringslagen (1995:450). Beträffande varor och tjänster finns den huvudsakliga regleringen i prisinformationslagen (1991:601). Bestämmelser om information om pris till konsumenter finns även i bl.a. konsumentkreditlagen (1992:830), konsumentförsäkringslagen (1980:38), lagen (1996:1006) om valutaväxling och betalningsöverföring, lagen (1999:268) om betalningsöverföringar inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet,

lagen (2000:274) om konsumentskydd vid distansavtal och Prop. 2003/04:38 hemförsäljningsavtal, lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster samt lagen (2003:389) om elektronisk kommunikation.

4.1.1 Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen (1995:450) är den centrala lagen när det gäller information från näringsidkare till konsument och är tillämplig vid all marknadsföring. Syftet med lagen är enligt 1 § att främja konsumenternas och näringslivets intressen i samband med marknadsföring av produkter och att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenterna och näringsidkarna. Enligt 2 § första stycket tillämpas marknadsföringslagen när en näringsidkare marknadsför eller själv efterfrågar produkter i sin näringsverksamhet. Med produkter förstås enligt 3 § varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter. Uttrycket ”nyttigheter” har en vidsträckt innebörd och omfattar, förutom varor, tjänster, fast egendom och arbetstillfällen också elektrisk kraft, aktier och andra värdepapper, krediter samt rättigheter av olika slag. Med marknadsföring avses dels åtgärder som syftar till att främja avsättningen av produkter, även själva saluhållandet, uthyrning och dylikt, dels åtgärder som syftar till att främja tillgången till produkter, t.ex. inköpsreklam (prop. 1994/95:123 s. 164 f.). Enligt 4 § andra stycket skall näringsidkaren vid marknadsföringen lämna sådan information som är av särskild betydelse från konsumentens synpunkt. En näringsidkare som underlåter detta kan enligt 15 § första stycket åläggas att lämna informationen. Åläggande kan förenas med vite. Informationsåläggande meddelas i fall som inte är av större vikt av Konsumentombudsmannen. I andra fall väcks talan i Marknadsdomstolen av bl.a. Konsumentombudsmannen.

4.1.2 Prisinformationslagen

Prisinformationslagen (1991:601) kompletterar informationsbestämmelsen i 4 § andra stycket marknadsföringslagen (1995:450). Lagen är i stor utsträckning en kodifiering av praxis, men innehåller också preciseringar och mer långtgående krav.

Prisinformationslagen har till ändamål att främja en god prisinformation till konsumenterna (1 §). Den tillämpas på sådana näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller varor och tjänster till konsumenterna (2 §). Av 3 § följer att prisinformationslagen är subsidiär i förhållande till föreskrifter om information till konsumenterna i andra författningar. Paragrafen innehåller en inte uttömmande uppräkningslista av författningar med sådana föreskrifter. Enligt 4 § första stycket skall prisinformation lämnas när en näringsidkare marknadsför bestämda varor eller tjänster. I 4 § andra stycket föreskrivs ett undantag från skyldigheten att lämna prisinformation för varor och tjänster som säljs på auktion.

Bestämmelser om hur prisinformation skall lämnas finns i 5–8 §§. I den allmänna bestämmelsen i 5 § första stycket anges att priset för varor

och tjänster skall anges korrekt och tydligt samt att priset skall anges skriftligt, om inte konsumenten kan få upplysning om det på något annat likvärdigt sätt. Enligt paragrafens andra stycke skall priset inbegripa mervärdesskatt och andra skatter. Vidare skall det särskilt anges om avgifter och andra kostnader tillkommer. I 6 och 7 §§ finns särskilda bestämmelser om hur prisinformation skall lämnas för varor. Huvudregeln är att såväl försäljningspris som jämförpris skall anges (6 § andra stycket). Försäljningspris definieras som priset per förpackning eller annan enhet i vilken varan utbjuds till försäljning. Jämförpris avser priset per kilo, liter, meter eller annat vanligen använt mått för varan. I 6 § andra stycket anges vidare att undantag i vissa fall gäller från skyldigheten att ange jämförpris. Bestämmelsen innebär att endast försäljningspriset behöver anges, om det på grund av varans karaktär eller ändamål kan antas att en angivelse av jämförpris skulle sakna betydelse eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring. I tredje stycket finns ett undantag från skyldigheten att ange försäljningspris vid lösviktsförsäljning. I 7 § lämnas ett bemyndigande för regeringen eller den myndighet regeringen bestämmer att meddela närmare föreskrifter om skyldigheten att ange jämförpris och de beräkningsgrunder som därvid skall tillämpas. Föreskriftsrätten omfattar även sådana undantag från denna skyldighet som kan anses ligga inom ramen för 6 § andra stycket. Föreskrifter som avses i 7 § får efter regeringens bemyndigande meddelas av Konsumentverket. I 8 § finns en särskild bestämmelse om hur prisinformation skall lämnas för tjänster. Där föreskrivs att om det slutliga priset för en bestämd tjänst inte kan anges, skall näringsidkaren i stället ange grunderna för hur priset bestäms.

I 9–13 §§ finns bestämmelser om var skriftlig prisinformation skall lämnas. Av den allmänna bestämmelsen i 9 § framgår att priset skall anges så att det framgår klart för konsumenten vilken vara eller tjänst informationen avser. I 10–12 §§ finns särskilda bestämmelser om var skriftlig prisinformation skall anges för varor. I 10 § första stycket stadgas att när en bestämd vara utbjuds i en försäljningslokal, i ett skyltfönster eller skyltskåp eller i omedelbar anslutning till säljstället, skall priset för varan anges antingen på varan eller dess förpackning eller i varans omedelbara närhet eller på en hyllkantsetikett eller skylt på sådant sätt att risk inte föreligger för förväxling med pris på andra varor. Vidare sägs i andra stycket att om det föreligger praktiska hinder mot vad ovan angivits, får priset anges i en prislista, prisfrågeterminal eller liknande. I 11 § finns bestämmelser om dagligvaror som marknadsförs genom självbetjäning. Priset skall enligt första stycket anges på varan eller dess förpackning. Om det föreligger praktiska hinder mot detta eller om det finns ett prisinformationssystem som gör det möjligt för konsumenten att på ett enkelt sätt dels beräkna den sammanlagda kostnaden för varorna före betalningen, dels kontrollera att det pris som tas ut stämmer överens med prisangivelsen vid varan, får dock priset anges i varans omedelbara närhet (andra stycket). I tredje stycket stadgas att den angivna kontrollmöjligheten inte behöver ordnas, om det är tekniskt säkerställt att det pris som tas ut stämmer överens med priset vid varan. Av 12 § framgår att regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får meddela föreskrifter om vad som skall anses

utgöra praktiska hinder enligt 10 och 11 §§ samt om kraven för att kontroll skall vara obehövlig enligt 11 §. I Konsumentverkets föreskrifter om prisinformation (KOVFS 1992:1), som avser marknadsföring av dagligvaror genom självbetjäning, finns en uppräknning av de varuslag för vilka det anses föreligga praktiska hinder mot att lämna prisinformation på varan eller dess förpackning.

I 13 § stadgas att information om priset för en bestämd tjänst eller, i fall som avses i 8 § (dvs. om det slutliga priset inte kan anges), om grunderna för hur priset bestäms skall lämnas lätt tillgänglig på eller i omedelbar anslutning till den plats där näringsidkaren bedriver sin rörelse eller annars marknadsför sina tjänster.

Av 14 § framgår att marknadsföringslagens påföljdssystem skall tillämpas om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt prisinformationslagen. Prisinformationen skall därvid anses vara sådan information av särskild betydelse från konsumentsynpunkt som avses i 4 § andra stycket marknadsföringslagen.

Konsumentverket har gett ut föreskrifter om prisinformation (KOVFS 1992:1) och föreskrifter om jämförpriser på varor (KOVFS 2001:1).

4.1.3 EG-rättslig lagstiftning

Det finns ingen övergripande EG-rättslig lagstiftning om prisinformation vid marknadsföring av nyttigheter som tas i anspråk av konsumenter. Prisinformation vid marknadsföring av varor till konsumenter omfattas av Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenter (prismärkningsdirektivet). Direktivet är ett s.k. minimidirektiv (artikel 10) och har genomförts i svensk rätt genom vissa ändringar i prisinformationslagen (prop. 1999/2000:40, bet. 1999/2000:LU21, rskr. 1999/2000:202).

För att förbättra informationen till konsumenterna och underlätta prisjämförelser skall enligt direktivet försäljningspris och jämförpris anges på alla varor som konsumenter erbjuds av näringsidkare (artikel 1).

I artikel 3.1 föreskrivs som huvudregel att försäljningspriset och jämförpriset skall anges för alla varor som avses i artikel 1, dock behöver jämförpriset inte anges om det är identiskt med försäljningspriset. Där föreskrivs också i vilka tre specialfall medlemsstaterna får göra undantag, nämligen när varor erbjuds i samband med tillhandahållandet av tjänster, vid försäljning på auktion och vid försäljning av konst och antikviteter.

Begreppen försäljningspris, jämförpris, vara som säljs i lös vikt, näringsidkare och konsument definieras i artikel 2. Med försäljningspris avses enligt direktivet det slutliga priset på en enhet eller en bestämd mängd av en vara, inklusive mervärdesskatt och alla övriga skatter. Med jämförpris avses det slutliga priset, inklusive mervärdesskatt och alla övriga skatter, på ett kilo, en liter, en meter, en kvadratmeter eller en kubikmeter av en vara eller en annan mängdenhet som i de berörda medlemsstaterna i stor utsträckning och traditionellt används vid försäljning av vissa varor.

I artikel 4.1 anges att försäljningspriset och jämförpriset skall vara entydiga, lätta att känna igen och tydligt läsbara samt att medlemsstaterna får föreskriva att det högsta antalet prisangivelser begränsas.

Medlemsstaterna får medge undantag från skyldigheten att ange jämförpriset för varor för vilka en sådan angivelse inte skulle vara av betydelse på grund av varornas karaktär eller ändamål, eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring (artikel 5.1).

I artikel 6 ges medlemsstaterna rätt att under en övergångstid meddela undantag från skyldigheten att ange jämförpris för små detaljistföretag.

I artiklarna 7–14 regleras bl.a. frågor om överträdelser, genomförandetider och rättsföljder av att direktivet är ett s.k. minimidirektiv.

Bestämmelser som uppställer krav på information om priser till konsumenterna finns även i annan EG-rättslig lagstiftning som inte specifikt reglerar prisinformation. Dit hör t.ex. Europaparlamentets och rådets direktiv 87/102/EEG om tillnärmning av medlemsstaternas lagar och andra författningar om konsumentkrediter samt direktiv 97/7/EG om konsumentskydd vid distansavtal (distansavtalsdirektivet).

5 Överväganden och förslag

5.1 En ny prisinformationslag med vidgat tillämpningsområde

Regeringens förslag: Den nuvarande prisinformationslagen ersätts med en ny prisinformationslag.

Tillämpningsområdet för den nya lagen utvidgas till att omfatta marknadsföring av bestämda produkter i betydelsen varor, tjänster och andra nyttigheter, med undantag för fast egendom och arbetstillfällen.

Utredningens förslag: Överensstämmer med regeringens förslag.

Remissinstanserna: De flesta remissinstanser har tillstyrkt utredningens förslag att ersätta den nuvarande lagen med en ny ramlag eller inte haft några invändningar mot det.

