



Vägledning 2023

Prisinformation

Förord

Korrekt och tydlig prisinformation är nödvändig för att marknaden ska kunna fungera för både konsumenter och näringsidkare. Otydlig prisinformation gör det svårt för konsumenten att göra medvetna och väl avvägda val.

Näringsidkaren ansvarar för att prisinformationen är korrekt och tydlig. Priser får aldrig presenteras på ett sätt som kan vilseleda konsumenten.

Konsumentverket kontrollerar att reglerna om prisinformation följs. Bestämmelser om prisinformation och prismarknadsföring finns främst i prisinformationslagen (2004:347), i Konsumentverkets föreskrift om prisinformation, KOVFS 2012:01, i KOVFS 2018:1, som rör jämförpriser för el, samt i marknadsföringslagen (2008:486). Bestämmelser om information om pris finns även i andra lagar beroende på produkt och försäljningsmetod, till exempel i konsumentkreditlagen (2010:1846) och i lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler (2005:59).

Denna vägledning innehåller bland annat information om när och hur prisinformation ska ges. Syftet med vägledningen är att göra det enklare för näringsidkare att följa reglerna om prisinformation.

Konsumentverket beslutade den 9 oktober 2023 om ett ställningstagande angående information om prissänkningar och har med anledning av ställningstagandet gjort en översyn av vägledningen.

Karlstad den 28 november 2023.

Cecilia Tisell

Generaldirektör och Konsumentombudsman

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Allmänt.....	1
1.2	Prisinformationslagens tillämpningsområde.....	1
2	Prisinformation.....	2
2.1	Prisinformation i allmänhet.....	2
2.2	Hur prisinformation ska lämnas.....	2
3	Prismarknadsföring.....	4
3.1	Allmänt.....	4
3.2	Prissänkningar.....	4
3.2.1	Prissänkning och kravet på tidigare lägsta pris.....	4
3.2.2	Presentation av tidigare lägsta pris.....	5
3.2.3	Personanpassade prissänkningar eller medlemspriser.....	5
3.2.4	Varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla.....	5
3.3	Rea, utförsäljning och konkurs.....	6
3.3.1	Rea.....	6
3.3.2	Utförsäljning.....	6
3.3.3	Konkurs.....	6
3.4	Lägsta pris-garanti och gratis.....	6
3.4.1	Lägsta pris-garanti.....	6
3.4.2	Gratis.....	6
4	Särskilt om jämförpris med mera.....	7
4.1	Presentation av jämförpriser.....	7
4.2	Tillåtna måttenheter.....	7
4.3	Särskilda beräkningsgrunder.....	7
4.4	Undantag.....	7
5	Regler om prisinformation för särskilda produkter.....	8
5.1	Allmänt.....	8
5.2	Elavtal.....	8
5.2.1	Beräkning av jämförpris för elavtal.....	9
5.3	Mobiltelefon med tillhörande abonnemang.....	9

1 Inledning

1.1 Allmänt

Prisinformationslagen innehåller grundläggande regler om prisinformation. Särskilda bestämmelser om prisinformation till konsumenter har företräde framför reglerna i prisinformationslagen (exempelvis rörande krediter). Prisinformationslagen har i sin tur företräde framför reglerna i marknadsföringslagen.

Marknadsföringslagen tillämpas bland annat vid användning av uttryck som ”realisation” eller ”slutförsäljning”. Marknadsföringslagen är också tillämplig vid överträdelser av reglerna i prisinformationslagen eller Konsumentverkets föreskrifter om prisinformation. Från och med den 1 september 2022 kan marknadsstörningsavgift påföras vid prismarknadsföring i strid med prisinformationslagen.

Prisinformationslagen är allmänt hållen och Konsumentverket har fått bemyndigande av regeringen att besluta om närmare föreskrifter, bland annat om hur prismärkningen ska se ut och var priset ska anges. Dessa bestämmelser finns i Konsumentverkets föreskrifter om prisinformation KOVFS 2012:01 samt 2018:1. Föreskrifterna är bindande.

1.2 Prisinformationslagens tillämpningsområde

Prisinformationslagen gäller för näringsidkare som i sin yrkesmässiga verksamhet tillhandahåller produkter till konsumenter. Begreppet tillhandahåller avser fall där näringsidkare erbjuder konsumenter en bestämd produkt.

