

UTTALANDE

Den 19 december 2008 i ärende 3/2008 angående TV-reklam för fondsparande som påståtts strida mot god sed genom att alltför otydligt visa riskinformation, inte visa ett för fondbolaget representativt exempel samt genom att ge ett intryck av att sparandet är garanterat, då någon sådan garanti inte utställts.

Anmälare:

Jan Jönsson, Skärholmen

Svarande:

Odin Fonder, Stockholm

ENF:s avgörande

ENF finner med hänvisning till punkterna 2.1, 2.2 och 2.7 i Fondbolagens Förenings riktlinjer för information och marknadsföring av fonder, samt rådgivning (riktlinjerna) att Odin Fonder har handlat i strid med god sed vid marknadsföringen av fonder genom att i TV-reklam framställa avkastning på ett sätt som inte ger ett balanseerat helhetsintryck och därför inte uppfyller kravet på vederhäftighet samt genom att underlåta att ge tydlig riskinformation.

Nämnden finner inte att framställningen av avkastningen ger intryck av att utgöra en garanti.

Bakgrund till anmälan

Odin Fonder (Odin) har i marknadsföring av sina fonder använt sig av TV-reklam som återger ett telefonsamtal mellan en kund och en av Odins anställda. Telefonsamtalet är illustrerat av vita och svarta textremsor som i högt tempo visas mot blå bakgrund och poängteras av att vissa ord ringats in av pratbubblor etc. Hela reklamfilmen är ca 30 sekunder lång. Telefonsamtalet lyder som följer:

- Välkommen till ODIN Fonder, det är Fredrik.
- Nämen hej du, ehumm... Jag var på middag igår och så hamnade jag i en diskussion om månadssparande. För jag månadssparar i Odin Fonder då.
- På ditt saldo alltså?
- Ja precis, precis, ehmm... Hur mycket har det blivit?
- Då ska vi se... du har alltså sparat 500 kronor i månaden i 10 år Lilly och du har nu 150 727 kronor på kontot.

Därefter hörs en duns illustrerad av gula stjärnor, ordet ”duns” och flera utrops-tecken, varpå den anställde hos Odin säger: ”Hallå, hallå...”- På sista bilden visas, under ca 3 sekunder, webbadressen www.odinfonder.se, Odins logotyp samt en finstilt text som lyder:

Värde 150 727 kr avser månadssparande i ODIN Sverige på 500 kr/månad under 10 år t.o.m. 2008-05-28. Avgift för entré 3 %, förvaltning 2 % per år och uttag 0,5 % är inräknat. OMXSB Cap GI under samma period: 100 347 kr.

Historisk avkastning är ingen garanti för framtida avkastning. De pengar som placeras i fonder kan både öka och minska i värde och det är inte säkert att du får tillbaka hela det insatta kapitalet. Beställ prospekt, faktablad och informationsmaterial från ODIN Fonder.

Anmälan

Anmälaren har gjort gällande att Odin Fonder i TV-reklamen inte lämnat någon riskinformation alternativt givit alltför otydlig riskinformation eftersom den text som visas på sista bilden inte går att läsa (anmärkning 1) samt att reklamfilmen ger intryck av att kunden garanteras en värdeutveckling på 151 % vid sparande i Odins fonder (anmärkning 2). Vidare framhåller anmälaren att inte alla Odins fonder givit lika hög avkastning som den som återges i filmen, något som han menar inte framgår av reklamfilmen (anmärkning 3).

Svaromål

Odin har bestritt att reklamfilmen skulle strida mot god sed för fondmarknadsföring och har till stöd för detta anfört i huvudsak följande.

Påståendet att reklamfilmen inte innehåller någon information om risk är inte korrekt. På sista bilden visas en eftertext som uppfyller de krav som ställs i Fondbolagens Förenings riktlinjer. Vidare har man med stor stil hänvisat till Odins hemsida där man kan erhålla ytterligare information. Odin menar att TV som medium kräver att reklamen hålls förhållandevis kort. Detta innebär att eftertexten inte kan visas under tillräckligt lång tid för att alla TV-tittare ska ha möjlighet att läsa den. Odin menar att det är viktigare att det tydligt framgår vart man ska vända sig för att få mer information. Därför har hänvisningen till Odins hemsida satts i så stor stil att det inte kan undgå någon var ytterligare information finns att tillgå.

Det finns ingenting i reklamfilmerna som ger uttryck för någon ”garanterad” eller ”säker” avkastning eller någon liknande utfästelse. Den historiska avkastningen är korrekt uträknad.

När det gäller redovisningen av fondens utveckling har Odin följt föreningens riktlinjer.

Odin beklagar att anmälaren har reagerat så starkt mot reklamfilmen och att han inte vänt sig direkt till Odin. Odin tar dock till sig av kritiken.