När det gäller förslaget om ett utvidgat tillämpningsområde biträds det av en övervägande majoritet av remissinstanserna. Hit hör bl.a. *Marknadsdomstolen*, *Justitieombudsmannen*, *Göta hovrätt*, *Konsumentverket*, *Konkurrensverket*, *Riksrevisionsverket*, *Finansinspektionen*, *Post- och telestyrelsen*, *Energimyndigheten*, *Svenska Bankföreningen* och *Svenskt Näringsliv*. *Konsumentverket* anser att ett utvidgat tillämpningsområde innebär en förbättring av konsumenternas möjligheter att genom god prisinformation utnyttja sina resurser väl. *Finansinspektionen* anför att det förekommer brister vid informationsgivningen av finansiella tjänster, bl.a. vad avser uppgift om pris på tjänster och produkter samt att en reglering om prisinformation bör leda till en enhetlig syn på vikten av prisangivelse på den finansiella marknaden. *Post- och telestyrelsen* anser att det är tillfredsställande att

lagen klart omfattar telekommunikationstjänster och elektroniska kommunikationstjänster. *Kommerskollegium* anser att ett utvidgat tillämpningsområde medför i huvudsak positiva effekter ur konkurrenssynpunkt, men att det alltid finns en risk för att nationella särregler skapar handelshindrande effekter.

Några remissinstanser är kritiska till utredningens förslag. *Finansbolagens Förening* anser inte att lagen skall gälla för marknadsföring av konsumentkrediter eftersom det redan finns en omfattande reglering av prisuppgifter för dessa produkter. Den föreslagna lagstiftningen kommer enligt föreningen att utökas i avsevärd omfattning inom en nära framtid som en följd av EG-direktivet om distansförsäljning av finansiella tjänster till konsumenter och det pågående arbetet med ett nytt EG-direktiv om harmonisering av medlemsstaternas lagar och andra författningar om konsumentkrediter. *Sveriges Försäkringsmäklares förening* anser att en utvidgning är onödig eftersom en skyldighet för försäkringsmäklare att lämna prisinformation redan finns i lagen (1989:508) om försäkringsmäklare. *Fondbolagens förening* anser inte att det finns något behov av att utvidga prisinformationslagen till att omfatta även finansiella tjänster. Föreningen anser att fonder redan är noggrant reglerade och hänvisar till direktivet om distansförsäljning av finansiella tjänster, den kommande lagen om investeringsfonder och lagen (2002:562) om elektronisk handel och andra informationssamhällets tjänster. Denna reglering är enligt föreningen exempel på en utveckling mot en europeisk harmoniserad lagstiftning som syftar till att färdigställa den inre marknaden för finansiella tjänster och därigenom främja den gränsöverskridande handeln.

Skälen för regeringens förslag

Marknader i förändring

När prisinformationslagen trädde i kraft 1992 utgjorde den i allt väsentligt en kodifiering av gällande praxis rörande prisinformation enligt marknadsföringslagen. Lagen kom till i ett skede då jordbrukssektorn avreglerades och ett primärt intresse vid införandet av lagstiftningen var marknadsföring av livsmedelsprodukter. Varken elmarknaden eller telemarknaden var vid lagens tillkomst avreglerade och mobiltelefonin och användningen av Internet hade inte då den omfattning den har i dag. Även de finansiella marknaderna har genomgått stora förändringar de senaste tio åren och fått en ökad betydelse för konsumenterna. I åtskilliga rapporter och undersökningar har framkommit att konsumenter inte sällan har svårt att få en rättvisande bild av priser och avgifter för olika nyttigheter (se SOU 2002:54 s. 79-89). Konsumentverket, Post- och telestyrelsen och Konkurrensverket har påpekat att konsumenterna har behov av att få tillgång till all information om priser och avgifter m.m. vid all marknadsföring.

Ett huvudsyfte med avregleringen av energimarknaden har varit att konsumenterna själva skall kunna välja mellan olika leverantörer och mellan olika energiformer i det självklara syftet att pressa priser och i

övrigt påverka leverantörerna. För att konsumenterna skall kunna göra väl övervägda val på den konkurrensutsatta marknaden, är det enligt regeringens mening viktigt att de har tillgång till korrekt och tydlig prisinformation.

Utvecklingen på telekommunikationsområdet har gått mycket snabbt. Sektorn kan sägas vara tämligen heterogen i förhållande till vad som gällde för bara tio år sedan, då teletjänster i stort sett rörde sig om taltelefoni från fasta anläggningar. Den snabba utvecklingen inom sektorn innebär att nya tjänster kan förväntas dyka upp på marknaden. Kommunikationstjänster i olika former är i dag en för konsumenterna mycket viktig nytthet. Kostnaderna för dessa tjänster utgör en inte obetydlig del av konsumenternas hushållsbudget.

På andra områden råder osäkerhet om huruvida en viss nytthet är att anse som en vara eller tjänst eller som en sådan nytthet, som faller utanför lagens tillämpningsområde. Detta gäller särskilt på det finansiella området.

Det skulle kunna hävdas att bestämmelsen i 4 § andra stycket marknadsföringslagen är tillräcklig beträffande sådana nyttheter som i dag av ett eller annat skäl inte omfattas av prisinformationslagen. Den genomgång av Marknadsdomstolens praxis som utredningen företagit (se SOU 2002:54 s. 51–59) visar emellertid att marknadsföringslagen inte tillämpats i någon större omfattning när det gäller prisinformation utanför prisinformationslagens tillämpningsområde. Till detta kommer att gränsdragningsproblem, särskilt när det gäller vad som avses med en tjänst, lätt kan uppkomma.

Ur konsumentsynpunkt kan det i allmänhet anses vara av mindre betydelse om en viss nytthet – rättsligt sett – skall anses utgöra en vara, tjänst eller något annat. Det väsentliga för konsumenten är att han eller hon vid marknadsföringen av produkten i fråga får korrekt och vederhäftig information om priset, inklusive skatter och avgifter.

Mot bakgrund av det anförda anser regeringen att prisinformationslagens tillämpningsområde bör utvidgas till att omfatta alla bestämda nyttheter, dvs. varor, tjänster och annat som näringsidkare marknadsför i förhållande konsumenterna. En sådan utvidgning av lagens tillämpningsområde innebär att i stort sett samtliga produkter som tillhandahålls konsumenterna kommer att omfattas av lagens krav på prisinformation.

Som tidigare nämnts finns det bestämmelser om krav på prisinformation även i annan lagstiftning eller i förslag till lagstiftning. Som framgår i det följande avsnittet 5.2, föreslår regeringen att en ny prisinformationslag, i likhet med den nu gällande lagen, skall vara subsidiär i förhållande till andra författningar. Enligt den föreslagna ordningen kommer det därför även fortsättningsvis att finnas områden där andra föreskrifter helt eller delvis kommer att gälla i stället för de som nu föreslås. Det kan inte heller uteslutas att de nya föreskrifterna i något hänseende kan behöva ändras i samband med genomförandet av gällande eller kommande EG-lagstiftning på andra områden. Till skillnad mot *Fondbolagens förening* m.fl. anser regeringen dock inte att en utvidgning av prisinformationslagen i nuläget framstår som onödig. Inte heller kan en sådan utvidgning anses strida mot EG-rätten. Däremot anser regeringen att en utvidgning medför att konsumentskyddet

förstärks och tydliggörs på de områden där oklarheter hittills rått om Prop. 2003/04:38 prisinformationslagens tillämplighet.

En ny lag

Regeringens förslag innebär att prisinformationslagen kommer att få ett utvidgat tillämpningsområde och omfatta vitt skilda produktslag. Detta talar för att nuvarande lag ersätts av en ny lagstiftning som inte innehåller några detaljerade bestämmelser. En möjlighet skulle kunna vara att föra in bestämmelserna i marknadsföringslagen. Enligt regeringens bedömning skulle en utvidgning av prisinformationslagens tillämpningsområde visserligen medföra att bättre överensstämmelse uppnås mellan marknadsföringslagen och prisinformationslagen, men de båda lagarnas tillämpningsområden kommer inte att sammanfalla helt. Bl.a. gäller marknadsföringslagen vid all marknadsföring medan prisinformationslagen endast gäller vid marknadsföring av bestämda produkter till konsumenter. Mot den bakgrunden föreslås att den nuvarande prisinformationslagen ersätts av en ny allmänt hållen lag som kompletteras med föreskrifter av mer detaljerad karaktär som meddelas av regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer, se närmare avsnitt 5.6.

5.2 Förhållandet till annan lagstiftning

Regeringens förslag: Lagen skall inte gälla i den mån annat är särskilt föreskrivet om prisinformation till konsumenter.

Utredningens förslag: Överensstämmer med regeringens förslag (se betänkandet s. 122 f.).

Remissinstanserna: De flesta remissinstanser har tillstyrkt utredningens förslag eller inte haft några invändningar mot det. *Kommerskollegium* anser att en subsidiaritetsregel är en praktisk lösning, dels med tanke på existerande och kommande regler om prisinformation, dels med tanke på att en detaljerad uppräknings av undantag medför betydande arbete då en ändring behövs. Några remissinstanser är kritiska till utformningen av subsidiaritetsregeln i utredningens förslag och anser att den riskerar att medföra osäkerhet om vad som gäller. Hit hör bl.a. *Kommerskollegium*, *Finansbolagens Förening* och *Fondbolagens förening*. *Finansbolagens Förening* anser att den föreslagna lagtexten ger intrycket att varje bestämmelse i annan författning om skyldighet att lämna prisuppgift vid marknadsföring skulle sätta prisinformationslagen helt ur spel. *Kommerskollegium* påpekar att det är oklart vad som avses med föreskrifter om prisinformation till konsumenter i detta hänseende. Utredningens förslag kan tolkas så att med prisinformation avses information om produktens pris och jämförpris. Denna tolkning kan medföra osäkerhet om huruvida föreskrifter som enbart tar sikte på information om en produkts pris, men inte jämförpris, kan anses särskilt föreskriva om prisinformation eller inte.

Skälen för regeringens förslag: Med hänsyn till att prisinformationslagen föreslås bli utformad som en allmänt hållen lag

som omfattar all marknadsföring av bestämda produkter till konsumenter kommer lagens tillämpningsområde att delvis sammanfalla med tillämpningsområdet för andra, nu gällande eller kommande, författningar som innehåller bestämmelser om informationskrav om priser m.m. till konsumenter. Sådana bestämmelser finns i dag i bl.a. konsumentkreditlagen (1992:83) och konsumentförsäkringslagen (1980:38). Regeringen anser att den nya prisinformationslagen, i likhet med den nu gällande lagen, bör vara subsidiär i förhållande till andra författningar som innehåller bestämmelser om informationskrav om priser m.m. till konsumenter. För det fall det finns särskilda regler om prisinformation till konsumenter i annan författning skall dessa bestämmelser således gälla i stället för prisinformationslagens bestämmelser. Detta innebär dock inte att en näringsidkare som marknadsför bestämda produkter till konsumenter, förutom den information om priser m.m. som denne måste lämna enligt en specialförfattning, inte också skulle vara skyldig att lämna den ytterligare prisinformation om t.ex. jämförpriser som följer av prisinformationslagens bestämmelser. Uppgiftsskyldigheten enligt prisinformationslagen skall alltså omfatta uppgift om priset för en bestämd produkt eller om grunderna för hur priset bestäms. I den utsträckning det framgår av den föreslagna lagen eller följer av föreskrifter som regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer föreskriver, skall uppgiftsskyldigheten även omfatta uppgift om jämförpriset för produkten, se 7 § och författningskommentaren till denna i avsnitt 9.

