

Saksbehandler:	Vår dato:	Vår referanse:	Deres dato:	Deres referanse:
Bjørnar Eilertsen	01.12.2011	11/3055 - 3	13.10.2011	201006528-GEHFPS

## Samordning av offentlige prisportaler – Forbrukerrådets kommentarer

Vi viser til brev av 13.10.11 og vedlagte rapport Samordning av offentlige prisportaler, hvor vi blir invitert til å komme med våre kommentarer om rapportens vurderinger og anbefalinger. Forbrukerrådet er i hovedsak enig i rapportens konklusjon og anbefalinger. Offentlige pris-/markedsportaler<sup>1</sup> rettet mot forbrukere er, etter vårt syn, best tjent med felles profilering, slik at de har størst mulighet til å være kjent og tilgjengelig for flest forbrukere. Vi støtter også vurderingen i rapporten om at allerede eksisterende portaler ikke nødvendigvis skal legges til en sentral forvalter. Vår oppfatning er at det er hensiktsmessig at telepriser.no fortsatt forvaltes og drives av Post- og teletilsynet, men at nye offentlige finansierte pris-/markedsportaler legges til en sentral forvalter. Vi er positive til å overføre Kraftprisoversikten fra Konkurransetilsynet til Forbrukerrådet, forutsatt finansiering.

### Forbrukerrådets strategi om markedsportaler

Forbrukerrådet eier, driver og videreutvikler Finansportalen. Siden oppstart i januar 2008 har Finansportalen hatt et jevnt snitt på 8-10.000 unike besøkende hver uke. All den informasjonen som vises i Finansportalen hadde ikke kommet til uten et godt samarbeid med bransjen. I tillegg har Forbrukerrådet fått i oppdrag fra Helse- og omsorgsdepartementet å utvikle og drive en markedsportal for tannhelsetjenester. Denne skal hjelpe forbrukerne til å skaffe seg oversikt og kunne sammenligne tannhelsetilbud. Tannhelseportalen skal lanseres første halvår 2012. Forbrukerrådet jobber for at det etableres flere pris-/markedsportaler for å fremme både forbruker- og konkurransepolitiske mål. En pris- og kvalitetsbevisst forbruker vil bidra til økt konkurranse, riktige priser og effektivitet i økonomien. God og nøytral informasjon gjennom offentlige portaler vil gjøre det vanskeligere for tilbyderne å utnytte forbrukernes manglende kunnskap. Dette igjen vil kunne bidra til å skjerpe konkurransen i de ulike markedene. Markedsportaler er dynamiske, digitale verktøy som skal gi forbrukerne god og sammenliknbar informasjon i uoversiktlige markeder.

En offentlig markedsportal bør i størst mulig grad bidra til at den enkelte forbruker får fullstendig og oppdatert informasjon om alle alternative valg som er tilgjengelig i markedet. Med fullstendig og oppdatert informasjon menes både at egenskapene ved alle produkter og

<sup>1</sup> Forbrukerrådet har valgt å benytte begrepet markedsportaler fordi vi mener at et marked ofte har egenskaper ved produktene utover pris som er avgjørende for forbruker. I tillegg skal denne type portaler i så stor grad som mulig vise hele markedet. Vi mener derfor at markedsportaler er et mer presist begrep.

tjenester gjøres synlig, slik at forbrukeren forholder seg til et mest mulig gjennomslukt marked, samt at informasjonen forbrukeren mottar er korrekt og gyldig i kjøpsøyeblikket. Tre dimensjoner bør ligge til grunn; at informasjonen er både korrekt, fullstendig og løpende oppdatert.

Målet om at markedsportaler skal gi forbrukeren innsikt i valgmulighetene før kjøpsbeslutningen, er sentralt for at forbrukeren skal høste størst mulige fordeler i markedet.

