



## Energiklagenemnda

---

### **Energiklagenemndas avgjørelse 11. oktober 2023**

**Sak:** 2023/0279

**Klager:** Lnett AS

**Prosessfullmektig** Advokatene Ole Christoffer Ellingsen og Charlotte Heberg Trondal ved Advokatfirmaet Thommessen AS

**Saken gjelder:** Klage på pålegg om endring av foretaksnavn

*Saken gjelder klage fra Lnett AS på pålegg om endring av foretaksnavn fattet av Reguleringsmyndigheten for energi (RME) den 11. januar 2023. RME konkluderte med at foretaksnavnet Lnett var i strid med forskrift 24. oktober 2019 nr. 1413 om netregulering og energimarkedet (NEM) § 4-18. RME ga på denne bakgrunn pålegg om retting av foretaksnavn, jf. NEM § 8-1 første ledd. Energiklagenemnda opphevet RMEs vedtak.*

#### **Energiklagenemndas medlemmer:**

Nemndsleder Per Conradi Andersen, nemndsmedlemmene Edna Grepperud og Morten Sundt.

### **1 Sakens bakgrunn**

- (1) Reguleringsmyndigheten for energi (RME) opplyste nettselskapet Lnett AS (heretter «klager» eller «nettselskapet») i brev datert 24. mars 2022 om at de ville føre tilsyn, og at RME i den forbindelse skulle vurdere om nettselskapets navn var i henhold til krav i forskrift av 24. oktober 2019 nr. 1413 om netregulering og energimarkedet (NEM) § 4-18. Det ble varslet om at RME vurderte å treffe vedtak om pålegg om retting av foretaksnavnet Lnett AS, ettersom nettselskapet ble ansett å ha brutt kravet i NEM § 4-18 om at nettselskapet i sin markedsføring og kommunikasjon skal «skille seg klart fra» enhver kraftleverandør og fra foretak i det integrerte foretaket som nettselskapet er en del av. Klager fikk frist til å uttale seg om saken innen 11. april 2022. Klager sendte sin uttalelse til varselet ved e-post den 8. april 2022.
- (2) RME vedtok den 11. januar 2023 pålegg om at klager skulle rette foretaksnavn innen 1. juli 2023, jf. NEM-forskriften §§ 8-1 første ledd og 4-18 første ledd. Klager påklaget vedtaket den 27. januar 2023 og ba samtidig om utsatt iverksettelse. Utsatt iverksettelse ble innvilget av RME den 6. mars 2023.
- (3) RME vurderte klagen, men konkluderte med at den ikke ga grunnlag for å endre eller oppheve vedtaket, jf. forvaltningsloven § 33. Klagen og sakens dokumenter ble oversendt til Energiklagenemnda ved RMEs innstilling den 20. april 2023.

**Postadresse:**

Postboks 511 Sentrum  
5805 Bergen

**Besøksadresse:**

Zander Kaaes gate 7  
5015 Bergen

Telefon: +47 55 19 30 00 post@knse.no

- (4) Klager har i brev den 25. april 2023 fått informasjon om saksgangen for Energiklagenemnda og frist til å inngi kommentarer til RMEs innstilling i saken eller andre merknader.
- (5) Klager sendte merknader til RMEs innstilling i e-post den 10. mai 2023. Kopi av merknadene ble oversendt til RME den 11. mai 2023. Det har ikke kommet ytterligere merknader i saken.
- (6) Energiklagenemnda avholdt nemndsmøte i saken den 21. juni, 17. august og 25. september 2023.

## 2 Reguleringsmyndigheten for energis vedtak og innstilling

- (7) I innstillingen 20. april 2023 redegjør RME innledningsvis for vedtaket datert 11. januar 2023, sakens bakgrunn og klagers anførsler. RME kommenterer deretter nye forhold og forhold som etter deres syn bør utdypes nærmere. For øvrig viser RME til vedtaket.
- (8) Etter RMEs vurdering oppfyller ikke nettselskapet Lnett kravet i NEM § 4-18 til å «*skille seg klart fra*» andre selskap i Lyse-konsernet i selskapenes «*markedsføring og kommunikasjon*». Det blir særlig vist til at bokstaven «L» kan oppfattes som en forkortelse for «Lyse». RME fremhever at formålet bak NEM § 4-18 er å unngå at selskaper i samme konsern som nettselskapet kan få en konkurransemessig fordel som følge av at de kan forveksles eller assosieres med nettselskapet. Videre mener RME ordlyden «*klart*» oppstiller et skille som i seg selv er strengt.

### *Fare for forveksling eller utnyttelse av anseelse*

- (9) Etter RMEs oppfatning foreligger forvekslingsfare i første rekke dersom foretakene har tilnærmet like navn og begge selger tjenester til sluttbrukere. Det vises til at en del kunder kjøper strøm fra en kraftleverandør i samme konsern som nettselskapet og at lignende navn kan skape forvirring blant kundene. Det må etter RMEs syn foretas en objektiv vurdering med utgangspunkt i hvordan foretaksnavnet kan forstås i det aktuelle nettområdet. Det sentrale vil være om selskapenes logo og navn har visuell eller fonetisk likhet som medfører fare for direkte eller indirekte forveksling. Det er etter RMEs vurdering ikke nødvendig å dokumentere at en assosiasjon og utnyttelse av anseelse faktisk foreligger. Regelen er etter deres syn ment å omfatte forhold som er egnet til å skape denne faren, jf. vilkåret «*fare for*» i NEM § 4-18 fjerde ledd.
- (10) RME viser til at det generelt er meningen at skillet etter NEM § 4-18 skal være strengere enn etter varemerke- eller foretaksnavneloven. Det vises til at aktørene i et energikonsern kan ha et interessefellesskap som ikke eksisterer mellom konkurrenter som etterligner hverandres varemerke og forretningskjennetegn. Det er RMEs oppfatning at forkortelser av navn på andre foretak i konsernet ikke kan benyttes som foretaksnavn på nettselskap, og at det samme må gjelde for forkortelser av stedsnavn.
- (11) Etter RMEs syn vil det gjerne være en fordel for en konkurranseutsatt virksomhet å bli forbundet med et nettselskap, selv om det ikke foreligger forvekslingsfare. Det vises til at hensikten med bestemmelsens ordlyd har vært å unngå en gråsone der en viss utnyttelse av nettselskapets anseelse vil være tillatt. RME påpeker at nettselskapene er monopolvirksomheter som er sikret inntekt gjennom nettleie. Som monopolvirksomhet vil nettselskapene ha begrenset nytte av å bruke mye ressurser på markedsføring, men det finnes ingen direkte begrensninger på hvor mye ressurser de kan bruke i markedsføringen

av egen merkevare. Begrensingen ligger indirekte i at ikke alle merutgiftene vil bli dekket av økt nettleie. Kommersielle selskaper vil kunne nyte godt av at nettselskapet bruker mye ressurser på markedsføring dersom de har et foretaksnavn som kan assosieres med nettselskapets navn.