Frågan om en viss bestämmelse i en annan författning avviker från vad som gäller enligt prisinformationslagen får avgöras med ledning av sedvanliga metoder för lagtolkning. En uppräknning av samtliga författningar, motsvarande den som finns i 3 § i den nuvarande lagen, skulle enligt regeringens mening göra bestämmelsen otymplig och kräva återkommande lagändringar för att hållas aktuell. På grund av detta och då nyttan av en exemplifiering av författningar framstår som begränsad, har paragrafen utformats så att den innehåller en generell hänvisning till andra bestämmelser om prisinformation.

5.3 Jämförpriser

Regeringens förslag: Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer ges möjlighet att föreskriva skyldighet för näringsidkare att ange jämförpris för andra produkter än varor.

Utredningens förslag: Överensstämmer i huvudsak med regeringens (se betänkandet s. 95 f.).

Remissinstanserna: En övervägande majoritet av remissinstanserna tillstyrker utredningens förslag eller lämnar det utan erinran. Hit hör *Konsumentverket*, *Justitieombudsmannen*, *Konkurrensverket*, *Riksrevisionsverket* och *Sveriges Konsumentråd*.

Det påtalas från flera remissinstanser att det är förenat med svårigheter att ta fram jämförpriser inom vissa branscher. Det gäller enligt *Svenska Bankföreningen* det finansiella området och enligt *Svenska*

Fjärrvärmeföreningen för fjärrvärme. *IT-företagen* anser att det är rimligt att för vissa grundläggande tjänster identifiera jämförpriser i form av standardpriser, men att jämförpriser skulle innebära stora problem och tvingande likriktning, vilket i sin tur medför mindre flexibla produkterbudanden, sämre konkurrens och diverse fördyringar vid leverans av tjänster.

Ett stort antal remissinstanser understryker vikten av att föreskrifter om jämförpriser tas fram i samråd med branschen. Flera remissinstanser, bl.a. *Konkurrensverket*, *Lunds universitet*, *IT-företagen* och *Svenskt Näringsliv*, påpekar att jämförpriser kan ha negativa effekter på konkurrensen. *Lunds universitet* påtalar att det finns situationer när prisinformation kan leda till att konkurrenter bevakar varandra, vilket kan inverka negativt på konkurrensen, t.ex. på oligopolmarknader. *Konkurrensverket* anser att för stor pristransparens kan leda till koordinering mellan företag i fråga om produktutbud och priser. Konkurrensaspekter måste därför enligt verket beaktas när behovet av jämförpriser analyseras.

Några remissinstanser, bl.a. *Energimyndigheten*, *Göta hovrätt*, *Fondbolagens Förening* och *Vodafone*, avstyrker förslaget. *Energimyndigheten* anser att det är olämpligt med ett allmänt krav på jämförpris eftersom det kan leda till komplexa beräkningsmodeller, utan att vara till rimlig hjälp för konsumenterna. *Fondbolagens förening* anser att befintlig reglering om angivande av pris för fonder uppfyller de krav på information som bör ställas. *Vodafone* anser att ökade krav på operatörer att tillhandahålla jämförpriser bör genomföras genom branschöverenskommelser med Konsumentverket.

Några remissinstanser kritiserar det förhållandet att förslaget om krav på jämförpris för andra produkter än varor inte innehåller någon möjlighet till undantag. *Marknadsdomstolen* anser att det inte minst inom tele- och elområdena kan uppkomma frågor om behovet och lämpligheten av jämförpriser. *Göta hovrätt* anser att utredningen visat att det finns behov och utrymme av att utveckla regler om angivande av jämförpriser, men förslaget leder för långt. De avvägningar som kan bli aktuella bör enligt hovrätten göras av regeringen och inte av en förvaltningsmyndighet.

Skälen för regeringens förslag: Förekomsten av jämförpriser kan, som bl.a. *Konkurrensverket* och *Svenskt Näringsliv* påpekat, i vissa fall få negativa effekter för konkurrensen. Detta gäller t.ex. på marknader med få aktörer. Emellertid är det ur konsumentens synpunkt av stor betydelse att det är enkelt att göra prisjämförelser. Därigenom ges möjlighet för konsumenterna att göra rationella och väl övervägda val mellan olika produkter. Förutsättningarna för att använda jämförpriser vid marknadsföring torde, som också framhållits av remissinstanserna, variera på de områden som faller under den nya lagens tillämpningsområde. Detta talar mot att i lagen införa ett uttryckligt, generellt krav på angivande av jämförpriser. Däremot anser regeringen att det i den nya lagen bör införas en möjlighet för regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer att föreskriva skyldighet för en näringsidkare att ange jämförpris på vissa för konsumenterna särskilt viktiga områden.

När det gäller varor bör skyldigheten att ange jämförpriser, liksom i Prop. 2003/04:38 dag, följa direkt av lagen. Från den skyldigheten bör även fortsättningsvis undantas fall när en angivelse av jämförpris skulle sakna betydelse eller skapa förvirring. Det bör vidare, som också påtalats av vissa remissinstanser, framgå av lagen att detta undantag också gäller i fråga om den skyldighet att ange jämförpriser för andra produkter än varor som följer av föreskrifter meddelade med stöd av lagen.

Närmare överväganden om vilka områden som enligt regeringens uppfattning lämpligen kan omfattas av krav på angivande av jämförpriser görs i avsnitt 5.4.

5.4 Prisinformation på vissa speciella marknader

5.4.1 Energi

I dag omfattas leverans av vissa energiformer av prisinformationslagens bestämmelser, t.ex. köp av olja och ved, medan vissa andra energiformer, t.ex. elektrisk kraft, faller utanför lagens tillämpningsområde. Som framgått av avsnitt 5.1 anser regeringen att samtliga energiformer bör omfattas av prisinformationslagens krav på information om pris vid marknadsföringen.

När det gäller frågan om det är möjligt och lämpligt att med stöd av den nya lagen införa ett uttryckligt krav på jämförpris för olika energiformer kan följande nämnas rörande elmarknaden. Av Konsumentverkets rapport från 2002, Konsekvenser för konsumenter av nyligen konkurrensutsatta marknader – Elmarknaden, framgår att ett av de stora problemen med prisjämförelser mellan olika elleverantörer är att priserna anges på olika sätt, vilket särskilt gäller i fråga om fasta avgifter såsom nätavgift, energiskatt och moms. De fasta avgifterna varierar ofta efter förbrukning och har regionala variationer. Detta medför att företagen redovisar flera typer av jämförpriser som varierar beroende på hushållens läge och förbrukning. De flesta elleverantörer har inte bara ett pris baserat på förbrukningen, uttryckt i öre/kWh, utan även ett pris baserat på en period, uttryckt i kr/år. Dessutom kan ytterligare priser förekomma, t.ex. aviavgifter. Vid en jämförelse räcker det således inte med att konsumenten jämför priset öre/kWh. Även tidigare undersökningar på området, liksom Prisinformationsutredningens egen enkätundersökning (se SOU 2002:54 s. 79–82 och 86 f.), visar att konsumenterna anser att det är svårt att jämföra olika elleverantörers erbjudanden. Härtill kommer att många konsumenter har problem med att förstå sina elräkningar, vilket ytterligare försvårar prisjämförelser. Regeringen välkomnar därför det initiativ som tagits av Konsumentverket och branschorganisationen Svensk Energi i syfte att ta fram jämförpris på el. En överenskommelse om jämförpris skulle ligga helt i linje med regeringens förslag att regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer, eventuellt efter samråd med branschen, får meddela närmare föreskrifter om angivande av jämförpris vid marknadsföringen.

Vid prisinformationslagens tillkomst var telekommunikationssektorn ännu inte avreglerad. Det kan dock ifrågasättas om inte prisinformationslagen ändå omfattar marknadsföring av vissa av de tjänster som tillhandahålls konsumenterna inom sektorn.

En ny lag (2003:389) om elektronisk kommunikation trädde i kraft den 25 juli 2003. Lagen genomför ett antal EG-direktiv på området, bl.a. Europaparlamentets och rådets direktiv 2002/22/EG om samhällsomfattande tjänster och användares rättigheter avseende elektroniska kommunikationsnät och kommunikationstjänster. Direktivet innehåller bl.a. bestämmelser om krav på information om priser och taxor för telefonitjänster. I den delen har direktivet genomförts genom en bestämmelse i den nya lagen om elektronisk kommunikation som kräver att den som tillhandahåller allmänt tillgängliga telefonitjänster skall hålla information om bl.a. priser och taxor allmänt tillgängliga för användningen av tjänsterna. I lagen finns ett bemyndigande för regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer att meddela föreskrifter om sådan information.

För det fall en ny prisinformationslag utformas i enlighet med vad som nu föreslås, kommer bestämmelserna om prisinformation i lagen om elektronisk kommunikation att gälla i stället för vad som i prisinformationslagen stadgas om krav på angivande av pris.

Informationsskyldigheten enligt lagen om elektronisk kommunikation omfattar emellertid inte jämförpriser. Som utredningen konstaterat (se SOU 2002:54 s. 100) har det av såväl tidigare undersökningar som utredningens egen enkätundersökning framkommit att marknaden för konsumenterna är svåröverskådlig, bl.a. beroende på att operatörerna på området har olika abonnemangsformer och tillämpar olika debiteringssystem. Detta utgör enligt regeringens mening ett starkt skäl för att införa jämförpriser. Regeringen bedömer att de direktiv i det EG-rättsliga regelverk som genomförs genom lagen om elektronisk kommunikation inte utgör något hinder mot att med stöd av den nya prisinformationslagen införa en skyldighet att också ange jämförpriser.

Frågan om vilka kommunikationstjänster eller kombinationer av sådana tjänster som skulle kunna bli föremål för jämförpriser är beroende av hur tjänsterna eller kombinationen av dessa skall definieras och i vilken utsträckning särskilda beräkningsgrunder kan tas fram. Frågan om i vilka fall praktiska och adekvata beräkningsgrunder kan användas för att bestämma jämförpriser för kommunikationstjänster behöver enligt regeringens mening bli föremål för närmare undersökning. Först sedan en sådan undersökning genomförts kan det bli aktuellt att meddela föreskrifter om skyldighet att ange jämförpriser för kommunikationstjänster.

5.4.3 Finansiella tjänster

Till finansiella tjänster hör många olika sorters tjänster, t.ex. inlåning, betaltjänster, krediter, försäkringar, fonder och värdepapper. Det kan därför uppstå svårigheter att på ett enhetlig sätt generellt reglera vilken prisinformation som bör lämnas vid marknadsföring av en finansiell

tjänst. Några remissinstanser har pekat på att det inom EU pågår ett arbete med ett nytt direktiv om konsumentkrediter och andra finansiella tjänster, vilket enligt dessa remissinstanser medför att det är lämpligt att avvakta med svenska bestämmelser på området. Vidare har det framhållits att bestämmelser om prisinformation vid marknadsföring under alla förhållanden inte får göras så detaljerade att de finansiella företagens tjänster likriktas och man därmed skulle hindras att erbjuda konsumenterna individuella lösningar på det finansiella området. Det förekommer också att vissa tjänster har ett olikartat innehåll, trots att tjänsten i fråga benämns på samma sätt. Exempelvis kan en försäkring benämnd hemförsäkring ha skiftande innehåll beroende på vilket bolag som tillhandahåller försäkringen. Till detta kommer att många tjänster är prisdifferentierade på det sättet att olika kunder i praktiken betalar olika priser för samma tjänster. Enligt regeringens mening kan det emellertid inte anföras några vägande skäl till varför inte finansiella tjänster, om det anses lämpligt, skall omfattas av föreskrifter om jämförpris och hur ett sådant pris skall beräknas.

