

**Beslut**

Datum

2025-11-17

Dnr

2025/685

H & M Hennes & Mauritz Sverige  
AB  
Mäster Samuelsgatan 46A  
106 38 Stockholm

**Beslut**

Konsumentombudsmannen (KO) förbjuder H & M Hennes & Mauritz Sverige AB (nedan H & M), 556151-2376, vid vite om 2 000 000 kr att vid tillhandahållande av kläder med angivande av att priset sänkts på sätt som skett i bilagan eller på väsentligen liknande sätt, påstå eller ge intryck av att ett tillämpat pris i ett erbjudande utgör en prissänkning då ett lägre pris tillämpats under de senaste 30 dagarna före prissänkningen.

**Information till näringsidkaren**

Beslutet innebär inte att näringsidkaren blir skyldig att betala det förelagda vitet. Vitet aktualiseras endast om näringsidkaren överträder beslutet och domstol på KO:s begäran beslutar att näringsidkaren ska betala vitet.

## Skäl

### Bakgrund

H & M marknadsför och säljer kläder, kosmetik och heminredning. Bolaget bedriver handel i fysiska butiker och via en e-handelsbutik under domänen hm.com/sv. Bolagets nettoomsättning för 1 december 2023 till 30 november 2024 uppgift till cirka 7,8 miljarder kronor.

Konsumentverket öppnade ett tillsynsärende år 2023 mot H & M angående lång reaperiod. Ärendet avslutades mars 2024 då H & M bland annat uppgett att de kontinuerligt arbetar med att säkerställa regelefterlevnad.

I maj 2025 inledde Konsumentverket ett nytt tillsynsärende med anledning av att myndigheten uppmärksammat att bolaget angett ett högre försäljningspris än det lägsta pris som tillämpats de senaste 30 dagarna. H & M har i sitt yttrande till Konsumentverket uppgett att samtliga priser presenterats på ett tydligt sätt som inte är vilseledande för konsumenter eller påverkat deras förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut. Vidare uppgav H & M att försäljningspriset har varit lägre än originalpriset och att konsumenten haft all relevant information om produktens pris innan köpet gjorts vilket har varit förenligt med kraven i 7 a § PIL. H & M uppger också att bolaget kommer att utveckla och distribuera tydliga interna riktlinjer till alla relevanta avdelningar för att säkerställa att försäljningspriset vid kommunicerad prisreduktion aldrig är samma som, eller högre än, det tidigare lägsta priset. Utbildningar kommer även genomföras för bolagets personal.

### Prisangivelse

#### Morgonrock

I marknadsföringen den 22 april 2025 för produkten ”Jacquardmönstrad morgonrock” (nedan morgonrock) anges ett överstruket referenspris 899 kr och ett försäljningspris 549 kr i röd färg. Vidare anges ett lägsta pris de senaste 30 dagarna 349 kr (se bilaga). Produktens försäljningspris 549 kr är därmed högre än det angivna tidigare lägsta priset 349 kr.

#### Tillämpliga regler

Av 7 a § PIL framgår att om en produkt tillhandahållits med angivande av att priset sänkts ska även det tidigare priset anges ”som näringsidkaren har tillämpat för produkten under de senaste 30 dagarna före prissänkningen. Om priset under denna tid har sänkts gradvis, ska i stället det pris som gällde före den första prissänkningen anges. ”En prissänkning kan anges till exempel genom att näringsidkaren presenterar det nya priset med en hänvisning till ett tidigare överkryssat pris, priset är inom parentes eller genom att använda

uttryck såsom rea eller kampanj. (Se Patent- och marknadsdomstolens dom i mål nr PMT 15468–23, Jollyroom AB ./ Twistshake of Sweden AB).

Av praxis från EU-domstolen framgår att ett försäljningspris som av näringsidkare i en annons angetts som sänkt inte får vara detsamma som det tidigare lägsta priset eller högre än det priset (se EU-domstolens dom i mål C-330/23, Aldi Süd).

Det är näringsidkaren som har bevisbördan för att det uppgivna tidigare lägsta priset är korrekt. Av 12 § PIL framgår att om en näringsidkare inte lämnar prisinformation enligt bland annat 7 a § ska marknadsföringslagen (2008:486, MFL) tillämpas. Sådan prisinformation ska då anses vara väsentlig enligt 10 § tredje stycket MFL.