- (12) Videre viser RME til at nettselskapene også uavhengig av markedsføring har en anseelse som er knyttet til virksomheten de driver. Det er svært mange kontaktpunkter mellom nettselskapene og de som bor i nettområdet. Strømnettet er fysisk koblet opp til alle som forsynes med strøm. Alle som ønsker strøm til nybygg eller ønsker å øke kapasiteten til eksisterende bygg, må kontakte sitt lokale nettselskap. Nettselskapene er til stede i samfunnet fysisk med stolper, kabler og transformatorer, og de er til stede for kundene sine med informasjon om blant annet strømforbruk, de sender ut faktura og de er på sosiale medier. Selv om ikke alle har en udelt positiv opplevelse i sin kontakt med nettselskapet, vil man i sum assosiere nettselskapet med noe viktig og som alle har behov for. Kunder kan assosiere konkurranseutsatt virksomhet i konsernet til noe positivt, fordi de har et langvarig forhold til nettselskapet. Dette skaper etter RMEs oppfatning en anseelse som andre foretak i samme konsern kan utnytte. Også dette vil etter RMEs syn føre til en uheldig konkurransevridning som bestemmelsen skal bidra til å motvirke.

#### *Den konkrete vurderingen*

- (13) RME viser til at utformingen av logoen til Lnett AS skiller seg klart fra logoen til Lyse AS. Utfordringen knytter seg etter RMEs syn til foretaksnavnene. Siden «*nett*» i Lnett refererer til selskapets virksomhet, er spørsmålet etter RMEs vurdering hva bokstaven «*L*» står for. RME mener det er nærliggende å forstå dette som en forkortelse for Lyse. RME viser til at de fleste forkortelser kan ha alternative betydninger. At L i Lnett også kan stå for «*el*» som i elektrisitet er etter RMEs syn ikke en vanlig oppfatning verken i bransjen eller i samfunnet generelt. RME er likevel ikke uenig i at L'en kan oppfattes som et ordspill på «*el*», men RME er likevel av den klare oppfatning at mange også vil oppfatte dette som en forkortelse for Lyse. Særlig gjelder dette de som bor innenfor nettområdet til Lnett AS. Bokstaven L kan derfor sies å ha en dobbel betydning i denne sammenhengen. At andre selskaper har et foretaksnavn som inneholder Elnett kan ikke tillegges vekt i vurderingen. Hvis noen foretaksnavn er opptatt, må man etter RMEs syn finne andre lovlige alternativer.
- (14) Det sentrale vurderingstemaet er etter RMEs syn om navnet på nettselskapet kan skape en assosiasjon til de øvrige selskapene i Lyse-konsernet. RME viser til at Lyse-konsernet hadde et ønske om å videreføre det historiske navnet Lyse Elnett AS, men ettersom Elnett AS allerede var registrert, ble Lnett AS valgt. Selv om «*Lnett*» kan hevdes å være et ordspill på «*elnett*», mener RME at det sentrale vurderingstemaet er om det foreligger en risiko for utnyttelse av nettselskapets anseelse for resten av konsernet. Dette har en sammenheng med at kunder kan assosiere konkurranseutsatt virksomhet i Lyse til noe positivt, fordi de har et langvarig forhold til Lnett (tidligere Lyse Elnett) som deres nettselskap. Forkortelser skaper etter RMEs oppfatning assosiasjon mellom forkortelsen og det som forkortes. RMEs syn er at L-en i Lnett kan forstås som en forkortelse, og at forkortelsen kan skape en assosiasjon til Lyse som Lyse-selskapene kan dra nytte av. Da vil det foreligge en risiko for utnyttelse av nettselskapets anseelse for resten av konsernet. Det er etter RMEs syn av mindre betydning at konsernets subjektive intensjon ikke var at «*L*» skulle stå for Lyse, eller at Lnett i seg selv spiller på «*elnett*». RME mener videre at det ikke er nødvendig å dokumentere at en assosiasjon og utnyttelse av anseelse faktisk

foreligger, men at regelen om å «*skille seg klart fra*» er ment å omfatte forhold som er egnet til å skape denne faren, jf. vilkåret «*fare for*» i NEM § 4-18 fjerde ledd.

*Den rettslige vurderingen er ikke begrenset til en helhetsvurdering av navn, logo m.m.*

- (15) Etter RMEs syn kan ikke bestemmelsen forstås slik at den rettslige vurderingen er begrenset til en helhetsvurdering der foretaksnavn, logo og andre forretningskjennetegn og varemerke kun inngår som momenter. I NEM § 4-18 første ledd andre punktum mener RME det er oppstilt en ikke-uttømmende liste med eksempler på typer kommunikasjon ut mot sluttbrukerne og andre nettkunder, jf. formuleringen «*blant annet*». Den skjønnsmessige helhetsvurderingen er etter RMEs syn knyttet til vurderingstemaet i fjerde ledd. Vurderingstemaet er hvorvidt forholdene om foretaksnavn, andre forretningskjennetegn eller varemerke, hver for seg eller samlet, utgjør en fare for forveksling eller en utnyttelse av nettselskapets anseelse. Der det er stor likhet mellom enkeltelementer i nettselskapets kommunikasjon vil nøytralitetsprinsippet regnes som brutt. Dette fordrer, etter RMEs syn, behovet for å vurdere enkeltelementene hver for seg. Det må kunne foretas separate vurderinger av navn og uttale, og visuell grafisk utforming, skrifttyper og fargevalg. En tolkning som innebærer at alle forhold må ses i sammenheng harmonerer etter RMEs syn dårlig med bestemmelsens forarbeider og sentrale hensyn bak RMEs kontrollfunksjon. RME viser her særlig til hensynene bak bestemmelsen om likere konkurransevilkår i kraftmarkedet, ivaretagelsen av tilstøtende marked og tilrettelegging for framveksten av tjenester innen forbrukerfleksibilitet. RME mener derfor at NEM § 4-18 skiller mellom navn og uttale som én vurdering, og visuell grafisk utforming, skrifttyper og fargevalg som en separat vurdering.