5.5 Konkurrensaspekter

En väl fungerande ekonomi förutsätter starka och upplysta konsumenter som genom medvetna och rationella val av produkter utnyttjar sina möjligheter att påverka produktionen. Prisinformation underlättar för konsumenterna att göra prisjämförelser. Detta ger i sin tur konsumenterna en möjlighet att göra väl underbyggda val på en konkurrensutsatt marknad. Prisinformation har sålunda i allmänhet en konkurrensbefrämjande effekt och en återhållande verkan på prisenivån. Enligt regeringens mening torde en utvidgning av lagens tillämpningsområde därför huvudsakligen ha positiva konsekvenser för konkurrensen. En utvidgning kan emellertid i vissa fall också få till följd att konkurrensen hämmas vad gäller priser, produktutbud och villkor. På vissa marknader kan, såsom *Konkurrensverket* framhållit, prisinformation leda till att konkurrensen om kunderna sker genom olika typer av mindre transparenta förmåner såsom rabatter och kombinationserbjudanden. Högre pristransparens kan också underlätta koordinering mellan företag på en marknad vad gäller såväl priser som produktutbud. Vidare kan prisinformation leda till att en tillämpning av individuella villkor för komplexa produkter försvåras, vilket kan få till följd att de produkter som erbjuds på marknaden kan få ett likartat innehåll. Det kan inte heller bortses från att jämförpris kan ha negativa effekter på marknader med få aktörer, eftersom näringsidkarna då lätt kan övervaka sina konkurrenters priser och villkor och därmed anpassa sitt eget agerande till konkurrenternas. Det nu sagda innebär enligt regeringens mening att det är angeläget att eventuella konsekvenser för konkurrensen beaktas vid utformningen av föreskrifter om prisinformation och vid analysen av behovet av jämförpriser för andra produkter än varor. Det är därför lämpligt att föreskrifter om prisinformation utformas efter samråd med Konkurrensverket.

Regeringens förslag: Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer bemyndigas att meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris.

Utredningens förslag: Utredningen föreslår ett generellt bemyndigande för regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer att meddela närmare föreskrifter om tillämpningen av prisinformationslagen. Huvudansvaret för att meddela föreskrifter föreslås åvila Konsumentverket. Enligt utredningen kan det emellertid tänkas att det på speciella områden finns särskilda skäl som talar för att det kan vara lämpligare att låta annan myndighet än Konsumentverket meddela föreskrifter. Som exempel anges området för finansiella tjänster, där Finansinspektionen sedan lång tid haft föreskrifträtten (se betänkandet s. 94 f. och 129 ff.).

Remissinstanserna: Remissinstanserna är splittrade i frågan om vem som skall ha föreskrifträtten och hur den skall utformas. Från såväl de remissinstanser som tillstyrker förslaget som andra lämnas ett stort antal synpunkter på förslagets utformning. Flera remissinstanser avstyrker förslaget att regeringen skall få befogenhet att delegera föreskrifträtten utan att det närmare anges i vilka frågor och några remissinstanser betonar betydelsen av samråd med berörda branscher och konsumentföreträdare.

Flera remissinstanser har uttalat sig rörande lämpligheten i att Konsumentverket och Konsumentombudsmannen med utredningens förslag kommer att ha både partsfunktion, tillsynsroll och normgivande ansvar. *Marknadsdomstolen* har ifrågasatt det lämpliga i att domstolen skall vara bunden av föreskrifter som utfärdats av den som uppträder som part i domstolen. *Fondbolagens förening*, *Företagarnas Riksförbund*, *Svensk Handel*, *Svenska Bankföreningen*, *Svenska Fjärrvärme-föreningen*, *Svenska Fondhandlareföreningen* och *Svenskt Näringsliv* har anfört liknande synpunkter. *Riksrevisionsverket* anför att motstridigheter kan uppstå om en myndighet agerar både som inspektör och som föreskrivande myndighet. *Svenskt Näringsliv* anser att det är olämpligt att Marknadsdomstolen avskärs från möjligheten att pröva grundläggande frågor om informationsbehov och dylikt, vilket är särskilt viktigt inom det nya område som skall regleras av lagen.

Finansbolagens Förening ifrågasätter bemyndigandebestämmelserna ur ett konstitutionellt perspektiv. Enligt föreningen synes skyldigheten att lämna prisinformation avse sådana rättsförhållanden mellan enskilda för vilka föreskrifter endast får ges av riksdagen.

Skälen för regeringens förslag

Bemyndigandets utformning

I prisinformationslagen finns ett antal bemyndiganden enligt vilka regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer ges rätt att meddela föreskrifter i vissa närmare hänseenden. Enligt regeringens

förslag bör den nya lagens tillämpningsområde vidgas och innehålla mer allmänt hållna bestämmelser, som kompletteras med mer detaljerade föreskrifter på myndighetsnivå. Detta innebär att regeringen, eller den myndighet som regeringen bestämmer, måste ges större beslutsbefogenheter i den nya prisinformationslagen än vad som gäller i dag. Frågan uppkommer då hur ett sådant bemyndigande skall utformas.

Utredningens förslag innehåller en bestämmelse (se 11 § i SOU 2002:54 s. 18) som närmast är utformad som ett bemyndigande att meddela föreskrifter om verkställighet av lagen. Av specialmotiveringen framgår att bemyndigandet är avsett att utnyttjas för att meddela också föreskrifter som inte kan anses rymmas inom ramen för regeringens rätt att meddela verkställighetsföreskrifter.

Remissutfallet är blandat i fråga om det av utredningen föreslagna generella föreskriftsbemyndigandet. En stor del av remisskritiken riktar sig mot hur detta bemyndigande utformats. Flera remissinstanser anför principiella invändningar mot att Konsumentverkets föreskriftsrätt utvidgas i förhållande till vad som gäller i dag och anser att det i stället bör preciseras i vilka närmare hänseenden bemyndigande får ske.

Enligt regeringens mening finns det fog för den kritik som har riktats mot förslaget i den delen. Det framstår för det första inte som självklart att alla de områden eller frågor som det kan finnas ett behov av att reglera på föreskriftsnivå ryms inom regeringens behörighet att meddela verkställighetsföreskrifter. Till detta kommer att det kan finnas vissa betänkligheter mot att fylla ut lagens bestämmelser genom materiella verkställighetsföreskrifter, i vart fall i den utsträckning som föreslås av utredningen. Däremot får det anses stå klart att de bestämmelser som kan bli aktuella är att hänföra till sådana föreskrifter om åligganden för enskilda m.m. enligt 8 kap. 3 § regeringsformen som kan delegeras till regeringen med stöd av bestämmelserna i 8 kap. 7 § 3 regeringsformen om näringsverksamhet. Mot den bakgrunden anser regeringen att regeringens beslutsrätt bör grundas på en uttrycklig delegation i lagen. En sådan lösning har också den fördelen att det i likhet med vad vissa remissinstanser förordat framgår direkt i lagen i vilka frågor rätten att meddela föreskrifter tillkommer regeringen eller, efter subdelegation enligt 8 kap. 11 § regeringsformen, annan myndighet.

Enligt regeringens mening bör ett bemyndigande lämnas för regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer att meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation. Ett sådant bemyndigande bör omfatta rätt att föreskriva bl.a. hur och på vilket sätt prisinformation skall lämnas. Hit hör föreskrifter om i vilka fall prisinformation måste lämnas skriftligen och om vad som skall krävas för att det skall framgå för konsumenten vilken produkt informationen avser. Vidare bör föreskrifter kunna utfärdas exempelvis med angivande av i vilka fall det inom ramen för 8 § inte kan anses nödvändigt att ange jämförpris. I föreskriftsrätten kan också ingå att meddela föreskrifter om hur prisinformation skall lämnas i de fall det inte är möjligt att ange ett slutligt pris i kronor, se vidare författningskommentaren till 7 § tredje stycket. Det är utöver detta lämpligt att ge regeringen möjlighet att, i den mån detta inte ryms redan inom dess grundlagsenliga behörighet att meddela verkställighetsföreskrifter, utfärda bestämmelser om beräkningen av pris och jämförpris. I detta innefattas bl.a. föreskrifter om

vilka beräkningsgrunder som skall tillämpas vid angivande av jämförpris Prop. 2003/04:38 eller vad som skall ingå i en produkts pris.

Syftet med lagen är att främja god prisinformation till konsumenter. Vid utformningen av föreskrifter om prisinformation är det enligt regeringens mening viktigt att beakta olika konsumentgruppers förutsättningar att tillgodogöra sig prisinformationen. Hänsyn bör därför så långt som möjligt tas till konsumenter med olika funktionshinder och konsumenter som av någon annan anledning har särskilda behov på prisinformationsområdet.

Vilken myndighet skall ha föreskrifträtten?

När det sedan gäller frågan om vem som skall ha föreskrifträtt har de flesta remissinstanser tillstyrkt vad utredningen anfört om att Finansinspektionen bör ges föreskrifträtten på det finansiella området. *Finansinspektionen* anser att det är naturligt att inspektionen i egenskap av tillsynsmyndighet över finansiella institutioner också bevakar prisinformationsfrågor eftersom inspektionen har erfarenhet av marknaden och insyn i institutens rutiner och agerande. *Konsumentverket* delar i och för sig utredningens uppfattning om att det i vissa fall kan vara lämpligt att någon annan myndighet meddelar föreskrifter, men erinrar om att en avvägning bör göras om produktkännedom på området väger över den kännedom om konsumenternas behov av information på prisinformationsområdet som Konsumentverket har. *Energimyndigheten* anser dock att endast Konsumentverket bör ha föreskrifträtten och att den inte bör flyttas ut till andra tillsynsmyndigheter. *Riksrevisionsverket* anser att man bör vara återhållsam med att dela upp föreskriftsansvaret mellan olika myndigheter. Enligt verket kan en uppdelning generellt vara en nackdel eftersom det kan bli olika nivåer på föreskrifter i olika branscher beroende på intresset och expertisen hos myndigheterna.

I dag har Konsumentverket bemyndigats att meddela föreskrifter i vissa närmare angivna hänseenden. Konsumentverket har också tillsynen över prisinformationslagen och de föreskrifter som meddelats med stöd av denna. Vidare har Konsumentverket tillsyn över marknadsföringslagen på exempelvis det finansiella området och områdena för energi och elektronisk kommunikation. I och med att den nya prisinformationslagens tillämpningsområde enligt regeringens förslag vidgas till att omfatta produkter på nu nämnda områden kan å ena sidan hävdas att det framstår som lämpligt att Konsumentverket även fortsättningsvis är den myndighet som ansvarar för prisinformationsfrågor. Å andra sidan medför ett vidgat tillämpningsområde att sfären för prisinformation blir mer komplex, vilket talar för att andra myndigheter skulle kunna bli aktuella. Utredningen har därför bedömt att särskilda skäl talar för att det kan vara lämpligare att låta någon annan myndighet än Konsumentverket meddela föreskrifter och utöva tillsynen över vissa speciella områden. Utredningen har i sammanhanget pekat på området för finansiella tjänster, där Finansinspektionen sedan lång tid varit den myndighet som meddelat närmare föreskrifter om bl.a. informationsskyldighet för de olika finansiella företagen. Det kan i sammanhanget också nämnas att enligt den nya lagen om elektronisk kommunikation har Post- och

telestyrelsen föreskriftsrätt och tillsynsansvar över efterlevnaden av den särskilda informationsskyldighet som gäller för telekommunikationstjänster enligt den lagen.