Efter ett avgörande i EU-domstolen är det klarlagt att begreppet tillhandahålla ska ges en vid tolkning. Om en annons innehåller tillräckligt med uppgifter om en viss produkt och dess pris och egenskaper är det genomsnittskonsumentens uppfattning som avgör om annonsen ska ses som ett tillhandahållande.

- 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.

Prisinformationslagen gäller inte för produkter som säljs på auktion eller vid andra liknande förfaranden.

2 Prisinformation

2.1 Prisinformation i allmänhet

Näringsidkare är alltid skyldiga att lämna prisinformation för bestämda produkter¹ som tillhandahålls konsumenterna. Bestämd blir en produkt när den är tillräckligt detaljerat angiven för att konsumenten ska kunna känna igen produkten och skilja den från andra produkter. Prisinformation för varor ska innehålla uppgift om varans pris² och jämförpris³. För andra produkter än varor, det vill säga tjänster eller andra nyttigheter, ska prisinformationen lämnas genom uppgift om produktens pris.

Om priset inte kan anges för en produkt, det vill säga en vara eller tjänst, ska prisinformation lämnas genom att grunderna för hur priset bestäms. Det kan exempelvis röra sig om en hantverkstjänst där det inte går att avgöra omfattningen innan tjänsten har påbörjats. Näringsidkaren ska då informera om hur priset beräknas.

2.2 Hur prisinformation ska lämnas

Hur priset ska anges framgår dels av prisinformationslagen dels av Konsumentverkets föreskrifter.

Hur ska priset anges

Priset för en bestämd produkt ska anges i svenska kronor inklusive moms och andra skatter inräknade. Prisuppgiften ska som huvudregel vara skriftlig. Uppgifter om pris och jämförpris ska anges omedelbart bredvid varandra. Uppgifterna om pris ska presenteras i en stil och storlek som är lätt att läsa. Prisinformationen ska anges med kommatecken eller kolon mellan kron- och öretal.

Vad ska ingå i priset

Obligatoriska tillägg som går att beräkna ska vara inräknade i priset. Eventuella frivilliga tillval får inte vara inräknade i priset från början. Det innebär exempelvis att ett tillval såsom ett avbeställningsskydd för en resa inte får vara markerat i förväg. Ett sådant tillval måste göras aktivt av konsumenten och det måste finnas tydlig uppgift om priset/avgiften för tillvalet.

¹ Produkt: vara, tjänst eller annan nyttighet (dock inte fast egendom eller arbetstillfällen), se prisinformationslag 2 §.

² Pris: det slutliga priset för en bestämd produkt eller en bestämd enhet av en produkt, uttryckt i kronor, inbegripet mervärdesskatt och andra skatter, se prisinformationslag 2 §.

³ 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, se prisinformationslag 2 §.

Var ska priset finnas

Prisinformation ska lämnas på varan eller dess förpackning, eller på en hyllkantsetikett, skylt alternativt på annat likvärdigt sätt i produktens omedelbara närhet. Det får inte finnas någon risk för att priser förväxlas mellan olika varor.

I Konsumentverkets föreskrifter om prisinformation finns särskilda regler för dagligvaruhandeln. Det framgår bland annat att för varor av varierande vikt som levereras färdigförpackade till butiken bör priset anges på varan eller dess förpackning.

3 Prismarknadsföring

3.1 Allmänt

Prisuppgifter får inte vara vilseledande och inte heller skapa osäkerhet hos konsumenten om vilken produkt priset avser. Utgångspunkten vid prismarknadsföring är att den ska vara korrekt och inte vilseledande. Det är näringsidkaren som bär ansvaret för, och ska kunna styrka, att alla uttryck och påståenden som förekommer i marknadsföringen är vederhäftiga, d.v.s. att de är korrekta. Näringsidkaren ansvarar för samtliga nära till hands liggande tolkningar och intryck som marknadsföringen kan ge upphov till. En näringsidkare kan således inte välja hur en framställning ska uppfattas och vilken tolkning av framställningen som är den rätta. Bedömningen sker utifrån hur marknadsföringen vid en översiktlig läsning uppfattas av genomsnittskonsumenten det vill säga de konsumenter som marknadsföringen riktar sig mot.