*Hensynet til selskapenes innrettelse er av liten betydning*

- (16) RME trekker frem at informasjon om overgangsordningen ble publisert i RME rapport nr. 1/2020 *Oppsummering av høringsinnspill og forslag til endring i forskrift om nettregulering og energimarkedet (NEM) - Bestemmelser om nøytralitet, selskapsmessig og funksjonelt skille, og om nettselskapenes markedsføring og kommunikasjon* (heretter «*oppsummeringsrapporten*»). Etter RMEs syn har det derfor vært god tid til å innrette seg etter RMEs tilsyn med konsesjonærenes navn. Det vises videre til at nettselskapene har hatt mulighet til å få en ikke-bindende forhåndsuttalelse fra RME om foretaksnavnet og logo, og at det var opplyst om dette i NVE høringsdokument nr. 8/2019 *Forslag til endringer i energilovforskriften Bestemmelser om selskapsmessig og funksjonelt skille, og om nettselskapenes markedsføring og kommunikasjon* (heretter «*høringsdokumentet*») s. 31. Dersom nettselskapet ikke har benyttet seg av dette har de etter RMEs syn selv satt seg i en risikofylt posisjon. Det vil ifølge RME stride mot reglens hensikt dersom anførselen om at nettselskapene har brukt betydelig innsats og ressurser på omprofilering, brukes som argument mot retting. Her pekes det blant annet på at det kan lønne seg for konsernet som helhet at nettselskapet bruker mye ressurser på markedsføring dersom nettselskapet kan assosieres med de andre foretakene i konsernet.

*Reglene om nettselskapets interne organisasjon innskrenker ikke rekkevidden av NEM § 4-18*

- (17) RME mener at reglene om selskapsmessig og funksjonelt skille ikke kan brukes som et tolkningsmoment for å innskrenke rekkevidden av NEM § 4-18 om nettselskapenes ytre markedsføring og kommunikasjon. Selv om reglene har en viss sammenheng, er ikke hjemmelsgrunnlaget til NEM energiloven §§ 4-6 og 4-7 om selskapsmessig og

funksjonelt skille, men den generelle forskriftshjemmelen i § 10-6 første ledd, jf. oppsummeringsrapporten s. 55.

### 3 Klagers anførsler

- (18) Klager har i det vesentlige anført:
- (19) Klager bestrider RMEs vedtak. Etter klagers syn er foretaksnavnet i overensstemmelse med kravene i NEM-forskriften § 4-18 slik at vilkårene for å pålegge endring av foretaksnavnet ikke er oppfylt.

*NEM-forskriftens krav om å «skille seg klart fra»*

- (20) Klager viser til at bestemmelsen inneholder et krav om et kvalifisert skille mellom nettvirksomheten og konkurranseutsatt virksomhet, jf. ordlyden «*skille seg klart fra*», men heller ikke noe mer enn dette. Så lenge kravet om at nettvirksomheten skiller seg «*klart*» fra konkurranseutsatt virksomhet er oppfylt, ivaretas også det grunnleggende hensynet bak bestemmelsen. Etter klagers syn er det ikke grunnlag for å forsterke dette kravet ved å tolke bestemmelsen strengt.
- (21) Klager minner i den forbindelse om at energiloven oppstiller krav om selskapsmessig og funksjonelt skille for nettselskap som inngår som del i et integrert energikonsern. Energiloven oppstiller ikke et krav om fullt eiermessig skille mellom nettvirksomhet og annen konkurranseutsatt virksomhet på distribusjonsnettnivå. Nettvirksomhet og konkurranseutsatt virksomhet kan fullt lovlig inngå i ett og samme konsern, så lenge virksomhetene er selskapsmessig og funksjonelt adskilt, jf. energiloven §§ 4-6 og 4-7. Klager kan derfor vanskelig se at det er grunnlag for å tolke NEMs krav til kommunikasjon og markedsføring så strengt at det ikke skal kunne være mulig å forstå eller kjenne til at et nettselskap har tilknytning til et konsern som også har konkurranseutsatt virksomhet. Klager mener det er her RME i praksis legger listen; det skal ikke være mulig å forstå, eller en gang tenke, at klager inngår som en del av Lyse-konsernet. Uttrykket «*skille seg klart fra*» gir etter klagers syn ikke grunnlag for en slik streng anvendelse av § 4-18.
- (22) Klager er innforstått med at Norges vassdrags- og energidirektorat («NVE») i høringsdokumentet gir uttrykk for at § 4-18 er en streng bestemmelse. Uttalelsene på s.28 berører imidlertid først og fremst forholdet til varemerkelovgivningen. NVE konkluderte med at kravene etter NEM-forskriften skulle være strengere, blant annet idet forbudet etter varemerkelovgivningen gjelder urimelig utnyttelse av anseelse, mens NVE mente at enhver utnyttelse av nettselskapets anseelse ville være uheldig, jf. grunnleggende krav om nettselskapers nøytralitet. Altså skulle NEM-forskriften § 4-18 forstås strengere enn etter varemerkelovgivningen, og det må foreligge et kvalifisert skille mellom nettvirksomheten og konkurranseutsatt virksomhet.

*Uttrykket «skille seg klart fra» innebærer at det må foretas en helhetsvurdering*

- (23) Etter NEM § 4-18 skal det foretas en helhetsvurdering av om nettselskapet «*i sin markedsføring og kommunikasjon skille[r] seg klart fra foretak i det integrerte foretaket*». RME har imidlertid isolert vurderingen av henholdsvis logo og foretaksnavn, ved vurderingen av om «*markedsføring og kommunikasjon*» skiller seg klart nok fra den konkurranseutsatte virksomheten i konsernet. En slik innfallsvinkel er etter klagers syn uriktig. Når NEM § 4-18 (1) annet punktum slår fast at «*[b]lant annet skal nettselskapets foretaksnavn, andre forretningskjennetegn og*

*varemerke utformes slik at nettselskapet skiller seg klart fra*», innebærer det etter klagers syn at det skal foretas en helhetsvurdering hvor alle disse forholdene må vurderes samlet. Dersom summen av foretaksnavn og logo innebærer at nettselskapet skiller seg klart fra konkurranseutsatt virksomhet, er forskriftens krav tilfredsstillt. Det er således ikke korrekt rettsanvendelse å isolere vurderingen til hvert av disse forholdene for seg selv. I en helhetsvurdering vil det naturlig nok kunne innebære brudd dersom ett av de nevnte forholdene ligger så tett opp til den konkurranseutsatte virksomheten at det etter en helhetlig vurdering ikke er et klart nok skille. Klager mener imidlertid situasjonen ikke er slik i deres tilfelle. Summen av klagers logo og det faktum at L'en i Lnett spiller på noe annet enn Lyse (nemlig ELektrisitet), innebærer at Lnett – samlet sett – «*skiller seg klart fra*» de andre foretakene i Lyse-konsernet. Ifølge klager er det uansett et problem at RME ikke foretar noen slik helhetsvurdering som bestemmelsen krever, og at det dermed trekkes uriktig konklusjon.