Regeringen anser att mycket talar för att utgångspunkten bör vara att, liksom enligt nuvarande ordning, det är Konsumentverket som meddelar föreskrifter om prisinformation till konsumenter. Som nämnts i det föregående kommer emellertid prisinformationslagen att bli tillämplig på vitt skilda produkter. På vissa områden finns det andra myndigheter än Konsumentverket som har särskild sakkunskap om den produkt som prisinformationen avser och som redan i dag meddelar föreskrifter om vilken information konsumenten skall få. Som exempel på en sådan myndighet kan nämnas Finansinspektionen. Till detta kommer att den dynamiska och svårförutsägbara utvecklingen på marknaderna gör det lämpligt att på det föreslagna, flexibla sättet ge regeringen möjlighet att exempelvis fördela föreskriftsrätt mellan olika myndigheter.

Konsumentverkets och Konsumentombudsmannens olika roller

Flera remissinstanser har anfört principiella invändningar mot Konsumentverkets (KOV) och Konsumentombudsmannens (KO) funktion som part i domstol, sett i förhållande till myndighetens normgivande uppgift. Det har härvid gjorts gällande att det är olämpligt att domstolen blir bunden av föreskrifter som meddelats av den som uppträder som part i domstolen. Det kan inledningsvis konstateras att KOV och KO redan genom den nuvarande prisinformationslagen har denna flerfaldiga roll. Även på andra förvaltningsområden förekommer det att en myndighets normgivningsfunktion förenats med uppgiften att företräda det allmänna i domstol eller jämförbara förfaranden. Riksförsäkringsverket, Riksskatteverket och Domstolsverket är exempel på myndigheter med sådana dubbla roller. Det är enligt regeringens mening svårt att se att förhållandena på prisinformationsområdet skiljer sig påtagligt från förhållandena på övriga förvaltningsområden när det gäller en myndighets uppgift som både normgivare och partsföreträdare. Regeringen delar alltså inte remissinstansernas uppfattning att myndighetens dubbla funktioner på det nu aktuella området skulle utgöra ett särskilt problem. Domstolen har att självständigt avgöra målet och är därvid inte bunden av KO:s inställning i frågan. När KOV utövar sin partsfunktion är KO vidare skyldig att iaktta den objektivitetsprincip som kommer till uttryck i 1 kap. 9 § regeringsformen. KOV:s processfunktion has om hand av KO genom KO-sekretariatet, en särskild enhet inom myndigheten, vilket speglar en medvetenhet om behovet av att hålla processföringen skild från andra uppgifter inom myndigheten. Det har vare sig av remisskritiken eller på annat sätt framkommit något som ger vid handen att nuvarande ordning skulle vara otillfredsställande i praktiken. Regeringen kan därför inte se att det finns några skäl för att i nuläget genomföra någon ändring av nuvarande ordning såvitt avser KOV:s och KO:s funktion som part i domstol och uppgiften att svara för normgivning.

Regeringens bedömning: Något behov av att införa särskilda bestämmelser om prisinformation vid marknadsföring på Internet eller i radio och TV finns inte.

Utredningens bedömning: Överensstämmer med regeringens bedömning (se betänkandet s. 115 f.).

Remissinstanserna: De flesta remissinstanser har lämnat utredningens bedömning utan erinran.

Skälen för regeringens bedömning: Prisinformationslagen gör i dag inte någon åtskillnad beträffande i vilken form en näringsidkare marknadsför sina produkter gentemot konsumenten. Inte heller finns i annan lag särskilda bestämmelser om marknadsföring på Internet. Det sagda innebär att marknadsföring på Internet följer samma regler som vid annan marknadsföring av bestämda varor och tjänster. Det har under utredningens bedrivande inte från vare sig experter eller andra framkommit att det finns några beaktansvärda problem med de bestämmelser som gäller i dag beträffande marknadsföring av varor och tjänster på Internet. Mot bakgrund härav finns det inte någon anledning att föreslå att det införs några särskilda bestämmelser om prisinformation vid marknadsföring på Internet. Det föreslagna utvidgade tillämpningsområdet för den nya prisinformationslagen föranleder inte någon annan bedömning.

Vad gäller marknadsföring i radio och TV finns speciella regler i radio- och TV-lagen (1996:844). Bestämmelserna i lagen tar sikte på i vilken omfattning reklamslag får förekomma och under vilka förutsättningar reklam får visas. Utredningen bedömer att eventuella problem i fråga om marknadsföring i radio och TV kan lösas inom ramen för gällande rättsordning. Regeringen delar utredningens bedömning. Således anser regeringen att det inte föreligger något behov av en särreglering av marknadsföring i radio eller TV.

7 Konsekvenser

7.1 Konsekvenser för företagen

Utvidgningen av lagens tillämpningsområde till produkter medför att även marknadsföring av andra nyttigheter än varor och tjänster omfattas av kravet på prisinformation, t.ex. elektrisk kraft, fjärrvärme, olika former av elektronisk kommunikation och olika former av finansiella tjänster. För de nyttigheter som hittills inte omfattats av prisinformationslagen har dock 4 § andra stycket marknadsföringslagen varit tillämplig vid marknadsföringen. Den föreslagna ändringen av prisinformationslagens tillämpningsområde medför således inte någon genomgripande ändring i sak, utan endast ett förtydligande och en precisering av informationsplikten. Några ökade kostnader för företagen

torde därför inte uppkomma såvitt gäller kravet på angivande av pris vid marknadsföringen. Krav på att jämförpris skall anges för produkter som hittills inte omfattats av ett sådant krav kan däremot förutsättas medföra visst extra arbete i form av uträkning och angivande av jämförpris samt ökade administrativa kostnader för företagen. I vilken omfattning och på vilket sätt jämförpriser kommer att införas kan inte bedömas i dag, varför det inte är möjligt att närmare uppskatta kostnaderna i den delen. Kostnadsaspekten för framtagande av jämförpris är dock något som skall beaktas vid avgörandet om det är lämpligt att för respektive bransch införa krav på jämförpris utöver vad som redan gäller. De närmare konsekvenserna i detta hänseende skall belysas och övervägas i varje enskilt fall i samband med att det tas fram föreskrifter om jämförpris för andra produkter än varor. I samband härmed skall även analyseras konsekvenserna för små företag utifrån förordningen (1998:1820) om särskild konsekvensanalys av reglers effekter för små företags villkor.

7.2 Konsekvenser för staten

Den föreslagna nya prisinformationslagen med ett utvidgat tillämpningsområde innebär i vissa delar närmast ett förtydligande av vad som redan gäller i dag. Regeringen föreslår att regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer skall få meddela föreskrifter om skyldighet att ange jämförpris vid marknadsföring av produkter. I dag finns sådana myndighetsföreskrifter endast beträffande varor. Regeringens förslag medför således en betydande utökning av föreskriftsrätten, vilket innebär en ökad administrativ belastning på den myndighet som får denna rätt med ökade kostnader som följd. Då det emellertid i nuläget inte är möjligt att ange för vilka branscher och i vilken omfattning jämförpris kommer att aktualiseras är det inte möjligt att närmare ange vilka kostnader som tillkommer för staten i den delen. Den eventuella kostnadsökning som kan komma att uppstå bekostas inom ramen för omprioriteringar inom utgiftsområdet.

8 Ikraftträdande

Införandet av den föreslagna nya prisinformationslagen kräver vissa förberedelser. Lagen förutsätter att den myndighet som regeringen bestämmer genom föreskrifter utfärdar närmare bestämmelser om prisinformation. I vissa fall skall samråd dessförinnan ha skett med övriga berörda myndigheter och andra intressenter. För näringsidkarnas del krävs förberedelser, bl.a. när det gäller uträkning och angivande av jämförpriser. Den nya lagen bör träda i kraft den 1 oktober 2004.

Rättssäkerhetsskäl talar för att den nya lagen inte bör ha retroaktiv verkan på marknadsföringsåtgärder som vidtagits före lagens ikraftträdande. Detta bör framgå av lagens övergångsbestämmelser.

Regeringens bedömning: Det saknas tillräckliga skäl för att reglera begreppet ”en stor stark” vid marknadsföring av öl.

Skälen för regeringens bedömning: År 1999 aktualiserades i riksdagen frågan om standardregler för användande av begreppet ”en stor stark” behövs vid marknadsföring av öl. I en motion (1999/2000:L710) begärdes ett tillkännagivande om att riksdagen bör föranstalta om att Konsumentverket eller någon annan myndighet skall utarbeta standardregler som fastställer dels hur mycket ”en stor stark” skall innehålla, dels en minimalalkoholhalt. I motionen anfördes att ”en stor stark” hade blivit ett begrepp i Sverige. Med begreppet ”en stor stark” förknippas, enligt motionärerna, ett glas starköl innehållande minst 33 cl. Motionärerna menade att det förekommer att mindre nogräknade utskänkingsställen i stället för starköl serverar folk- eller mellanöl i alltför liten mängd.

I betänkandet 1999/2000:LU5 Konsumentpolitiska frågor uttalade lagutskottet att det inte kunde uteslutas att det från konsumentsynpunkt skulle kunna vara av ett visst värde med sådana regler som förespråkades i motionen. Utskottet ansåg att frågan borde bli föremål för mer ingående överväganden. Det fick enligt utskottet ankomma på regeringen att så snart som möjligt ta initiativ till sådana överväganden i lämpligt sammanhang. Utskottet utgick från att regeringen, om det därvid skulle visa sig att de av motionärerna föreslagna reglerna skulle vara ändamålsenliga och möjliga att införa, återkommer i saken. Riksdagen biföll utskottets hemställan i februari 2000 (rskr. 1999/2000:126).

Med anledning av tillkännagivandet har det påtalade problemets art och omfattning från konsumentsynpunkt undersökts. Det har därvid framkommit bl.a. att det enligt Konsumentverket inte finns något som tyder på att användningen av begreppet ”en stor stark” vid marknadsföring av öl i sig skulle utgöra något problem för konsumenterna vad gäller möjligheterna att jämföra priser och kvalitet. Regeringen avser därför inte att vidta några ytterligare åtgärder.

10 Författningskommentar

En ny prisinformationslag ersätter den nuvarande prisinformationslagen. Många av den nuvarande lagens bestämmelser förs över oförändrade, eller i huvudsak oförändrade, till den nya lagen. För en mer utförlig kommentar till dessa bestämmelser hänvisas till propositionen 1990/91:171 En ny prisinformationslag och propositionen 1999/2000:40 Obeställd reklam. Till den sistnämnda propositionen hänvisas även i fråga om de grundläggande ställningstaganden som regeringen gjort om hur Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenterna (prismärkningsdirektivet) bör genomföras i svensk rätt.

1 § Denna lag har till ändamål att främja god prisinformation till konsumenter.

Paragrafen, som anger lagens ändamål, motsvarar helt 1 § i den nuvarande prisinformationslagen.

För att lagen skall kunna främja god prisinformation är det, både vid direkt tillämpning av lagen och vid meddelandet av närmare föreskrifter, viktigt att så långt möjligt ta hänsyn till olika konsumentgruppers behov av prisinformation.

2 § I denna lag avses med

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

produkt: vara, tjänst eller annan nyttighet, dock inte fast egendom och arbetstillfälle,

pris: det slutliga priset för en bestämd produkt eller en bestämd enhet av en produkt, uttryckt i kronor, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter,

jämförpris: det slutliga priset för en produkt per kilogram, liter, meter eller annat vanligen använt mått för produkten, uttryckt i kronor, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter.

Paragrafen, som återfanns i 5 § i det remitterade lagförslaget, har i enlighet med *Lagrådets* förslag flyttats och numreringen av paragraferna 2–4 i det remitterade förslaget har härefter justerats.

Paragrafen är ny och innehåller definitioner av konsument, näringsidkare, produkt, pris och jämförpris.