ENF:s bedömning

Anmälan skall bedömas mot bakgrund av punkt 2.1 med allmänna krav på marknadsföring av fonder, punkt 2.2 med krav på hur man redovisar tidigare uppnådd avkastning samt punkt 2.7 om riskinformation.

Anmärkning 1: Riskinformationen

Enligt punkt 2.7. i riktlinjerna skall det vid marknadsföring av fonder alltid framgå att sådana investeringar innebär en risk. I riktlinjerna ges ett exempel på hur riskinformationen kan utformas. Det finns inget krav att just denna text skall användas men det anges att riskinformationen inte får ges en undanskymd plats. Av riktlinjernas punkt 2.1 framgår också att all information skall vara tydlig.

Kravet på riskinformation gäller vid marknadsföring av specifika fondprodukter men inte vid reklam som endast är av institutionell karaktär, s k corporative advertising. I det inledande telefonsamtalet i filmen talas visserligen om Odin fonder i allmänhet, men genom att där med siffror anges konkret avkastning kan reklamen inte ses som av uteslutande institutionell karaktär utan som marknadsföring av en konkret fondprodukt. Detta är så mycket mera uppenbart som det i de avslutande bilderna, låt vara mycket finstilt, finns detaljerade förutsättningar för hur den återgivna avkastningen räknats fram. Kravet på riskinformation är således tillämpligt.

Visserligen innehåller den påtalade filmen i de avslutande bilderna den text som ges som exempel i punkt 2.7 i riktlinjerna. Texten har dock satts i så liten stilgrad och visas tillsammans med annan text under så kort tid att det är helt omöjligt för tittaren att kunna ta del av den. Riskinformationen har därmed getts en undanskymd plats och uppfyller inte riktlinjernas krav på tydlighet.

Nämnden finner anledning att betona att information som är obligatorisk i fondreklam måste presenteras på ett sådant sätt att konsumenten har en rimlig möjlighet att tillgodogöra sig innehållet. Punkt 2.7 i riktlinjerna ger inte utrymme för tolkningen att informationskravet skulle vara uppfyllt endast genom en hänvisning till exempelvis information på företagets hemsida.

Anmärkning 2: Garanterad avkastning

Anmälaren har gjort gällande att TV-reklamen skulle ge intrycket av garanterad och säker avkastning. I reklamen förekommer dock enligt nämndens mening ingenting som kan uppfattas som ett påstående om säker avkastning. Endast det förhållandet att riskinformationen, såsom nämnden nyss funnit, är bristfällig leder inte heller till att tittaren ges föreställningen om att viss avkastning kan ses som säker eller garanterad.

Nämnden finner inte att framställningen i reklamfilmen ger intryck av att avkastningen garanteras. Det finns därför inte skäl till någon kritik mot Odin i detta avseende.

Anmärkning 3: Icke representativt urval

Enligt punkten 2.1 i riktlinjerna skall marknadsföring av fonder ske i enlighet med god marknadsföringssed. Detta innebär bland annat att det ställs krav på ett balanserat och vederhäftigt helhetsintryck. Detta allmänna marknadsrättsliga krav gäller oberoende av om marknadsföringen är av institutionell karaktär eller avser en specifik fondprodukt

Nämnden har ovan under anmärkning 1 funnit att reklamfilmen måste ses som marknadsföring av en specifik fondprodukt. I den avslutande bilden anges också att avkastningsberäkningen avser fonden Odin Sverige. I den dominerande telefonscenen talas dock om Odin Fonder i allmänhet utan närmare specificering av viss fond. I likhet med riskinformationen återges avkastningsberäkningen, vilken i sig framstår som korrekt, så finstilt och under så kort tid att den inte kan uppfattas. Även om förhållandet inte direkt påtalats finner nämnden anledning att framhålla att denna information liksom riskinformationen inte uppfyller riktlinjernas krav på tydlighet. Tittaren bibringas mot bakgrund härav naturligen uppfattningen att reklamen avser Odins verksamhet i allmänhet och att de siffror som presenteras är representativa för alla Odinfonder, vilket inte är fallet.

Nämnden finner därför att reklamfilmen ger ett obalanserat helhetsintryck och den därmed inte uppfyller de krav på vederhäftighet som följer av god marknadsföringssed.

Avgift

Enligt § 19 nämndens stadgar bör vid ett fällande avgörande en avgift normalt tas ut av medlemsbolag i Fondbolagens Förening. ENF-avgiften uppgår f.n. till 50 000 kr. Nämnden anser i detta fall att avgiften med hänsyn till omständigheterna kan jämkas till hälften.

I ENFs uttalande har deltagit ordföranden Axel Edling, vice ordföranden Torsten Brink samt ledamöterna Per Axelson, Hans Ek, Anders Backman, Eva Gottfridsdotter-Nilsson och Ulla Öhrn. Föredragande har varit Eva Broms.

Uttalandet är enhälligt.

Axel Edling

Eva Broms