#### *Nærmere om momentet «utnyttelse av selskapets anseelse»*

- (24) RMEs resonnement lider ifølge klager av en logisk brist all den tid forbudet mot utnyttelse av anseelse – ifølge bestemmelsens ordlyd – går motsatt vei. Hvis problemet var at L'en i Lnett var en forkortelse for Lyse, så ville det eventuelt vært klager som bygget på en assosiasjon til Lyse, og ikke de øvrige selskapene i Lyse-konsernet som bygget på en assosiasjon til klager. Etter klagers syn foreligger det da ikke en utnyttelse av nettselskapets anseelse. Problemstillingen trer ifølge klager klart frem hvis en retter fokus på foretaksnavnene til de andre selskapene i Lyse-konsernet: Når de øvrige selskapene i konsernet har Lyse i sine foretaksnavn, kan ikke dette med rimelighet sies å bygge på en assosiasjon (eller utnyttelse av anseelsen) til klager. Når det er slik at det er nettselskapet som har tatt et navn som skiller seg klart fra de øvrige navnene i det integrerte konsernet, måtte det etter klagers syn eventuelt være retningslinjen om at det ikke må være «*fare for forveksling*» som var av interesse. Klager mener imidlertid at heller ikke dette kriteriet til stede i den foreliggende saken.

#### *Forholdet til varemerkeretten*

- (25) Klager peker på at EU-kommisjonen i sitt tolkningsnotat til tredje elmarkedsdirektiv (*Commission staff working paper 22. januar 2010*) s. 27 underbygger at det er relevant å ta i betraktning varemerkerettslige utgangspunkter ved anvendelsen av NEM-forskriften § 4-18. Klager er innforstått med at norske energimyndigheter, ved utarbeidelsen av NEM-forskriften § 4-18 konkluderte med at kravene etter NEM-forskriften skulle være strengere enn etter varemerkelovgivningen. Ifølge klager må det altså legges til grunn at det skal mindre til før det foreligger lovstridig utnyttelse av anseelse etter NEM-forskriften enn etter varemerkeretten. Men når det gjelder spørsmålet om hva som mer konkret skal til for å konstatere at det foreligger henholdsvis forvekslingsfare og/eller risiko for utnyttelse av anseelse, er det etter klagers syn – i mangel av andre holdepunkter – fortsatt naturlig å se hen til langvarig og etablert praksis hva dette angår på varemerkerettens område, noe også EU-kommisjonen har lagt til grunn.
- (26) Klager viser til at det etter varemerkeretten er tilstrekkelig for å konstatere forvekslingsfare at «*en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen*» vil kunne tro at det foreligger en kommersiell forbindelse. Det vil med andre ord ikke være tilstrekkelig for å konstatere brudd dersom det kun er et begrenset antall kunder som tror det foreligger

en kommersiell forbindelse mellom nettselskapet og den konkurranseutsatte virksomheten; det må dreie seg om en «ikke ubetydelig del» av kundemassen.

- (27) Videre trekker klager frem at det i varemerkeretten er lagt til grunn at velkjente varemerker har et vern også mot «urimelig utnyttelse (...) av (...) det velkjente varemerkets (...) anseelse (goodwill)», jf. varemerkeloven § 4 annet ledd. Formuleringen «utnyttelse» forutsetter at det nye varemerket utløser en assosiasjon til det velkjente varemerket. I tillegg kommer at en assosiasjon etter klagers syn kun kan innebære en «utnyttelse» hvis assosiasjonen skjer til et varemerke som er velkjent fra før. Overført på vår sak ville det kun vært mulig å konkludere med at klager «utnytter» en eventuell assosiasjon til Lyse, men ikke omvendt. Ulike varianter av foretaksnavn med «Lyse» involvert kan ikke med rimelighet sies å spille på (eller utnytte) assosiasjoner til merkevaren «Lnett». Utnyttelse «andre veien» er ifølge klager ikke relevant i spørsmålet om det foreligger en «utnyttelse av nettselskapets anseelse», og måtte eventuelt bedømmes under kriteriet «fare for forveksling», noe klager imidlertid mener det ikke er grunnlag for. For øvrig må den konkrete vurderingen, på samme måte som i varemerkeretten, ta utgangspunkt i hvilken virksomhet som vurderes og hvem denne virksomheten retter seg mot, jf. høringsdokumentet s. 28 femte avsnitt.

#### *Den konkrete vurderingen*

- (28) RME legger til grunn at «det er nærliggende å forstå «L» som en forkortelse av «Lyse».» I dette ligger en forutsetning om at kundene vil reflektere over hva som ligger bak bokstaven L. Det er ifølge klager ikke uvanlig at selskapsnavn inneholder bokstaver som er en forkortelse av foretaksnavnet, eller en bokstav om en angivelse av virksomheten. Eksempler er BMW, eBay og QPark. Etter klagers oppfatning er det imidlertid ikke grunnlag for å anta at den gjengse kunde reflekterer nevneverdig over hva bokstavene i disse eksemplene står for. Dette synes heller ikke å ha vært lagt til grunn i praksis.
- (29) Det kan etter klagers oppfatning ikke legges til grunn at den gjengse kunde vil reflektere over hva bokstaven L står for. Under enhver omstendighet må foretaksnavnet Lnett ses under ett. Det er etter klagers syn en klar rettsanvendelsesfeil når RME skriver: «Siden «nett» i Lnett refererer til selskapets virksomhet, blir spørsmålet hva L'en står for. Vi mener det er nærliggende å forstå det som en forkortelse av Lyse.» Selv om «nett» kan oppfattes som en henvisning til virksomheten, kan det etter klagers syn ikke ses bort fra den delen av navnet når en vurderer hva betydningen av bokstaven L er, slik RME har gjort. Klager fastholder at det er nærliggende at den gjengse kunde vil tenke ELelektrisitet heller enn Lyse når navnet ses under ett.
- (30) Etter klagers syn er det klart uriktig vurderingstema når RME tar følgende utgangspunkt: «Det skal foretas en objektiv vurdering av hvorvidt kriteriet er oppfylt, med utgangspunkt i hvordan foretaksnavnet kan forstås i det aktuelle nettområdet.» Denne feilen fører ifølge klager til at RME kommer til uriktig resultat. Dersom det legges til grunn at kundene vil reflektere over hva som ligger i «L» i Lnett, er det likevel ingen holdepunkter for at det i kravet om å «klart skille seg fra» ligger at ett mulig tolkingsalternativ er tilstrekkelig for brudd. Det er etter klagers vurdering ikke holdepunkt for at ett mulig tolkningsalternativ er tilstrekkelig for å konstatere brudd hvis det foreligger andre tolkningsalternativer som fremstår like eller mer plausible. En slik forståelse fremstår for klager som uforutsigbar og lite rimelig, og vil også være i strid med varemerkerettens klare utgangspunkt, som krever at en ikke ubetydelig del av omsetningskretsen vil kunne ta feil.

- (31) Klager opplyser for øvrig at foretaksnavnet ikke brukes alene, verken i markedsføring eller i annen kommunikasjon. Så vidt klager er kjent med, brukes foretaksnavnet alene kun i offentlige registre. I andre sammenhenger brukes klagers navn alltid sammen med foretakets logo, noe som gjør at Lnett i sin markedsføring og kommunikasjon utvilsomt skiller seg klart fra Lyse-logoen.