Definitionerna av konsument och näringsidkare är desamma som i den konsumenträttsliga lagstiftning som bygger på eller har anpassats till EG-direktiv, t.ex. lagen (2000:274) om konsumentskydd vid distansavtal och hemförsäljningsavtal samt konsumentköplagen (1990:932). Motsvarande definitioner finns även i konsumenttjänstlagen (1985:716). Definitionerna avses ha samma betydelse här.

Med konsument avses en fysisk person. Juridiska personer, t.ex. bolag eller föreningar, kan alltså aldrig vara konsumenter i lagens mening. För att lagen skall vara tillämplig skall konsumenten handla för ändamål som huvudsakligen faller utanför näringsverksamhet. Därmed gäller lagen även om konsumenten till viss del handlar inom ramen för näringsverksamhet, dock endast under förutsättning att denna del är jämförelsevis mindre väsentlig. Med näringsverksamhet avses verksamhet av ekonomisk natur och av sådan karaktär att den är att anse som yrkesmässig.

Produkt definieras som vara, tjänst och annan nyttighet, dock inte fast egendom och arbetstillfällen. Med produkter avses således samtliga konsumentnyttigheter, utom fast egendom och arbetstillfällen. Som exempel på konsumentnyttigheter som omfattas av lagen kan nämnas telekommunikationstjänster och andra former av elektroniska kommunikationstjänster, elektrisk kraft, fjärrvärme, finansiella tjänster och nyttigheter av alla slag såsom inlåningstjänster, försäkringar och värdepappersfonder. Uppräkningen är inte uttömmande.

Fast egendom och arbetstillfällen skall inte omfattas av prisinformationslagen. Däremot skall lagen, liksom den nuvarande lagen, gälla beträffande förmedling av dessa nyttigheter. Det sagda innebär att en fastighetsmäklartjänst, dvs. en tjänst som utförs enligt avtal mellan en uppdragsgivare och en fastighetsmäklare, omfattas av prisinformationslagen medan själva avtalet rörande försäljning av fastigheten inte berörs. Samma förhållande gäller beträffande arbetstillfällen.

I fjärde punkten definieras begreppet ”pris”. Uttrycket ersätter begreppet försäljningspris som används i den nuvarande prisinformationslagen. Med hänsyn till att den nya lagens tillämpningsområde föreslås omfatta produkter, vari inkluderas bl.a. finansiella tjänster och diverse olika nyttigheter, ter sig begreppet försäljningspris mindre lämpligt då det leder tankarna huvudsakligen till varor och tjänster. Någon saklig skillnad beträffande innebörden är dock inte åsyftad. I begreppet pris ingår mervärdesskatt och andra skatter. Detta motsvarar vad som gäller i dag enligt 5 § i den nuvarande prisinformationslagen. Priset skall vidare enligt definitionen anges i kronor. Detta sägs inte uttryckligen i den nuvarande prisinformationslagen men följer av praxis. Med mervärdesskatt och andra skatter avses endast skatter som är hänförliga till produkten som sådan. Huruvida bidrag kan lämnas för förvärv av produkten eller vilka skattekonsekvenser en viss finansiell tjänst kan medföra behöver inte anges vid marknadsföringen av produkten i fråga.

Definitionen av begreppet jämförpris överensstämmer i huvudsak med vad som gäller enligt 6 § första stycket i den nuvarande prisinformationslagen. Även jämförpriset skall uttryckas i kronor och anges inklusive mervärdesskatt och andra skatter (se 10 §).

3 § Lagen gäller för sådana näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller produkter till konsumenter.

I paragrafen anges lagens tillämpningsområde. Prisinformationslagen skall gälla för sådana näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller produkter till konsumenter. Det saknar betydelse om verksamheten är offentlig eller privat. Paragrafen motsvarar 2 § i den nuvarande prisinformationslagen, med den skillnaden att begreppet produkter ersätter begreppen varor och tjänster. Härigenom utvidgas tillämpningsområdet från enbart varor och tjänster till att avse också konsumentnyttigheter såsom elektrisk kraft, fjärrvärme och andra energiformer, alla typer av finansiella tjänster, telekommunikationstjänster och andra typer av elektroniska kommunikationstjänster. Begreppen näringsidkare, produkt och konsument definieras i 2 §.

4 § Lagen gäller inte produkter som försäljs på auktion. Inte heller gäller lagen andra produkter än varor som försäljs vid auktionsliknande förfaranden.

Paragrafen har utformats i enlighet med *Lagrådets* förslag.

I *första meningen* anges att lagen inte gäller produkter som försäljs på auktion. Undantaget motsvarar 4 § andra stycket i den nuvarande

prisinformationslagen med den skillnaden att undantaget nu omfattar alla produkter och inte endast varor. Undantaget för varor i den nuvarande lagen har sin grund i artikel 3.2 i prismärkningsdirektivet. I *andra meningen* anges att lagen inte heller gäller andra produkter än varor som försäljs vid auktionsliknande förfaranden. Härigenom undantas exempelvis försäljning av värdepapper och andra finansiella nyttigheter som säljs via börser eller andra marknadsplatser från kravet på prisinformation. Undantagen i paragrafen motiveras av att priset på produkten inte kan anges i förväg. Såsom *Lagrådet* framhållit gäller undantagen endast den produkt som säljs och inte den tjänst som auktionsförrättaren eller annan förmedlar i anslutning till själva försäljningen och som ersätts särskilt, t.ex. genom courtage eller andra avgifter.

5 § Om det i lag eller annan författning finns särskilda bestämmelser om prisinformation till konsumenter, skall de bestämmelserna gälla i stället för bestämmelserna i denna lag.

Av paragrafen framgår att särskilda bestämmelser om prisinformation till konsumenter i andra författningar har företräde framför den nya lagens bestämmelser. Bestämmelsen motsvarar delvis 3 § i den nuvarande prisinformationslagen och har kommenterats i avsnitt 5.2.

Prisinformation

6 § Prisinformation skall lämnas när en näringsidkare marknadsför bestämda produkter.

Paragrafen innehåller en bestämmelse om när prisinformation skall lämnas. Bestämmelsen motsvarar 4 § första stycket i den nuvarande prisinformationslagen, med den skillnaden att uttrycket "varor och tjänster" ersatts av "produkter". Begreppet marknadsföring har här samma innebörd som i marknadsföringslagen (1995:450), dvs. det avser reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till produkter.

Att prisinformation endast behöver lämnas när näringsidkaren marknadsför bestämda produkter överensstämmer med vad som gäller enligt den nuvarande prisinformationslagen. I prop. 1990/91:171 s. 25 anges att prisinformationslagen endast skall tillämpas när det är fråga om varor och tjänster som till sin art eller sitt slag är tillräckligt specificerade. Tillräckligt specificerad anses varan eller tjänsten vara om konsumenten genom uppgifterna i marknadsföringen kan bilda sig en uppfattning om varans eller tjänstens beskaffenhet. Varan eller tjänsten skall alltså kunna identifieras och särskiljas från andra varor eller tjänster. När det gäller hantverkstjänster anförs att många sådana tjänster inte anses bli bestämda förrän näringsidkaren och konsumenten är överens om vad som skall utföras. Endast om produkten som marknadsföringen avser låter sig specificeras så till vida att produkten kan identifieras och särskiljas uppkommer skyldighet att lämna prisinformation enligt lagen.

7 § Prisinformation för varor skall lämnas genom uppgift om varans pris och jämförpris. Prop. 2003/04:38

För andra produkter än varor skall prisinformation lämnas genom uppgift om produktens pris. Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får föreskriva att även jämförpris skall anges för sådana produkter.

Om priset för en produkt inte kan anges, skall näringsidkaren i stället lämna prisinformation genom att ange grunderna för hur priset bestäms.

Av paragrafen, som är ny, framgår vilka uppgifter prisinformationen skall innehålla. Uppgiftsskyldigheten omfattar uppgift om priset för en bestämd produkt eller, för det fall priset inte kan anges, om grunderna för hur priset bestäms. I den utsträckning det framgår av den föreslagna lagen eller följer av föreskrifter som regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer föreskriver, skall uppgiftsskyldigheten även omfatta uppgift om produktens jämförpris. Att undantag i vissa fall gäller från skyldigheten att ange jämförpris framgår av 8 §.

I *första stycket* stadgas att prisinformation för varor skall lämnas genom uppgift om varans pris och jämförpris. Begreppen pris och jämförpris definieras i 2 §, där det också anges att pris och jämförpris skall inkludera mervärdesskatt och andra skatter.

I *andra stycket* föreskrivs att för andra produkter än varor skall prisinformation lämnas genom uppgift om priset. Vidare framgår att skyldighet att ange jämförpris för andra produkter än varor endast föreligger om detta följer av särskilda föreskrifter.

I *tredje stycket* sägs att om priset inte kan anges, skall näringsidkaren i stället lämna prisinformation genom att ange grunderna för hur priset bestäms. Bestämmelsen motsvarar 8 § i den nuvarande prisinformationslagen. Avsikten med prisinformationen är inte att tvinga fram en mer preciserad prisuppgift än vad som är möjligt i det enskilda fallet. Om en näringsidkare ger en ungefärlig prisuppgift får denna enligt 36 § andra stycket konsumenttjänstlagen (1985:716) inte överskridas med mer än 15 procent. Konsumenttjänstlagens tillämpningsområde är dock begränsat till arbete på lösa saker och fast egendom samt förvaring av lösa saker. En ungefärlig prisuppgift medför inte att näringsidkaren kan underlåta att ange grunderna för hur priset bestäms. De debiteringsgrunder som kan vara aktuella är arbetskostnad per timme och materialkostnad per enhet, uppskattad åtgång av arbetstid och material samt andra debiteringsposter såsom kostnad för restid, resekostnad, kostnad för servicebil och specialutrustning m.m. Bestämmelsen tar även sikte på de fall då det inte är möjligt att ange ett pris uttryckt i kronor. Som exempel kan nämnas vissa typer av tjänster där priset regelmässigt anges i procent av en köpeskilling eller en lånesumma. Närmare bestämmelser om i vilka fall det kan anses tillåtet att lämna prisinformation genom att ange grunderna för prisets bestämmande och hur prisinformationen i sådana fall skall lämnas får enligt 11 § meddelas av regeringen, eller den myndighet som regeringen bestämmer. Även i de fall då prisinformationen lämnas genom angivande av grunderna för prisets bestämmande skall mervärdesskatt och andra skatter inbegripas i informationen.

8 § Jämförpris behöver inte anges om det på grund av produktens karaktär eller ändamål kan antas att en angivelse av jämförpris skulle sakna betydelse eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring.

Bestämmelsen innebär ett undantag från skyldigheten att ange jämförpris vid marknadsföring av produkter. Bestämmelsen motsvarar 6 § andra stycket i den nuvarande prisinformationslagen, med den skillnaden att undantaget gäller för alla produkter och inte enbart för varor och har sin grund i artikel 5.1 i prismärkningsdirektivet. Bestämmelsen gäller inte bara den uppgiftsskyldighet som föreskrivs direkt i lagen utan också den uppgiftsskyldighet som kan följa av föreskrifter meddelade med stöd av lagen.

9 § Endast jämförpris behöver anges för en vara som inte är färdigförpackad och som mäts upp i kundens närvaro.

I paragrafen anges ett undantag från skyldigheten att ange pris vid marknadsföring av varor. Paragrafen motsvarar i sin helhet 6 § tredje stycket i den nuvarande prisinformationslagen. Bestämmelsen har sin motsvarighet i artikel 3.3 i prismärkningsdirektivet.

10 § Prisinformationen skall vara korrekt och tydlig. Om det kan tillkomma avgifter och andra kostnader, skall detta anges särskilt.