3.2 Prissänkningar

Prisinformationslagen⁴ reglerar vad som gäller när en näringsidkare anger att ett pris har sänkts på en produkt. Av marknadsföringslagen⁵ framgår bland annat att uttryck som ”realisation”, ”konkurs”, ”utförsäljning”, och liknande endast får användas under särskilda omständigheter. Se mer nedan under rubriken ”Reor, kampanjer, utförsäljning m.m.”.

Konsumentverket har den 9 oktober 2023 beslutat om ett ställningstagande angående information om prissänkningar, KOVRS 2023:1. Se följande länk:

<https://publikationer.konsumentverket.se/stallningstagande-angaende-information-om-prissankningar>

3.2.1 Prissänkning och kravet på tidigare lägsta pris

När det anges att ett pris har sänkts på en produkt ska även det lägsta pris som näringsidkaren har tillämpat för produkten under de senaste 30 dagarna anges som ett referenspris, fortsättningsvis ”det tidigare lägsta priset”. Om priset under denna tid har sänkts gradvis, ska i stället det pris som gällde före den första prissänkningen anges.

Det tidigare lägsta priset är enligt Konsumentverkets ställningstagande det pris som ska ligga till grund för påståendet om prissänkning. Vid angivande av prissänkning med en procentsats eller med ett belopp ska beräkningen ske med utgångspunkt från det tidigare lägsta priset.

Det är typiskt sett inte tillåtet att använda sig av andra referenspriser som exempelvis ”ordinarie pris”.

⁴ Prisinformationslag 7 a §.

⁵ Marknadsföringslag 15-17 §§.

En prissänkning kan anges på olika sätt, till exempel:

- genom begrepp som ”slutförsäljning”, ”utförsäljning”, ”rea”, ”realisation”, ”kampanj”, ”erbjudande”, ”Black Friday” eller liknande,
- påståenden om att ett pris har sänkts med en viss procentsats eller med ett visst belopp,
- priser inom parentes eller
- överstrukna priser.

Det bör noteras att kravet att ange tidigare lägsta pris även gäller för det fall en näringsidkare använder sig av marknadsföringsåtgärder som ger konsumenter intrycket av en prissänkning, trots att så inte är fallet. Sådan marknadsföring kan vara vilseledande enligt marknadsföringslagen.

Om en produkt har funnits till försäljning kortare tid än 30 dagar ska näringsidkaren ange det lägsta pris som produkten har haft under denna period.

3.2.2 Presentation av tidigare lägsta pris

Vid varje tillfälle som en prissänkning påstås *eller* om en konsument ges intryck av att en produkt är prissänkt ska:

- tidigare lägsta pris anges i omedelbar närhet till det nedsatta priset
- tidigare lägsta pris ha en stil och storlek som är lätt att uppfatta och lätt att läsa

Tidigare lägsta pris får vara överstrukna eller placerat inom parentes så länge ovanstående punkter är uppfyllda. Överstrukna priser eller priser inom parentes ska vara tidigare lägsta pris.

3.2.3 Personanpassade prissänkningar eller medlemspriser

Om prissänkningar presenteras som personanpassade men i själva verket riktar sig till konsumenter i allmänhet måste tidigare lägsta pris anges. Det gäller även för påståenden på en webbplats eller i en annons om kampanjer eller prissänkningar för klubbmedlemmar som konsumenter i allmänhet kan ta del av.

3.2.4 Varor som snabbt kan försämrats eller bli för gamla

Det tidigare lägsta priset behöver inte anges vid prissänkningar av varor som sannolikt snabbt kan försämrats eller har kort sista förbrukningsdatum. Det kan exempelvis handla om växter, färsk livsmedel och drycker med kort hållbarhet. Bedömning av om undantag från kravet att ange tidigare lägsta pris föreligger får göras från fall till fall. Varor som inte kan undantas från kravet är till exempel frysta livsmedel, konserver, torkad pasta, mjöl, buteljerat vatten och läsk.

3.3 Rea, utförsäljning och konkurs

Marknadsföring får inte ge intryck av att priser är nedsatta om de inte är det.

3.3.1 Rea

Enligt marknadsföringslagen får uttrycket realisation eller liknande användas vid marknadsföring endast om samtliga nedanstående förutsättningar är uppfyllda:

- försäljningen avser produkter som ingår i näringsidkarens ordinarie sortiment,
- försäljningen sker under en begränsad tid, och
- priserna är väsentligt lägre än näringsidkarens normala priser för samma eller motsvarande produkter.