#### 4 Energiklagenemndas vurdering

- (32) Saken gjelder klage fra nettselskapet Lnett AS over pålegg fra Reguleringsmyndigheten for energi (RME) om å endre foretaksnavn, jf. forskrift av 24. oktober 2019 nr. 1413 om nettregulering og energimarkedet (NEM) § 8-1. Bakgrunnen for pålegget er at RME mente klager hadde brutt reglene i NEM § 4-18 om at nettselskapene i sin markedsføring og kommunikasjon skal «*skille seg klart fra*» enhver kraftleverandør og andre foretak i det konsernet selskapet er en del av. Etter RMEs vurdering kunne bokstaven «L» i navnet «Lnett» anses som en forkortelse for «Lyse», som inngår i navnet på konsernet, kraftleverandøren og andre søsterselskap med konkurranseutsatt virksomhet. Etter RMEs tolkning av NEM § 4-18 vil derfor ikke et slikt navn være tillatt for nettselskapet å bruke, og nettselskapet er på dette grunnlaget pålagt retting.
- (33) Energiklagenemnda kan prøve alle sider av saken, jf. forvaltningsloven § 34 annet ledd, jf. forskrift om Energiklagenemnda § 1 første ledd. Dette innebærer at nemnda kan vurdere hvorvidt vedtaket har tilstrekkelig hjemmel, hvorvidt det foreligger saksbehandlingsfeil og om riktig faktum har blitt lagt til grunn. I tillegg kan nemnda prøve de skjønnsmessige sidene ved vedtaket.
- (34) Hovedspørsmålet som nemnda skal ta stilling til er om nettselskapet Lnett AS har brutt kravene i NEM § 4-18 om at nettselskapets markedsføring og kommunikasjon skal «*skille seg klart fra*» enhver kraftleverandør og andre foretak i konsernet Lyse AS.
- (35) Før nemnda går nærmere inn på denne problemstillingen, vil den redegjøre for visse grunnleggende prinsipper som vurderingen må bygge på.
- (36) Nemnda gjennomgår først hjemmelsgrunnlaget for det pålegg som RME har gitt Lnett AS om å bytte foretaksnavn.

#### *Hjemmelen for RMEs pålegg om endring av foretaksnavn*

- (37) Hjemmelen for RMEs vedtak er NEM §§ 8-1 og 4-18. Etter NEM § 8-1 kan RME «*gi nødvendige pålegg for gjennomføringen av bestemmelser gitt i eller i medhold av denne forskriften. Reguleringsmyndigheten for energi fører kontroll med at bestemmelser gitt i eller i medhold av denne forskriften blir overholdt.*»
- (38) Pålegget i den foreliggende saken ble gitt på bakgrunn av at RME gjennom sin tilsynsvirksomhet hadde konkludert med at klager hadde brutt NEM § 4-18, som i sin helhet lyder:

#### **«§ 4-18. Markedsføring og kommunikasjon**

*Nettselskap skal i sin markedsføring og kommunikasjon skille seg klart fra enhver kraftleverandør og fra foretak i det integrerte foretaket som nettselskapet er en del av. Blant annet skal nettselskapets foretaksnavn, andre forretningskjennetegn og*



varemerke utformes slik at nettselskapet skiller seg klart fra kraftleverandører og fra andre foretak i det integrerte foretaket.

*Enhver kraftleverandør og andre foretak i det integrerte foretaket skal i sin markedsføring og kommunikasjon skille seg klart fra nettselskap. Blant annet skal foretaksnavn, andre forretningskjennetegn og varemerke utformes slik at foretaket skiller seg klart fra nettselskap.*

*Dersom et nettselskap og en kraftleverandør utenfor det integrerte foretaket ikke oppfyller kravene som nevnt i første og annet ledd, ligger plikten til å endre markedsføring og kommunikasjon det foretaket som sist har gjort registrering eller bruk av foretaksnavn, forretningskjennetegn, varemerke eller andre former for markedsføring og kommunikasjon.*

*I vurderingen etter første og annet ledd skal det legges vekt på hvorvidt det foreligger fare for forveksling eller en utnyttelse av nettselskapets anseelse. I tvilstilfeller kan Reguleringsmyndigheten for energi fatte vedtak om hvorvidt vilkårene i første og annet ledd er oppfylt, og hvem som er pliktsubjekt etter tredje ledd.*

*Reguleringsmyndigheten for energi kan i særlige tilfeller gi dispensasjon fra kravene i denne paragrafen.»*

- (39) Reglene om markedsføring og kommunikasjon i NEM § 4-18 ble innført gjennom endringsforskrift 30. juni 2020 nr. 1454. Endringsforskriften er hjemlet i energiloven § 4-1 om omsetningskonsesjon, § 4-6 om selskapsmessig skille, § 4-7 om funksjonelt skille og § 10-6 som gir departementet mulighet til å «gi forskrift til gjennomføring av loven og dens virkeområde». I forarbeidene til endringsforskriften presiserer RME at det er den generelle forskriftshjemmelen i energiloven § 10-6 første ledd som er hjemmelen for NEM § 4-18 om krav til markedsføring og kommunikasjon, jf. RME rapport nr. 1/2020 *Oppsummering av høringsinnspill og forslag til endring i forskrift om nettregulering og energimarkedet (NEM) - Bestemmelser om nøytralitet, selskapsmessig og funksjonelt skille, og om nettselskapenes markedsføring og kommunikasjon* (heretter «oppsummeringsrapporten»).
- (40) I forarbeidene nevnes kun energiloven § 10-6 som hjemmel for NEM § 4-18, men ut fra sammenhengen forstår Energiklagenemnda det som at bestemmelsen er ment å gjennomføre blant annet prinsippet i energiloven § 4-1 nr. 3 om nettselskapenes nøytralitetsplikt. Nemnda viser i denne forbindelse til følgende uttalelse fra RME i den nevnte oppsummeringsrapporten: «Formålet med den foreslåtte bestemmelsen er å sikre nøytrale nettselskaper og at konkurransen i tilstøtende markeder ikke forstyrres, noe som etter vår vurdering faller innenfor energilovens virkeområde.». Energiklagenemnda er enig med RME i at de nevnte områdene faller innenfor energilovens virkeområde.
- (41) Reglene om markedsføring og kommunikasjon i NEM § 4-18 har sin bakgrunn i tredje elmarkedsdirektiv, Direktiv 2009-72-EC. Direktivet er innlemmet i EØS-avtalen og gjennomført i norsk rett. Statene er i henhold til direktivet forpliktet til å sørge for selskapsmessig skille og funksjonelt skille jf. artikkel 26 nr. 1 og 2. I tillegg skal statene sikre at nettselskaper som inngår i et konsern ikke kan utnytte sin posisjon til konkurransevridning. Herunder skal ikke selskapenes identitet sammenblandes i kommunikasjon og markedsføring. Artikkel 26 nr. 3 lyder slik:

*«3. Where the distribution system operator is part of a vertically integrated undertaking, the Member States shall ensure that the activities of the distribution system operator are monitored by regulatory authorities or other competent bodies so that it can not take advantage of its vertical integration to distort competition. In particular, vertically integrated distribution system operators shall not, in their communication and branding, create confusion in respect of the separate identity of the supply branch of the vertically integrated undertaking.»*

*Pliktsubjekt etter NEM § 4-18*

(42) Det er nettselskapet som er pliktsubjektet etter NEM § 4-18 første ledd. Plikten innebærer at nettselskapet skal *«skille seg klart fra»* andre selskap som inngår i nettselskapets konsern, i tillegg til alle kraftleverandører, når det gjelder markedsføring og kommunikasjon. Etter bestemmelsens annet ledd er det oppstilt en tilsvarende plikt for alle kraftleverandører, og selskap som inngår i samme konsern som et nettselskap, til å *«skille seg klart fra»* nettselskapet.

(43) At *«enhver kraftleverandør»* også omfatter kraftleverandører utenfor nettselskapets konsern kommer tydelig frem i høringsdokument nr. 8/2019 *Forslag til endringer i energilovforskriften Bestemmelser om selskapsmessig og funksjonelt skille, og om nettselskapes markedsføring og kommunikasjon* (heretter *«høringsdokumentet»*) s. 29:

*«Med «kraftleverandør» menes aktører med omsetningskonsesjon som selger elektrisk energi til sluttbrukere. Med «enhver kraftleverandør» menes alle kraftleverandører i Norge, ikke bare den integrerte kraftleverandøren. Insentivet til å utnytte nettselskapets navn og merkevare er størst for kraftleverandører i samme konsern. Det er imidlertid også behov for å skille nettselskapet fra alle kraftleverandører, også de utenfor konsernet. Dette er relevant for konsern eller nettselskap som eier en andel av en kraftleverandør, men som ikke har kontroll over selskapet. I tillegg vil forbudet ramme kraftleverandører utenfor et integrert foretak, men som etter avtale beholder samme logo som nettselskapet.»*

(44) Regelen innebærer altså i prinsippet en plikt for kraftleverandører som er uten eiermessig eller geografisk tilknytning til nettselskapet til å skille seg klart fra nettselskapet i sin *«markedsføring og kommunikasjon»*. Utvidelsen av pliktsubjektet til å gjelde kraftleverandører begrunnes slik i høringsdokumentet s. 29:

*«Bakgrunnen for forslaget er at det er vanskelig for nettselskapet å forhindre at eksterne kraftleverandører tilpasser seg et nettselskaps foretaksnavn og varemerke for å utnytte anseelse eller for å skape forvekslingsfare. Vi kan ikke kreve at et nettselskap skal gå til sak mot ekstern kraftleverandør for å forhindre bruk av lignende foretaksnavn eller varemerke. I mange tilfeller har nettselskapet heller ikke registrert et varemerke. Videre vil det ikke være rimelig å kreve at et nettselskap skifter navn og logo i slike tilfeller. Med den foreslåtte regelen vil NVE ha myndighet til å reagere med pålegg og eventuelt andre sanksjoner mot kraftleverandører i slike tilfeller.»*

(45) Dersom et nettselskap og en kraftleverandør *«utenfor det integrerte foretaket»* ikke oppfyller kravene i første og annet ledd, ligger plikten til å endre markedsføring og kommunikasjon hos det foretaket som *«sist har gjort registrering eller bruk av»*

foretaksnavn, forretningskjennetegn, varemerke eller andre former for markedsføring og kommunikasjon, jf. § 4-18 tredje ledd. Er det nettselskapet som var sist til å benytte navn eller logo, vil det være dette som er pliktsubjekt, altså tilsvarende det som ville ha fulgt av lovgivningen for varemerker og firmanavn. Denne regelen gjelder altså kun i forholdet mellom nettselskap og kraftselskap «utenfor» nettselskapets konsern.

- (46) Bestemmelsens ordlyd klargjør ikke om det er nettselskapet eller kraftleverandøren i samme konsern som er det primære pliktsubjektet dersom disse selskapene ikke oppfyller kravene i første eller annet ledd. Hvordan regelen er ment å praktiseres i de tilfellene omtales imidlertid nærmere i høringsdokumentet s. 29-30:

*«NVE vil primært forholde seg til nettselskapet dersom det oppdages sammenblanding av informasjon fra henholdsvis nett og annen virksomhet innenfor samme konsern. NVE har registrert en rekke tilfeller der informasjon om nettselskaper og integrerte kraftleverandører har blitt sammenblandet på sosiale medier på en slik måte at det er egnet til å forvirre sluttbruker. I flere av disse tilfellene tilhører eller administreres nettsiden av integrert kraftleverandør eller morselskapet. Et nettselskap har ingen myndighet til å styre søster- eller morselskap. Dette tilsier at NVE bør ha mulighet til å rette et pålegg om retting og eventuelle andre sanksjoner direkte mot det foretaket som har ansvaret for kommunikasjonen.»*

- (47) Slik forarbeidene omtaler det innbyrdes forholdet mellom § 4-18 første og annet ledd, vil det altså i første rekke være nettselskapene det rettes pålegg mot dersom det foreligger sammenblanding av informasjon fra selskap innen samme konsern. Samtidig åpner annet ledd for at RME (tidl. NVE) også etter forholdene kan gi pålegg til andre selskap i nettselskapets konsern, inkludert kraftleverandøren.

*Kravet til å «skille seg klart fra»*

- (48) En naturlig språklig forståelse av «skille seg klart fra» tilsier at det ikke er tilstrekkelig at nettselskapet i sin markedsføring og kommunikasjon skiller seg fra de andre foretakene, men det må foreligge et kvalifisert skille. Konkret skal det i vurderingen legges vekt på hvorvidt det foreligger «fare for forveksling eller en utnyttelse av nettselskapets anseelse», jf. fjerde ledd. Ordlyden «eller» peker på at fare for «forveksling» og for «utnyttelse av nettselskapets anseelse» er alternative grunnlag. Videre tilsier ordlyden «fare for» at det ikke kreves at det faktisk må ha forekommet forveksling eller utnyttelse, men at det er tilstrekkelig at det foreligger risiko for dette.
- (49) I høringsdokumentet s. 28 vises det til at både direkte og indirekte forvekslingsfare er omfattet. Med direkte forvekslingsfare menes risikoen for at en sluttbruker tror at nettselskapet og kraftselskapet er samme selskap. Med indirekte forvekslingsfare menes risikoen for at noen tror det er en forretningsmessig forbindelse mellom for eksempel nettselskapet og kraftleverandøren som ikke eksisterer mellom nettselskapet og andre kraftleverandører. Videre vises det til at vurderingen av forvekslingsfare kan slå ulikt ut avhengig av hvilken virksomhet som vurderes opp mot nettselskapet og «For kraftleverandører og andre energirelaterte tjenester vil forvekslingsfaren trolig være større enn for andre typer virksomheter. Virksomheter som selger tjenester til sluttbrukere vil også generelt ha en større risiko for forvekslingsfare».
- (50) Ordlyden «utnyttelse av nettselskapets anseelse» tilsier at nettselskapet har opparbeidet seg et image, godt rykte eller goodwill, og at disse verdiene er overførbare til andre og