Prisinformationen skall lämnas skriftligen, om konsumenten inte kan få informationen på något annat likvärdigt sätt.

Prisinformationen skall lämnas på sådant sätt att det framgår klart för konsumenten vilken produkt informationen avser.

I paragrafen anges de grundläggande kraven på god prisinformation.

I *första stycket första meningen* föreskrivs att prisinformationen skall vara korrekt och tydlig, vilket överensstämmer med vad som gäller enligt 5 § första stycket första meningen i den nuvarande prisinformationslagen. Bestämmelsen innebär att prisuppgifter skall vara väl synliga och lätta att uppfatta. Prisuppgiften får således inte presenteras på ett sätt som kan skapa osäkerhet hos konsumenten. Uttrycket korrekt refererar till marknadsföringslagens krav på vederhäftighet. I *andra meningen* stadgas att om det kan tillkomma avgifter och andra kostnader, skall detta anges särskilt. Detta överensstämmer med vad som gäller enligt 5 § andra stycket andra meningen i den nuvarande prisinformationslagen. Innebörden av bestämmelsen är att tillkommande icke-obligatoriska kostnader, t.ex. postförskottsavgifter, faktureringsavgifter, kortbetalningsavgifter och andra liknande avgifter skall anges särskilt. Syftet är att konsumenten skall få en tydlig uppfattning om den totala kostnaden i kronor för produkten. Att alla obligatoriska kostnader skall inräknas i priset framgår av definitionen i 2 §.

I *andra stycket* föreskrivs att prisinformationen skall lämnas skriftligen, om konsumenten inte kan få informationen på något annat likvärdigt sätt. Bestämmelsen har sin motsvarighet i 5 § första stycket andra meningen i den nuvarande prisinformationslagen. Något absolut krav på skriftlig prisinformation uppställs inte. Den får vara muntlig om detta sätt att informera på i det enskilda fallet är likvärdigt med skriftlig information. I fråga om varor innebär detta att den muntliga

informationen skall kunna fås i omedelbar närhet till varan så att konsumenten utan omgång kan jämföra olika priser och göra ett val (prop. 1990/91:171 s. 26 f.). Detsamma bör gälla prisinformation för andra produkter.

Tredje stycket innehåller en allmän bestämmelse om hur och var prisinformation för produkter skall lämnas. Bestämmelsen motsvarar 9 § i den nuvarande prisinformationslagen med den skillnaden att bestämmelsen gäller produkter och inte endast varor och tjänster. Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer kan med stöd av bemyndigandet i 11 § meddela mer detaljerade föreskrifter om var prisinformationen skall lämnas.

Bemyndigande

11 § Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris.

Paragrafen är ny och innehåller bemyndigande för regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer att meddela föreskrifter i vissa preciserade hänseenden. Bemyndigandet avseende skyldigheten att lämna prisinformation omfattar inte bara föreskrifter om uppgiftsskyldigheten som sådan, utan även bestämmelser om hur och på vilket sätt prisinformation skall lämnas. Sådana föreskrifter kan t.ex. avse de beräkningsgrunder som skall tillämpas vid angivande av jämförpris såväl för varor som för andra produkter än varor. Närmare överväganden och ytterligare exemplifieringar finns i avsnitt 5.6.

Påföljder

12 § Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag, skall marknadsföringslagen (1995:450) tillämpas. Prisinformation skall därvid anses vara sådan information av särskild betydelse ur konsumentsynpunkt som avses i 4 § andra stycket marknadsföringslagen.

Paragrafen ger en hänvisning till marknadsföringslagens påföljdssystem och överensstämmer till stora delar med vad som gäller enligt 14 § i den nuvarande prisinformationslagen.

I *första meningen* klargörs att även vid överträdelse av föreskrift som meddelats med stöd av den nya prisinformationslagen, skall bestämmelserna i marknadsföringslagen tillämpas. Enligt 38 § marknadsföringslagen är det bl.a. Konsumentombudsmannen som för talan i Marknadsdomstolen.

I *andra meningen* anges uttryckligen att prisinformation skall anses vara sådan information av särskild betydelse från konsumentsynpunkt som avses i 4 § andra stycket marknadsföringslagen. Bestämmelsen motsvarar 14 § andra stycket i den nuvarande prisinformationslagen.

Uppdraget

Prisinformationsutredningen fick i sina direktiv i uppdrag att analysera behovet av en utvidgning av prisinformatiönslagens (1991:601) tillämpningsområde till att avse andra produkter än enbart varor och tjänster. Utredningen skulle vidare belysa konsekvenserna i konkurrenshänseende vid en eventuell utvidgning av lagens tillämpningsområde samt även se över prisinformatiönslagens systematik och övriga bestämmelser. Vidare skulle utredaren analysera i vad mån jämförpris bör kunna krävas för andra produkter än varor, varvid särskilt skulle belysas de s.k. nödvändighetstjänsterna såsom elektrisk kraft, telekommunikationer och vissa finansiella tjänster. Slutligen skulle den särskilje utredaren se över hur prisinformation lämnas vid marknadsföring på Internet och i radio och TV samt lämna de förslag till lagändringar som behövs.

Överväganden och förslag

Utvidgat tillämpningsområde

I tidigare lagstiftningsarbeten har förslag att utvidga prisinformatiönslagens tillämpningsområde förts fram. I promemorian Ändringar i prisinformatiönslagen (Ds 1999:40) framfördes tanken att låta prisinformatiönslagen omfatta marknadsföring av bestämda produkter i betydelsen varor, tjänster, fast egendom och andra nyttigheter. Konsumentpolitiska kommittén ansåg i betänkandet Starka konsumenter i en gränslös värld (SOU 2000:29) att lagen, utöver att omfatta marknadsföring av varor och tjänster, även borde gälla för näringsidkare som i finansiell verksamhet tillhandahåller andra nyttigheter till konsumenter samt att betaltjänstutredningens förslag (SOU 1995:69) till lag om betaltjänster, vari stadgas om skyldighet att informera om avgifter och räntekostnader för betaltjänster innan avtal om sådan tjänst ingås, borde införas. Remissinstanserna har i huvudsak ställt sig positiva till förslagen. Det har vidare i flera undersökningar utförda av olika myndigheter, bl.a. Konkurrensverket, Post- och telestyrelsen och Konsumentverket, påpekats att konsumenterna har uttalat önskemål om bättre redovisning av priser m.m. i syfte att underlätta konsumenternas möjligheter till jämförelser och rationella val. 1991 års prisinformatiönslag utgjorde till stora delar en kodifiering av då gällande praxis vid Marknadsdomstolen. Efter lagens tillkomst har såväl elmarknaden som telemarknaden avreglerats. Nya former av elektronisk kommunikation har vuxit fram liksom produktutbudet på den finansiella

sidan. Sammantaget finns det idag många former av konsumentnyttigheter som vid tiden för prisinformationslagens tillkomst 1991/1992 inte var aktuella att beakta i marknadsföringshänseende och som därmed inte omfattas av prisinformationslagen. Ur konsumentens synpunkt är det däremot egalt huruvida en konsumentnyttighet juridiskt sett är att anse som vara eller tjänst eller något annat. Starka skäl talar således för att låta prisinformationslagens tillämpningsområde utvidgas så att i princip alla konsumentnyttigheter omfattas av lagen, som därigenom uppnår en högre grad av överensstämmelse med marknadsföringslagen. Ett utvidgat tillämpningsområde för prisinformationslagen medför huvudsakligen positiva effekter ur konkurrenssynpunkt. Utredningen föreslår därför att prisinformationslagens tillämpningsområde utvidgas till att omfatta marknadsföring av bestämda produkter i betydelsen varor, tjänster och andra nyttigheter; dock inte fast egendom och arbetstillfällen. Genom denna utvidgning kommer i princip samtliga konsumentnyttigheter, däribland elektrisk kraft, telekommunikationstjänster, andra former av elektronisk kommunikation och alla finansiella tjänster, att omfattas av lagen.

Ny prisinformationslag av generell karaktär

Genom att utvidga tillämpningsområdet för lagen till produkter kommer, som nämnts ovan, i princip samtliga konsumentnyttigheter att omfattas av lagen. Emellertid är dessa av de mest skiftande slag. Det är vare sig möjligt eller lämpligt att i lag i detalj reglera hur prisinformationsskyldigheten skall fullgöras för alla olika produkter. Mot den bakgrunden har utredningen kommit fram till att prisinformationslagen bör vara en lag av generell karaktär, där regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer bemyndigas att meddela närmare föreskrifter om lagens tillämpning. Lagen bör dessutom vara subsidiär i den mån annat är särskilt föreskrivet om prisinformation till konsumenterna. Med hänsyn till de genomgripande förändringar som föreslås är det mest ändamålsenligt att dessa införs genom en ny prisinformationslag.

Jämförpris

Som angivits ovan har det genom åtskilliga undersökningar framkommit behov från konsumenternas sida av bättre möjligheter till jämförelser av olika näringsidkares priser innan konsumenten träffar sitt val. Att jämförpris skall anges för varor gäller sedan tidigare och krävs också enligt gällande EG-direktiv. Det har inte framkommit några tungt vägande skäl till varför inte även andra produkter än varor skulle omfattas av skyldigheten att ange jämförpris. Emellertid är, som nämnts ovan, de enskilda produkterna av de mest skilda slag och ett införande av jämförpris måste föregås av överläggningar mellan berörda myndigheter och branschföreträdare samt företrädare för andra berörda intressen. Mot bakgrund av detta anges i lagen att regeringen eller den myndighet som

regeringen bestämmer får meddela närmare föreskrifter om för vilka andra produkter än varor jämförpris skall anges. Huvudregeln är dock att såväl pris som jämförpris skall anges för alla produkter.

Prop. 2003/04:38
Bilaga 1

Bemyndigande och sanktioner

Den nya prisinformationslagen medger stora möjligheter till bemyndigande för regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer att meddela närmare föreskrifter om tillämpningen av lagen. Enligt 1991 års prisinformationslag är det Konsumentverket som meddelar närmare föreskrifter. Samma ordning föreslås gälla som huvudregel även i den nya prisinformationslagen. Dock kan det för särskilda områden finnas speciella skäl som talar för att det kan vara lämpligare att låta annan myndighet än Konsumentverket meddela föreskrifter. Ett sådant område är finansiella tjänster, där Finansinspektionen även tidigare sedan lång tid varit den myndighet som meddelat närmare föreskrifter om bl.a. informationsskyldighet för de olika finansiella instituten. Beträffande sanktionsmöjligheterna vid överträdelse av prisinformationslagen förslås ingen ändring, dvs. det skall alltså ankomma på Konsumentombudsmannen att i enlighet med bestämmelserna i marknadsföringslagen antingen meddela förelägganden eller föra talan vid Marknadsdomstolen.

Prisinformationslagen i övrigt

Den föreslagna nya prisinformationslagen bygger till stora delar på 1991 års lag, och vad gäller övriga bestämmelser innebär dessa inte några större ändringar i förhållande till gällande rätt. Dock finns, med hänsyn till att den nya lagen ges en generell karaktär, de detaljregler om hur och var prisinformation beträffande varor skulle meddelas inte längre angivna i lagen. Sådana bestämmelser skall i stället meddelas genom föreskrifter. Prisinformation skall, såsom huvudregel, lämnas genom angivande av pris och jämförpris eller, om pris inte kan anges, grunderna för hur detta bestäms. Prisinformationen skall inkludera mervärdesskatt och andra skatter. Liksom tidigare gäller för varor att jämförpris inte behöver anges om det på grund av varans karaktär eller ändamål kan antas att en angivelse av jämförpris skulle sakna betydelse eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring samt att endast jämförpris behöver anges för en vara som inte är färdigförpackad och som mäts upp i kundens närvaro. För andra produkter än varor gäller, som nämnts tidigare, att regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får föreskriva att jämförpris skall anges. Liksom i 1991 års lag finns dock bestämmelser om att prisinformation skall anges korrekt och tydligt, att den skall lämnas skriftligen om konsumenten inte kan få informationen på något annat likvärdigt sätt samt att prisinformationen skall lämnas på sådant sätt att det klart framgår för konsumenten vilken produkt informationen avser. Pris och jämförpris skall, liksom tidigare, som huvudregel anges i kronor och om det tillkommer avgifter och andra kostnader skall det anges särskilt.

