



FORBRUKEROMBUDET

Rema 1000 Franchise Norge AS
Postboks 6428 Etterstad
0605 OSLO

Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 15/575-10 og 15/703
Saksbehandler: Gustav Norman
Dir.tlf: 93 08 10 40

Dato:
21.04.2015

Rema 1000 - bruk av prissammenligninger og billigst-påstand

Vi viser til tidligere korrespondanse og vårt møte tirsdag 14. april 2015 avholdt i Forbrukerombudets lokaler i Nydalen.

Forbrukerombudet har i perioden mottatt flere klager på Remas kampanjer. Det vises til henvendelsene fra Coop Norge Handel AS datert 25. februar og 6. mars 2015, samt henvendelsene fra Norgesgruppen ASA datert 12. og 25. mars 2015.

Under møtet ble også flere forhold fra disse klagen tatt opp.

Bruken av pristester i markedsføring

Som vi ga uttrykk for i møtet må det alltid henvises klart og tydelig til de aktuelle pristestene som benyttes i markedsføringen, enten det er tester fra Enhver.no, VGs matbørs eller tester fra andre aktører. Videre må slike pristester ikke brukes for mer enn de er verdt. Dette innebærer blant annet at viktige forutsetninger for og begrensninger ved pristesten må fremgå tydelig av markedsføringen.

For eksempel må det tydelig angis at testen har begrenset geografisk omfang ved at det vises til hvilke steder prisene er innhentet. Er prisene innhentet i Sandnes og Stavanger er det viktig at dette kommer tydelig frem i markedsføringen, særlig gjelder dette når pristesten markedsføres i riksdekkende medier.

Videre må det tydelig angis at testen omfatter et begrenset vareutvalg og det må henvises til hvor forbrukeren kan finne en oversikt over de varer som er testet, såfremt denne informasjonen ikke er tatt inn i annonsen. Informasjonen må være lett tilgjengelig for forbrukeren, hvilket innebærer at det for eksempel ikke kan stilles krav om at forbrukeren må opprette en brukerprofil for å få tilgang til informasjonen.

Som følge av at prisene i dagligvarebransjen justeres hyppig må også datoen for innhenting av prisene tydelig angis i markedsføringen.

De ovennevnte opplysninger må gis slik oppmerksomhetsverdi, i alle medieflater, at forbrukeren faktisk får informasjonen med seg. Dette forutsetter at faktorer som blant annet plassering av informasjonen i forhold til øvrig informasjon, skriftstørrelse og fargebruk vil ha betydning. Særlig har vi sett at liten skriftstørrelse er et problem ved bruken av boards. Vi ber dere gjennomgå egen markedsføring for å sørge for at informasjonen fremkommer tydeligere også på disse markedsføringsflatene.

«Laveste pris»-påstander

Som forelagt dere i møtet har vi registrert at Rema fremdeles aktivt benytter påstander om «laveste pris» en rekke steder i markedsføringen, deriblant på TV, egne hjemmesider og egne Facebook-sider. Enkelte steder benyttes påstandene i tilknytning til enkeltstående varer, som for eksempel skreifilet til laveste pris. Dere hevder å ha foretatt egne prisundersøkelser som underbygger at påstanden er riktig og mener således å kunne dokumentere dette. Forbrukerombudet gjør det klart at Rema må være forberedt på å dokumentere påstandene når vi ber om det. Dokumentasjonen må foreligge på markedsføringstidspunktet.

Påstander om lavest pris er også brukt mer generelt og det kan vises til påstander om «kvalitetsvarer til laveste pris», «kyllingmiddag til laveste pris», «helgehandelen til laveste pris» og «den ferskeste sjømaten til laveste pris». Forbrukerombudet tviler på at Rema kan dokumentere disse påstandene. I etterkant av møtet har vi foretatt en rask sjekk av Remas hjemmesider og finner at nye generelle påstander om at Rema har «grillmat til den aller laveste prisen» er lagt ut på hjemmesidene deres 20. april 2015, til tross for at Rema tilsynelatende erkjente i vårt møte at slike påstander vanskelig kunne dokumenteres. Dette viser behovet for at Rema nå foretar en grundig gjennomgang av sin markedsføringspraksis på dette punkt.

Vi ber dere umiddelbart om å gjennomgå all markedsføring og fjerne påstander som dere ikke allerede har sikker dokumentasjon for.

«Den ferskeste skreien» og lignende påstander

Som vist til i møtet har Forbrukerombudet mottatt en klage fra NorgesGruppen ASA som klager inn deres markedsføring av skrei. Kopi av klagen ble overlevert Rema 1000 i møtet. Når det gjelder påstanden om at Rema har den ferskeste skreien påpeker Forbrukerombudet at påstanden bare kan benyttes dersom Rema kan dokumentere at påstanden faktisk er riktig. Vi tar ikke saken til videre behandling på nåværende tidspunkt, men gjør oppmerksom på at vi vil kunne be om dokumentasjon for påstanden på et senere tidspunkt.

Bransjenormen om sammenlignende reklame

Forbrukerombudet ser på bransjenormen som et viktig virkemiddel for å få god sammenlignende markedsføring innenfor lovens regler, og oppfatter Rema slik at de delte

dette synet, men at de hadde innspill til visse endringer i normen. Disse tas opp på et senere møte i regi av Virke.

* * *

Vi ber Rema bekrefte at de gjennomgår markedsføringen sin og foretar de endringer som er nødvendige, og ber om svar innen **14. mai 2015**.

Med vennlig hilsen
for Forbrukerombudet

Jo Gjedrem
fagdirektør

Vedlegg:

Klage fra Coop Norge Handel AS datert 25.02.2015 og 06.03.2015

Klage fra NorgesGruppen ASA datert 12.03.2015 og 25.03.2015

Kopi:

Coop Norge Handel AS
v/Advokatfirmaet Wiersholm AS

NorgesGruppen ASA
v/Advokatfirma Ræder