kan gi dem en fordel. Det kan eksempelvis være tale om at nettselskapet er kjent blant sine kunder for sin seriøsitet eller kvalitet, og at andre selskap kan dra nytte av dette dersom kundene assosierer dem med nettselskapet. Isolert sett sier ikke ordlyden noe om hva som skal til for å konstatere at det foreligger fare for utnyttelse.

- (51) I høringsdokumentet s. 10 og 28 pekes det på at et nettselskap som regel vil være godt kjent i området det er og har opparbeidet seg tillit hos sine nettkunder, samt at det gjerne vil være en fordel for en konkurranseutsatt virksomhet å bli forbundet med nettselskapet, selv om det ikke foreligger forvekslingsfare. På s. 28 i høringsdokumentet vises det til at varemerkeloven § 4 annet ledd og foretaksnavneloven § 3-2 tredje ledd oppstiller et lignende vurderingstema, men at terskelen i disse lovene er lagt ved «*urimelig*» utnyttelse av anseelse (goodwill). Det uttales i høringsdokumentet at «*Formuleringen er inspirert av varemerkeretten, men ordet «urimelig» er fjernet fordi all utnyttelse av et nettselskap sin anseelse vil være urimelig i et nøytralitetsperspektiv.*», jf. fotnote 21. Videre uttales det at: «*Nettselskapet skal som kjent opptre nøytralt og ikke gi konkurranseutsatt virksomhet en særlig fordel som andre ikke får. Hensyn til nettselskapets nøytralitet vil derfor stå sentralt ved vurderingen av om det foreligger en utnyttelse av nettselskapets anseelse.*» Terskelen for å anse en utnyttelse som rettsstridig er altså ment å kunne være lavere eller videre enn den som ville følge av varemerkeregulverket ved at rimelighetskriteriet ikke er benyttet, og man i stedet har et generelt krav om å «*skille seg klart fra*». Etter nemndas syn innebærer ikke dette at man ved vedtagelsen av NEM § 4-18 har ment å endre prinsippene som anvendes i varemerkeretten eller foretaksnavnelovgivningen, men at det åpnes for en bredere og noe strengere totalvurdering der de nevnte prinsippene i annen lovgivning vil inngå som en del av vurderingen.
- (52) Nemnda viser til at tredje elmarkedsdirektiv inneholder minimumsbestemmelser og det er opp til statene om de ønsker å innføre strengere regler, se blant annet EU-kommisjonens uttalelser i *Commission staff working paper* 22. januar 2010 (heretter «*tolkningsnotatet*») punkt 3.3.4. I forarbeidene til NEM § 4-18 kommer det frem at § 4-18 er ment å gå lengre enn påkrevd etter tredje elmarkedsdirektiv, se blant annet oppsummeringsrapporten s. 55: «*Forholdet til EØS-rettslige forpliktelser er omtalt i høringsdokumentet punkt 2.2.4. Det er riktig som påpekt av Distriktsenergi at vårt forslag til regulering går lengre enn påkrevd etter tredje energimarkedsdirektiv.*» Det kan etter dette legges til grunn at norske myndigheter gjennom NEM § 4-18 har ment å vedta en strengere regulering enn de minimumsbestemmelsene som følger av tredje elmarkedsdirektiv, og at det også er rettslig adgang til å gjøre dette. Det må allikevel i norsk rett klarlegges hva som er innholdet i NEM § 4-18 og hvilken terskel som, i lys av formålet bak bestemmelsen, skal legges til grunn for vurderingen.
- (53) I nevnte tolkningsnotat peker EU-kommisjonen på at EUs varemerkeregulverk kan brukes som referansepunkt ved vurderingen av om det er et tydelig skille mellom selskapene: «*In order to identify whether or not there is confusion in a particular case, European Union trade mark law may serve as a point of reference.*». Varemerkeretten er omfattet av EØS-avtalen og EU-domstolens avgjørelser er en sentral kilde ved tolkningen av varemerkeloven, jf. se HR-2016-1993-A *Pangea* premiss 42-43. Det ble i samme dom slått fast at praksis av betydning for tolkningen av varemerkeloven, vil få tilsvarende vekt for forvekslingsvurderingen etter foretaksnavneloven. Selv om NEM § 4-18 er ment å tolkes strengere enn det som alene måtte følge av varemerkeloven og foretaksnavneloven, vil varemerkeretten etter nemndas syn kunne tjene som en del av vurderingsgrunnlaget ved anvendelse av NEM § 4-18.

- (54) Plikten nettselskapene har til å skille seg klart fra selskaper i samme konsern og alle kraftleverandører gjelder «*markedsføring og kommunikasjon*», jf. § 4-18 første ledd første punktum. Av annet punktum fremgår at dette «*[b]lant annet*» gjelder «*foretaksnavn, andre forretningskjennetegn og varemerke*». Ordlyden «*[b]lant annet*» tilsier at dette ikke er en uttømmende liste og at det vil være mulig å trekke inn andre forhold som er en del av selskapenes «*markedsføring og kommunikasjon*» for å fastslå om noe «*skiller seg klart fra*».
- (55) I høringsdokumentet s. 27 utdypes det at «*[m]arkedsføring og kommunikasjon er ment å favne vidt. Dette skal dekke både generell kontakt med publikum og direkte kontakt med sluttbrukere, og gjelder alle typer markedsføring og kommunikasjon, både fysisk og elektronisk*». På samme side i forarbeidene oppstilles det en ikke-uttømmende liste over aktiviteter som omfattes:

«*• Sponsing, reklame, stillingsannonser og informasjon på internett, i aviser, plakater og brosjyrer. Med internett menes blant annet hjemmesider og sosiale medier som for eksempel Facebook, LinkedIn, Instagram og Twitter.*

• *Uttalelser, pressemeldinger og intervju for massemedier, herunder avis, radio og TV eller andre kommunikasjonsplattformer som tilhører andre.*

• *Bruk av foretaksnavn og logo på bygg, anlegg, kjøretøy, arbeidsklær og annet utstyr.*