På et mer operasjonelt nivå, er målene for en offentlig markedsportal følgende:

En offentlig markedsportal skal for forbrukerne

- Sammenstille: Skape et oversiktlig totalbilde av produktene eller tjenestene innenfor et marked, slik at forbruker kan danne seg et grundig beslutningsgrunnlag basert på pris og kvalitet. En markedsportal kan også informere om forskjellige egenskaper og kvaliteter ved et produkt, for eksempel miljøegenskaper. Dermed kan konkurransen øke på grunnlag av egenskapene man velger å fremheve.
- Formidle: En markedsportal skal formidle data og informasjon på en pedagogisk og lett tilgjengelig måte.
- Forenkle: En markedsportal skal spare forbrukeren for en tidkrevende innhenting av en lang rekke enkeltopplysninger.

En offentlig markedsportal skal for leverandørene

- Gi større åpenhet rundt priser, egenskaper ved produkter og markedsstrukturer.
- Føre til skjerpet konkurranse.
- Utgjøre en arena for å presentere sine produkter overfor kundene på en etterrettelig og positiv måte.
- Utgjøre en arena for å få nye kunder, beholde eksisterende kunder og merkevarebygging.

## **Felles profilering**

Pris-/markedsportaler skal alltid ha forbrukerperspektivet og forbrukeren i fokus. Prisportalene opprettes for forbrukerne og en prisportals kjernevirksomhet er forbrukeropplysning. Det er liten tvil om at samlokalisering og felles profilering av offentlige prisportaler gir større mulighet til å være relevante for forbruker. En felles inngang til flere portaler vil kunne gi gode synergieffekter og gjøre forbrukeren oppmerksom på portaler i andre markeder enn den man i utgangspunktet var på jakt etter. Det bør også vektlegges at brukervennligheten i de forskjellige prisportalene er relativt lik, slik at terskelen for å ta de i bruk for forbruker er lavest mulig.

## **Faglig kvalitetssikring**

Faglig kvalitetssikring av innholdet kan ivaretas på ulike måter. Blant annet kan relevante fagorganer delta i planlegging, forarbeider og utvikling av faglig kravspesifikasjon. Deretter vil det være naturlig at forvalteren overtar ved at det etableres et fagmiljø for den enkelte portal. Fagmiljøet knyttet til hver enkelt portal må dimensjoneres etter kompleksiteten i markedet. Det videre samarbeid med relevante fagorgan vil variere avhengig av samme grunn. Det kan være hensiktsmessig at det legges til rette for en modell som sikrer hvordan ansvarlige fagorganer på ulike områder involveres i arbeidet med prisportalene. På lik linje med at informasjonen som presenteres, vil daglig leder av portalen også stå ansvarlig for datakvalitet og brukervennlighet. Forbrukerrådet har som overordnet prinsipp for eksisterende markedsportaler, at en offentlig finansiert markeds-/prisportal må oppleves som relevant for forbrukere, bransje og myndigheter. Arbeidet med Finansportalen og markedsportal for tannhelsetjenester gjøres i tråd med ovennevnte prinsipp. Dette krever blant annet at vi kvalitetssikrer faglig innhold i samråd med fagorganer. En slik modell er en forutsetning i utviklingen av markedsportal for tannhelsetjenester i regi av Forbrukerrådet. Her vil Helsedirektoratet i stor grad bidra til at det faglige innholdet i portalen er korrekt. I tillegg til fagorganer vil det i mange tilfeller også være viktig at Konkurransetilsynet involveres. Dette gjelder både for eksisterende portaler og eventuelle etableringer av nye prisportaler.

## Tilgang til portalens innhold

Både fagorganer og Konkurransetilsynet kan fritt bruke innholdet i portalene for å ivareta sine oppgaver, eksempelvis regulatoriske oppgaver. I praksis kan alle få tilgang til informasjonsgrunnlaget i Finansportalen. En aktør kan bruke, lagre, prosessere, reproducere, tilgjengeliggjøre, distribuere og redistribuere datagrunnlaget i den form de ønsker.<sup>2</sup>

## Finansiering av offentlige pris-/markedsportaler

Når det gjelder finansiering av nye portaler, velger vi å trekke et skille mellom finansiering av utvikling og finansiering av ordinær drift. Hvordan finansiering av utvikling skjer vil variere avhengig av initiativ og hvilket departement som eier politikkområdet. Fremtidig finansiering av pris-/markedsportalers ordinære drift bør imidlertid skje i øremerket bevilgning fra eierdepartementet til forvalter. Dette er i tråd med finansieringen av nåværende markedsportaler i regi av Forbrukerrådet. Vår erfaring tilsier at dette er en løsning som sikrer stabil finansiering og gir muligheter for eierdepartementet til innflytelse på den enkelte portal gjennom tildelingsbrev.