Med näringsidkarens normala priser menas det pris som näringsidkaren vanligen tillämpar för en produkt. Priset måste ha tillämpats under tillräckligt lång tid för att anses vara det normala priset. I rättspraxis har begreppet ordinarie pris ansetts motsvara begreppet normalt pris.

3.3.2 Utförsäljning

Enligt marknadsföringslagen får en näringsidkare vid marknadsföring endast använda sig av uttrycken ”slutförsäljning”, ”utförsäljning” eller andra uttryck med motsvarande innebörd om:

- det är fråga om en slutförsäljning av näringsidkarens hela varulager eller en klart avgränsad del av det,
- försäljningen sker under en begränsad tid, och
- priserna är väsentligt lägre än näringsidkarens normala priser för samma eller motsvarande produkter.

3.3.3 Konkurs

Termen ”konkurs”, ensamt eller i förening med annat uttryck, får enbart användas om produkterna bjuds ut av konkursboet eller för dess räkning.

3.4 Lägsta pris-garanti och gratis

3.4.1 Lägsta pris-garanti

Uttrycket ”lägsta pris-garanti” innebär att priset som erbjuds ska vara det lägsta pris som finns på marknaden. När orden ”garanti” och ”lägsta pris” sammankopplas ger det intrycket av att någon prisjämförelse med andra näringsidkare inte behöver göras. ”Lägsta pris-garanti” eller liknande får endast användas när näringsidkaren kan visa att ingen annan näringsidkare säljer produkten för ett lägre pris.

Det är inte tillräckligt att i efterhand erbjuda kompensation till en konsument som upptäcker att produkten säljs till ett lägre pris någon annanstans. Priset ska vara det lägsta priset redan från början.

3.4.2 Gratis

Det är inte tillåtet att beskriva en produkt som ”gratis”, ”kostnadsfri”, ”utan avgift” eller liknande om konsumenten måste betala annat än den oundvikliga kostnaden för att svara på affärsmetoden och hämta eller betala för leverans av produkten.

4 Särskilt om jämförpris med mera

4.1 Presentation av jämförpriser

Jämförpris ska, liksom produktens pris, anges på varans förpackning eller i dess omedelbara närhet, till exempel på hyllkant eller skylt. Jämförpriset ska presenteras så att det är lätt att förstå. För att möjliggöra jämförelser ska jämförpriser för samma varuslag anges i samma måttenhet. Jämförpriset ska avrundas till två decimaler och måttenheten måste skrivas ut.

4.2 Tillåtna måttenheter

Av Konsumentverkets föreskrifter framgår att följande måttenheter är tillåtna för jämförpriser.

- kronor per kilogram eller ton (kr/kg, kr/ton),
- kronor per liter eller kubikmeter (kr/l, kr/m³),
- kronor per meter eller kilometer (kr/m, kr/km),
- kronor per kvadratmeter (kr/m²),
- kronor per styck eller per 100 stycken (kr/st, kr/100 st), eller
- kronor per rekommenderad användning (kr/dos, kr/tvätt, kr/disk etc.)

Andra måttenheter får inte användas.

4.3 Särskilda beräkningsgrunder

Av Konsumentverkets föreskrifter följer att särskilda beräkningsgrunder ska användas för jämförpriser i nedanstående fall.

1. För varor som säljs i förpackningar med flera enheter som konsumeras styckvis beräknas jämförpriset i samma måttenhet som för den enskilda varan.
2. För varor på rulle, spole, nystan och liknande beräknas jämförpriset per meter. För mjukpapper beräknas jämförpriset per kilogram exklusive hylsans vikt.
3. För material som ska täcka en yta beräknas jämförpriset per kvadratmeter. För färg anges jämförpriset per liter. För tapeter som säljs på rulle, se nedan under "Undantag".
4. För varor med rekommenderad dosering beräknas jämförpriset per rekommenderad dos. I förekommande fall ska beräkningen ske enligt varans normaldosering.
5. För varor som ska spädas med vatten beräknas jämförpriset per mängd bruksfärdig vara eller standardlösning.

4.4 Undantag

Skyldigheten att ange jämförpris gäller inte:

- förpackningar som innehåller 50 gram eller mindre,
- förpackningar som innehåller 50 milliliter eller mindre,
- förpackningar som innehåller flera olika varor,
- förpackningar där försäljningspriset är detsamma som jämförpriset,
- varor som säljs huvudsakligen för sina kosmetiska egenskaper, eller
- tapeter som säljs på rulle.