Övriga frågor

Prop. 2003/04:38

Bilaga 1

Utredningen har inte funnit något behov av att införa särskilda bestämmelser för marknadsföring på Internet eller i radio och TV.

Förslag till ny prisinformationslag

Härigenom föreskrivs följande:

Lagens ändamål och tillämpningsområde

1 § Denna lag har till ändamål att främja god prisinformation till konsumenterna.

2 § Lagen gäller för sådana näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller produkter till konsumenterna.

3 § Lagen gäller inte i den mån annat är särskilt föreskrivet om prisinformation till konsumenterna. Lagen gäller inte heller vid försäljning på auktion.

4 § I denna lag avses med

1. *produkt*: vara, tjänst eller annan nyttinghet; dock inte fast egendom och arbetstillfälle,
2. *pris*: det slutliga priset för en bestämd produkt eller en bestämd enhet av en produkt, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter,
3. *jämförpris*: priset för en produkt per kilogram, liter, meter eller annat vanligen använt mått för produkten, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter.

Prisinformation

5 § Prisinformation skall lämnas när en näringsidkare marknadsför bestämda produkter.

6 § Prisinformation skall lämnas genom uppgift om produktens pris och jämförpris, om inte annat följer av 8–10 §§. Prisinformationen skall anges korrekt och tydligt. Prisinformationen skall lämnas skriftligen om konsumenten inte kan få informationen på något annat likvärdigt sätt.

Prisininformation skall lämnas på sådant sätt att det framgår klart för konsumenten vilken produkt informationen avser.

7 § Pris och jämförpris skall anges i kronor. Om priset och jämförpriset inte kan anges i kronor, skall det i stället anges på annat lämpligt sätt. Om det kan tillkomma avgifter och andra kostnader skall detta anges särskilt.

8 § Om priset inte kan anges, skall näringsidkaren i stället lämna prisinformation genom att ange grunderna för hur priset bestäms.

9 § Jämförpris skall anges för varor. Jämförpris behöver dock inte anges om det på grund av varans karaktär eller ändamål kan antas att en angivelse av jämförpris skulle sakna betydelse eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring.

Endast jämförpris behöver anges för en vara som inte är färdigförpackad och som mäts upp i kundens närvaro.

10 § För andra produkter än varor får regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer föreskriva att jämförpris skall anges.

Bemyndigande

11 § Närmare föreskrifter för tillämpningen av denna lag meddelas av regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer.

Överträdelse

12 § Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag, skall marknadsföringslagen (1995:450) tillämpas. Prisinformation enligt första stycket skall därvid anses vara sådan information av särskild betydelse ur konsumentsynpunkt som avses i 4 § andra stycket marknadsföringslagen.

1. Denna lag träder i kraft den...då prisinformationslagen (1991:601) upphör att gälla.

2. Denna lag tillämpas också på marknadsföring som har vidtagits före ikraftträdandet, om inte åtgärden var tillåten enligt äldre föreskrifter.

Förteckning över remissinstanserna

Prop. 2003/04:38

Bilaga 3

Följande remissinstanser har beretts tillfälle att avge synpunkter på betänkandet En ny prisinformationslag (2002:54).

Justitieombudsmannen, Göta Hovrätt, Stockholms tingsrätt, Marknadsdomstolen, Konsumentverket, Allmänna reklamationsnämnden, Fastighetsmäklarnämnden, Kommerskollegium, Finansinspektionen, Riksrevisionsverket, Juridiska fakultetsnämnden vid Lunds universitet, Post- och telestyrelsen, Konkursverket, Statens energimyndighet, Finansbolagens Förening, Fondbolagens förening, Företagarnas Riksorganisation, Konsumenternas Bank- och finansbyrå, Konsumenternas Elrådgivningsbyrå, Konsumenternas Försäkringsbyrå, Konsumentvägledarnas förening, Kooperativa Förbundet, Landsorganisationen i Sverige (LO), Näringslivets Delegation för Marknadsrätt, Näringslivets Nämnd för Regelgranskning, Pensionärernas Riksorganisation (PRO), Svensk Energi, Svensk Handel, Svenska Bankföreningen, Svenska Fjärrvärmeföreningen, Svenska Fondhandlareföreningen, Svenska IT-företagens Organisation, Svenskt Näringsliv, Sveriges Akademikers Centralorganisation (SACO), Sveriges Aktiesparares Riksförbund, Sveriges Elleverantörer, Sveriges Försäkringsförbund, Sveriges Försäkringsmäklares förening, Sveriges Konsumenter i Samverkan, Sveriges Konsumentråd och Tjänstemännens Centralorganisation (TCO).

Lagtext

Regeringen har följande förslag till lagtext.

Förslag till prisinformationslag

Härigenom föreskrivs¹ följande.

Lagens ändamål och tillämpningsområde

1 § Denna lag har till ändamål att främja god prisinformation till konsumenter.

2 § Lagen gäller för sådana näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller produkter till konsumenter.

3 § Lagen gäller inte vid försäljning på auktion eller vid auktionsliknande förfaranden.

4 § Om det i lag eller annan författning finns särskilda bestämmelser om prisinformation till konsumenter, skall de bestämmelserna gälla i stället för bestämmelserna i denna lag.

5 § I denna lag avses med

konsument: en fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet,

näringsidkare: en fysisk eller juridisk person som handlar för ändamål som har samband med den egna näringsverksamheten,

produkt: vara, tjänst eller annan nyttinghet, dock inte fast egendom och arbetstillfälle,

pris: det slutliga priset för en bestämd produkt eller en bestämd enhet av en produkt, uttryckt i kronor, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter,

jämförpris: det slutliga priset för en produkt per kilogram, liter, meter eller annat vanligen använt mått för produkten, uttryckt i kronor, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter.

¹Jfr Europaparlamentets och rådets direktiv 98/6/EG av den 16 februari 1998 om konsumentskydd i samband med prismärkning av varor som erbjuds konsumenter (EGT L 80, 18.3.1998, s. 27, Celex 31998L0006).

6 § Prisinformation skall lämnas när en näringsidkare marknadsför bestämda produkter.

7 § Prisinformation för varor skall lämnas genom uppgift om varans pris och jämförpris.

För andra produkter än varor skall prisinformation lämnas genom uppgift om produktens pris. Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får föreskriva att även jämförpris skall anges för sådana produkter.

Om priset för en produkt inte kan anges, skall näringsidkaren i stället lämna prisinformation genom att ange grunderna för hur priset bestäms.

8 § Jämförpris behöver inte anges om det på grund av produktens karaktär eller ändamål kan antas att en angivelse av jämförpris skulle sakna betydelse eller om en sådan angivelse skulle kunna skapa förvirring.

9 § Endast jämförpris behöver anges för en vara som inte är färdigförpackad och som mäts upp i kundens närvaro.

10 § Prisinformationen skall anges korrekt och tydligt. Om det kan tillkomma avgifter och andra kostnader, skall detta anges särskilt.

Prisinformationen skall lämnas skriftligen, om konsumenten inte kan få informationen på något annat likvärdigt sätt.

Prisinformationen skall lämnas på sådant sätt att det framgår klart för konsumenten vilken produkt informationen avser.

Bemyndiganden

11 § Regeringen eller den myndighet som regeringen bestämmer får meddela föreskrifter om skyldigheten att lämna prisinformation och om beräkningen av pris och jämförpris.

Påföljd vid utebliven information

12 § Om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt denna lag eller enligt föreskrift som meddelats med stöd av denna lag, skall marknadsföringslagen (1995:450) tillämpas. Prisinformation skall därvid anses vara sådan information av särskild betydelse ur konsumentsynpunkt som avses i 4 § andra stycket marknadsföringslagen.

1. Denna lag träder i kraft den 1 oktober 2004 då prisinformationslagen (1991:601) upphör att gälla.

2. Äldre bestämmelser gäller fortfarande för marknadsföringsåtgärder som har gjorts före ikraftträdandet.

Utdrag ur protokoll vid sammanträde 2003-10-27

Närvarande: f.d. regeringsrådet Karl-Ingvar Rundqvist, justitierådet Nina Pripp och regeringsrådet Göran Schäder.

Enligt en lagrådsremiss den 25 september 2003 (Jordbruksdepartementet) har regeringen beslutat inhämta Lagrådets yttrande över förslag till ny prisinformationslag.

Förslaget har inför Lagrådet föredragits av ämnessakkunniga Marie-Jeanette Axélius.

Förslaget föranleder följande yttrande av Lagrådet:

2 – 5 §§

Prisinformationslagen har sin grund i prismärkningsdirektivet som ställer krav på prisinformation när näringsidkare erbjuder konsumenter varor. I 3 § i det remitterade förslaget föreskrivs att lagen inte gäller vid försäljning på auktion eller vid auktionsliknande förfaranden. Som också föredraganden i Lagrådet påpekat medger emellertid inte direktivet att undantag görs för försäljning av varor vid auktionsliknande förfaranden, varför undantaget i denna del behöver formuleras om. För att vara förenligt med direktivet bör undantaget begränsas att gälla andra produkter än varor. Under föredragningen har vidare upplysts att avsikten är att undantaget i paragrafen endast skall gälla den produkt som säljs och inte den tjänst som auktionsförrättaren eller annan förmedlar i anslutning till själva försäljningen och som ersätts särskilt, t.ex. genom inropsavgifter eller courtage. För att denna avgränsning skall komma till klarare uttryck förordar Lagrådet att lagtexten även i denna del formuleras om något. Sammantaget kan texten förslagsvis ges följande lydelse: ”Lagen gäller inte produkter som försäljs på auktion. Inte heller gäller lagen andra produkter än varor som försäljs vid auktionsliknande förfaranden.”

I 5 § i det remitterade förslaget ges definitioner av vissa begrepp som förekommer i lagen. Några av dessa finns redan i de inledande paragraferna. Inte minst mot bakgrund av utformningen av den undantagsbestämmelse som Lagrådet nu förordar torde det underlätta för läsaren om innehållet i 5 § togs in redan som en 2 § i lagen med åtföljande omnumrering så att de i remissen föreslagna 2 - 4 §§ betecknades 3 - 5 §§.

Jordbruksdepartementet

Utdrag ur protokoll vid regeringssammanträde den 13 november 2003

Närvarande: statsministern Persson, ordförande, och statsråden Ulvskog, Sahlin, Pagrotsky, Östros, Messing, Engqvist, Lövdén, Bodström, Karlsson H., Nykvist, Lund, Andnor, Nuder, Johansson, Hallengren, Björklund, Holmberg, Jämtin

Föredragande: statsrådet Nykvist

Regeringen beslutar proposition 2003/04:38 En ny prisinformationslag m.m.

Författningsrubrik	Bestämmelser som inför, ändrar, upphäver eller upprepar ett normgivningsbemyndigande	Celexnummer för bakomliggande EG-regler
Prisinformationslagen (1991:601)	7 och 12 §§	Celex 398L0006