## Ansvar for å forvalte offentlige prisportaler

I rapporten under punkt 6.2 vurderes det hvilken aktør som bør få ansvaret for å forvalte de offentlige prisportalene. Vi støtter oss til de fire forholdene som er særlig nevnt under dette punktet: formåleffektivitet, kompetanse, kostnadseffektivitet og gjennomførbarhet. Når det gjelder formåleffektivitet berører arbeidet med offentlige prisportaler flere politikkområder, blant dem forbrukerpolitikk, konkurransepolitikk og forvaltningspolitikk. Vi mener at pris-/markedsportaler er viktige virkemidler på alle de ovennevnte områdene, men klart viktigst som et forbrukerpolitisk virkemiddel. Ofte vil det være vanskelig, og i praksis umulig, for den individuelle forbruker å skaffe seg full oversikt over tilbudet i et marked. På den annen side oversvømmes man av informasjon, særlig om man regner med mengden av markedsføring og reklame. Den enkelte forbrukers begrensede kapasitet når det gjelder informasjonsbehandling er derfor et viktig premiss når man betrakter hvordan et marked fungerer. Det er på denne bakgrunn informasjon blir viktig som forbrukerpolitisk virkemiddel. Forbrukerrådet er en interesseorganisasjon for alle forbrukere av varer og tjenester i Norge. Vi skal arbeide for økt forbrukerinnflytelse i samfunnet, bidra til en forbrukervennlig utvikling og fremme tiltak som kan bedre forbrukernes stilling. I lys av det er vi enige i rapportens anbefaling, og mener at Forbrukerrådet bør være den foretrukne aktør for å ivareta rollen som sentral forvalter av offentlige pris-/markedsportaler.

I vurderingen av kompetanse er vi åpne for at flere aktører kan være relevante i forskjellige markeder. Vi mener imidlertid som tidligere nevnt at en pris-/markedsportals fremste oppgave er forbrukeropplysning og at det derfor er behov for at forvalteren av portalen har god kompetanse om forbrukernes behov.

I hensynet til kostnadseffektivitet er vi enige i rapportens syn om at det vil være hensiktsmessig å legge forvalteransvaret for nye pris-/markedsportaler til en av virksomhetene som har ansvar for de eksisterende portalene. I forbrukerrådet har vi allerede begynt å dra kostnadsmessige gevinster av å planlegge felles forvaltnings- og driftsavtaler både markedsportal for tannhelse, Finansportalen og Forbrukerrådets egne nettsider.

Når det kommer til gjennomførbarhet peker rapporten også her på Forbrukerrådet. I etablering og drift av Finansportalen og markedsportal for tannhelse har Forbrukerrådet opparbeidet seg god kompetanse på brukerorientering, samarbeid med bransje og fagorgan, innkjøp, teknisk utvikling og drift av pris-/markedsportaler. I Forbrukerrådets langsiktige strategi og gjennom

---

<sup>2</sup> Retten til bruk av Finansportalens informasjonsgrunnlag forutsetter at aktøren overholder fem betingelser knyttet til kildeoppgivelse, ikke-selektiv gjengivelse, oppdatering, brukertilbakemeldinger og statistikk.

<http://www.finansportalen.no/Forsiden/Bruk+av+v%C3%A5re+data>

rapporten "Nye markedsportaler – en mer opplyst forbruker" gjør Styret og organisasjonen det klart at vi mener det er behov for pris-/markedsportaler i flere markeder og vil jobbe for å få til dette.

Forbrukerrådet stiller seg positiv til å ta rollen som sentral forvalter av pris-/markedsportaler.

Med hilsen  
for **FORBRUKERRÅDET**

Irene Solberg  
Assisterende direktør

Bjørnar Eilertsen  
seniorrådgiver

*Dette dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ikke signatur.*