5 Regler om prisinformation för särskilda produkter

5.1 Allmänt

Som anges ovan innehåller prisinformationslagen inte några regler om jämförpris när näringsidkare tillhandahåller tjänster eller andra nyttigheter. När den nya prisinformationslagen kom pekade regeringen emellertid ut vissa särskilda områden som ansågs viktiga för konsumenter och där regeringen ansåg att det skulle övervägas om det kunde meddelas närmare föreskrifter om angivande av jämförpris. För vissa produkter finns därför särskilt angivna beräkningsgrunder för hur jämförpriset ska räknas ut, se nedan.

5.2 Elavtal

Enligt Konsumentverkets föreskrift KOVFS 2018:1 ska jämförpris för el anges i öre per kilowattimme (kWh) vid en årlig förbrukning av 2 000, 5 000 och 20 000 kWh (typkunderna). Vid riktad marknadsföring med erbjudande om el där konsumentens faktiska förbrukning är känd kan jämförpris anges med den årliga förbrukning som ligger närmast konsumentens faktiska förbrukning. I de fall jämförpriset är detsamma för typkunderna ska detta framgå. Beräkningen av jämförpriset ska grunda sig på det eller de elområden som avses i den aktuella marknadsföringen. Det ska utifrån den enskilda konsumentens perspektiv vara lätt att jämföra olika elhandlares priser. Syftet är att uppnå jämförbarhet mellan olika erbjudanden.

Marknadsföring med erbjudande om el som riktar sig till konsumenter i Sveriges samtliga elområden ska ange jämförpris för respektive elområde. Sådan marknadsföring med erbjudande om el kan därför komma att innehålla fyra olika jämförpriser. Upplysning ska lämnas om att nätkostnaden inte ingår.

Finns det på en webbplats möjlighet för konsumenten att ange sitt postnummer, sitt områdes-id eller att på annat sätt klargöra var elleveransen ska ske för att komma vidare till erbjudanden om elavtal, kan jämförpriset beräknas för det elområde som omfattar inmatad uppgift. På så sätt får konsumenten en så korrekt prisbild som möjligt.

5.2.1 Beräkning av jämförpris för elavtal

Nedan redogörs för den beräkningsmodell som tillämpas vid beräkning av jämförpris.

$$\frac{(\text{antal kilowattimmar (schablon)} \times \text{elpris}) + \text{årsavgift}}{\text{antal kilowattimmar (schablon)}} = \text{jämförpris}$$

Räkneexempel för 2000 kWh

Elpris*: 90 öre/kWh

Årsavgift: 360 kr (36 000 öre)

$$\frac{(2000 \text{ kWh} \times 90 \text{ öre}) + 36\,000 \text{ öre}}{2000 \text{ kWh}} = 108 \text{ öre/kWh}$$

*Elpriset i beräkningsmodellen avser det fullständiga elpriset vilket till exempel inkluderar moms, elcertifikatavgift och andra påslag.

Årsavgiften i beräkningsmodellen kan även motsvara den sammanlagda månadsavgiften per år.

Vid beräkning av jämförpris för elavtal med rörligt pris ska det elpris som tillämpats av elhandlaren föregående månad användas vid beräkning av jämförpriset.

Sammantaget ska beräkning av jämförpris grunda sig på den totala kostnad som konsumenten betalar till näringsidkaren för sin elkonsumtion, exklusive nätkostnaden.

5.3 Mobiltelefon med tillhörande abonnemang

I Konsumentverkets föreskrift KOVFS 2012:1 anges att priset för en mobiltelefon med tillhörande abonnemang är den minsta totala kostnaden, det vill säga det lägsta slutliga priset som konsumenten under alla omständigheter måste betala. Den minsta totala kostnaden omfattar enligt föreskriften samtliga obligatoriska kostnader. Obligatoriska kostnader är exempelvis engångskostnaden vid köpet av mobiltelefonen och tecknandet av abonnemanget samt den fasta periodiska kostnaden under bindningstiden för såväl telefonen som abonnemanget. Med mobiltelefon avses här även handdator, surfplatta eller motsvarande som erbjuds tillsammans med telefonabonnemanget.

Konsument
verket · KO

Konsumentverket, Box 48, 651 02 Karlstad
Telefon: 0771-42 33 00. [konsumentverket.se](https://www.konsumentverket.se)