

Informationsbrev angående marknadsföring av konsumentrecensioner

Konsumentverket är den centrala tillsynsmyndigheten på konsumentområdet. Myndigheten har bland annat till uppgift att som företrädare för det allmänna övervaka efterlevnaden av marknadsföringslagen.

Vid val av fastighetsmäklarföretag och fastighetsmäklare utgör konsumentrecensioner ett viktigt underlag för konsumenter. Under 2022 infördes en ny regel som anger vilken information som näringsidkare som tillhandahåller konsumentrecensioner ska lämna. Vid en överblick av olika företags webbplatser har vi kunnat konstatera att det förekommer brister i informationen som lämnas. Bristande information om konsumentrecensioner eller falska konsumentrecensioner kan leda till att konsumenten fattar ett affärsbeslut som den annars inte skulle ha gjort.

Av denna anledning vill vi informera er om gällande lagstiftning rörande användning av konsumentrecensioner i marknadsföring. Reglerna hittar vi i Marknadsföringslagen (2008:486), närmare bestämt 12 c § samt punkt 23 c i den så kallade Svarta listan (Bilaga 1 till Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder). Syftet med bestämmelserna är att stärka konsumentskyddet och säkerställa att marknadsföring som bygger på omdömen och betyg är tillförlitlig.

Tillämpliga regler

Enligt 12 c § marknadsföringslagen framgår att en näringsidkare som ger tillgång till konsumentrecensioner av produkter ska informera om huruvida näringsidkaren säkerställer att recensionerna kommer från konsumenter som har använt eller köpt produkterna och i så fall på vilket sätt det görs.

Av förarbetena (prop. 2021/22:174 s. 175) framgår att om en näringsidkare inte har ett system för att kontrollera äktheten av konsumentrecensioner så ska denne informera om det. Om ett sådant system finns ska näringsidkaren lämna information om hur kontrollerna utförs. Det kan exempelvis vara att näringsidkaren regelmässigt begär in information från den person som lägger ut en recension för att kontrollera att konsumenten faktiskt har använt eller

köpt produkten. Annan information som ska finnas med är hur genomsnittliga recensionspoäng beräknas och om samtliga recensioner publiceras eller om konsumenten enbart får ta del av positiva recensioner.

Informationen som lämnas ska vara tydlig. Enligt Konsumentverket ska informationen som avses i 12 c § MFL finnas direkt tillgänglig vid konsumentrecensionerna. En konsument ska inte behöva vidta någon ytterligare åtgärd för att ta del av den väsentliga informationen genom att t.ex. klicka på en hyperlänk eller på ett utfällbart informationsfält, det spelar således ingen roll om hyperlänken/informationsfältet är tydligt markerad och väl synlig. Om informationen inte lämnas direkt vid konsumentrecensionerna är den inte att betrakta som tydlig.

Informationen utgör väsentlig information enligt 10 § 3 st. marknadsföringslagen. Om väsentlig information utelämnas vid marknadsföring är det att anse som ett s.k. vilseledande utelämnande enligt 10 § 3 st. MFL. Med vilseledande utelämnande avses inte bara fall då informationen helt saknas utan även när den ges på ett ”oklart, obegripligt, tvetydigt eller annat olämpligt sätt”. Vilseledande marknadsföring är att anse som otillbörlig enligt 8 § 1 st. MFL om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

En näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig får förbjudas fortsätta med denna. En näringsidkare kan även åläggas att lämna väsentlig information. Ett förbud eller åläggande ska som huvudregel förenas med vite, enligt 23–24 och 26 §§ MFL.

Falska konsumentrecensioner

Det finns något som kallas för ”Svarta listan” inom marknadsföring och den bygger på ett EU-direktiv (direktivet om otillbörliga affärsmetoder). Svarta listan är en lista med marknadsföringsmetoder som under alla omständigheter är förbjudna (otillbörliga).

Av vilseledande affärsmetoder och punkt 23 c i Svarta listan framgår att det är otillbörligt att lägga ut eller ge en annan juridisk eller fysisk person i uppdrag att lägga ut falska konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer, eller ge en vilseledande bild av konsumentrecensioner eller konsumentrekommendationer på sociala medier för att göra reklam för produkter.

Har ett företag använt sig av falska konsumentrecensioner på ett sätt som ovan är det otillbörligt enligt MFL eftersom det är i strid med svarta listan (se 4 + 8 §§ MFL).

En näringsidkare vars marknadsföring är otillbörlig får förbjudas fortsätta med denna. En näringsidkare kan även åläggas att lämna väsentlig information. Ett

förbud eller åläggande ska som huvudregel förenas med vite, enligt 23–24 och 26 §§ MFL.

Rättelse vid eventuella brister

Konsumentverket vill med detta informationsbrev uppmärksamma om gällande lagstiftning rörande användning av konsumentrecensioner i marknadsföring. Vi rekommenderar att rutiner för hantering av konsumentrecensioner ses över och att det säkerställs att marknadsföringen uppfyller lagens krav. Konsumentverket kan komma att följa upp detta informationsbrev. Vid en eventuell uppföljning kommer vi endast att utföra tillsyn av fastighetsmäklarföretag.

Detta brev ska inte besvaras.

Daniel Elm

Jurist

På www.konsumentverket.se/foretag hittar du mer information för dig som företagare.