Det följer av 10 § tredje stycket MFL att näringsidkare inte får utelämna väsentlig information i marknadsföringen av sin egen eller någon annans näringsverksamhet. Med vilseledande utelämnande avses även sådana fall när den väsentliga informationen ges på ett oklart, obegripligt, tvetydigt eller annat olämpligt sätt.

En marknadsföringsåtgärd som skett i strid med 10 § MFL är, enligt 8 § första stycket samma lag, att anses som otillbörlig om den påverkar eller sannolikt påverkar mottagarens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut.

Vid bedömning av om en marknadsföringsåtgärd är otillbörlig är utgångspunkten att marknadsföringen ska bedömas med hänsyn till hur den uppfattas av en genomsnittskonsument som är normalt informerad samt skäligen uppmärksam och upplyst, med beaktande av sociala, kulturella och språkliga faktorer. Marknadsföringsåtgärden bedöms i det sammanhang den förekommer och vid en flyktig läsning.

Enligt 23 § MFL kan vilseledande påståenden förbjudas. Enligt 28 § MFL får KO i fall som inte är av större vikt meddela sådana förbud. Föreläggandet ska förenas med vite, om det inte av särskilda skäl är obehövligt.

## Bedömning

### Genomsnittskonsument

KO konstaterar att den aktuella marknadsföringen har avsett kläder. Med hänsyn till produkternas karaktär och användningsområden bedömer KO att genomsnittskonsumenten ska tas ur en grupp som bestäms till konsumenter i allmänhet.



**Vilseledande påstående om prissänkning**

Det är utrett i ärendet att H & M i annonsen för morgonrocken lyft fram försäljningsprisets fördelaktighet genom att rödmarkera försäljningspriset och stryka över ett högre pris. Försäljningspriset är dock högre än det lägsta pris som tillämpats under de senaste 30 dagarna (se bilaga).

Förfarandet står i strid med 7 a § PIL och 10 § MFL jämfört med 12 § PIL och är otillbörligt då det har påverkat, eller sannolikt påverkat, genomsnittskonsumentens förmåga att fatta ett välgrundat affärsbeslut enligt 8 § MFL.

**Föreläggande vid vite**

För att säkerställa att bolaget fortsättningsvis efterföljer lagstiftningen finns det skäl att meddela förbud med den formuleringen som framgår av beslutet. Beslutsunkten har formulerats så att de inte ska kunna kringgå genom smärre justeringar från bolagets sida.

Det saknas särskilda skäl som motiverar ett avsteg från huvudregeln om att beslut ska förenas med vite. Med hänsyn till bolagets årsomsättning och att det är fråga om överträdelse av regler som ska skydda angelägna konsumentintressen borde vitet normalt bestämmas till 3 000 000 kr. Med anledning av att överträdelsen varit begränsad och att bolaget vidtagit åtgärder för att säkerställa att överträdelsen inte ska upprepas sänks vitet till 2 000 000 kr.

Då ärendet inte är ett fall av större vikt får beslut meddelas av Konsumentombudsmannen.



Maja Lindstrand  
Rättssakkunnig

#### HUR MAN ÖVERKLAGAR

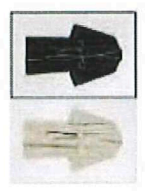
Beslutet överklagas skriftligt. I skrivelsen ska Ni ange vilket beslut som överklagas och vilken ändring i beslutet Ni begär. Skrivelsen ställs till Patent- och marknadsdomstolen men skickas till KO. Överklagandet ska ha kommit in till KO inom tre veckor från den dag Ni fick del av beslutet.



JACQUARDMÖNSTRAD MORGONROCK 

**549,00 kr.** 699,00 kr.  
Lågst pris de senaste 30 dagarna: 349,00 kr. ⓘ

FÄRIG: Svart/Mönstrad



VÄLJ STORLEK

S/M

L/XL

STORLEKSGUIDE

LAGG TILL

Hitra | butik KOLLATILLGÅNGLIGHET

RECESSIONER [37] ★★★★★ 4.4

UPPLEVD STORLEK

Liten

Perfekt

Stor

LÄNGD

Kort

Perfekt

Lång