• *Direkte kontakt med kunder vedrørende for eksempel tilknytning, oppgradering, strømvavbrudd, strømkvalitet, måling av forbruk og faktura. Kontakt med kunden kan være per telefon, brev, epost, sms, chat eller andre kommunikasjonsverktøy som for eksempel efaktura som sendes direkte til kundens nettbank»*

- (56) Nemnda forstår ordlyden i første ledd sammenholdt med fjerde ledd som at det skal foretas en helhetsvurdering av hvorvidt selskapenes «*markedsføring og kommunikasjon*» oppfyller kravene til å «*skille seg klart fra*». I helhetsvurderingen må en kunne trekke frem en rekke momenter som inngår i selskapenes markedsføring og kommunikasjon, jf. ordlyden «*[b]lant annet*». Dette underbygges av følgende uttalelse i høringsdokumentet s. 28:

«*Bestemmelsen må ses i sammenheng med fjerde ledd hvor det foreslås at det skal legges vekt på om det foreligger fare for forveksling eller en utnyttelse av nettselskapets anseelse. Det skal foretas en skjønnsmessig helhetsvurdering. I vurderingen skal man ta hensyn til i hvilken grad det foreligger fonetisk og visuell likhet.»*

- (57) Det kommer altså tydelig frem av forarbeidene at det skal foretas en helhetsvurdering og at det i denne sammenheng også skal ses på graden av fonetisk og visuell likhet. Etter nemndas syn må det anses som et krav etter bestemmelsen at det faktisk foretas en slik helhetsvurdering, selv om et enkeltmoment umiddelbart skulle fremstå som så likt at dette i seg selv kunne overskride terskelen for å «*skille seg klart fra*». At det skal foretas en helhetsvurdering står likevel ikke i veien for at et enkeltmoment kan bli utslagsgivende hvis likheten med de andre selskapene på dette området er for stor, samtidig som det ikke foreligger andre forhold som veier opp for dette.
- (58) Nemnda viser til at bestemmelsen etter sin ordlyd ikke kun gjelder selskap i samme konsern eller selskap i samme nettområde. Et nyopprettet selskap i eksempelvis Sør-

Norge kan være pliktsubjekt etter NEM § 4-18 annet ledd, jf. tredje ledd, og selskapet må som følge av dette unngå å legge sin markedsføring og kommunikasjon for tett opp til både nettselskap som opererer i samme område i tillegg til nettselskap i andre deler av landet. Av hensyn til forutsigbarhet og enhetlig praktisering av regelverket må en frittstående aktør i en annen del av landet enn nettselskapet etter nemndas syn kunne forholde seg til reglene innen varemerke- og firmalovgivning slik disse generelt er etablert og praktisert i bakgrunnsretten. Nemnda legger til grunn at det etter NEM § 4-18 skal foretas en streng helhetsvurdering, men at det i den sammenheng ikke er grunnlag for å fravike de etablerte prinsippene på øvrige rettsområder. Det er eventuelt andre forhold som kan tas i betraktning som tilleggsmomenter i vurderingen av om noe skiller seg klart fra noe annet. Typisk vil det i et konsern kunne være behov for å vurdere andre elementer sammen med det rent varemerkerettslige. Det som kan være uproblematisk i relasjonen mellom to uforbundene selskaper i nord og sør, kan være et overtramp for selskaper innen samme konsern.

*Formålene bak NEM § 4-18 og forholdet til varemerkeretten*

- (59) Selv om nemnda antar at det finnes rettslig adgang til å anvende NEM § 4-18 slik at resultatet av anvendelsen blir strengere enn hva som ville fulgt av varemerkeretten, må formålet bak NEM § 4-18 være førende for hvor langt man kan gå i anvendelsen av denne.
- (60) Formålet bak NEM § 4-18 omtales blant annet i høringsdokumentet s. 10-12 og 34-35. Det uttales at reglene skal sikre at nettselskapet opptrer nøytralt i forbindelse med markedsføring og kommunikasjon, og at integrerte produsenter og ikke-integrerte produsenter skal behandles likt. Krav til separat merkevare skal føre til mer rendyrkede og nøytrale nettselskap. Kravene til differensiert markedsføring og kommunikasjon skal redusere forvekslingsfare og utnyttelse av nettselskapets anseelse. Det trekkes frem at faren for forveksling er mest aktuell mellom nettselskap og kraftleverandør, men at utnyttelse av nettselskapets anseelse også vil være en utfordring for all annen virksomhet som drives med samme varemerke som nettselskapet. Videre blir det fremhevet at det er en forutsetning for et effektivt sluttbrukermarked at sluttbrukerne har god informasjon om, og en forståelse av, hva som er forskjellen mellom nettselskapet og kraftleverandør. Det vises til at selv i tilfeller hvor det ikke foreligger forvekslingsfare, kan andre foretak få en fordel av å bli assosiert med nettselskapet og nyte godt av dets tillit og anseelse. Kravet til differensiert markedsføring og kommunikasjon er ment å forhindre urettmessige fordeler og bidra til å tydeliggjøre forskjellen mellom nettselskap og kraftleverandører og mellom nettselskap og andre foretak i konsernet. Bestemmelsen skal styrke konkurransen i sluttbrukermarkedet og tilstøtende markeder og redusere forvirringen hos sluttbrukere og misforståelser som kan føre til lavere aktivitet i sluttbrukermarkedet.
- (61) Videre skal § 4-18 redusere incentiv og mulighet for kryssubsidiering mellom nettselskapet og andre foretak i samme konsern. I denne forbindelse pekes det i høringsdokumentet på kontrollforskriften § 2-8, hvor det fremgår at nettselskapet ikke skal belastes med kostnader knyttet til konkurranseutsatt virksomhet. Det trekkes frem at foretak som deler varemerke med nettselskapet vil kunne dra nytte av nettselskapets velkjente merkevare. Dersom nettselskapene er gode til å markedsføre seg, vil andre foretak i samme konsern ha mindre behov for å bruke midler på markedsføring enn sine konkurrenter. Det fremheves at dette kan skape mindre effektiv konkurranse og det kan være fristende for nettselskapet å markedsføre seg mer enn de ellers ville gjort, siden markedsføringen også kommer de andre foretakene i konsernet til gode. Videre hevdes

det at det i praksis vil være svært utfordrende å avdekke slik krysssubsidiering ved tilsyn. Selv ved korrekt kostnadsfordeling vil det ifølge forarbeidene være mulig for de andre foretakene med felles merkevare å utnytte nettselskapets anseelse og opparbeidede tillit hos nettkundene.

- (62) I høringsdokumentet s. 28-29 vises det til at NVE har vurdert muligheten for å benytte lovgivningen for varemerke og foretaksnavn. Disse regelverkene har lignende vurderingstema som NEM § 4-18, men sistnevnte skal imidlertid dekke all type markedsføring og kommunikasjon og ikke bare forretningskjennetegn og varemerke. I forarbeidene pekes det også på at de nevnte regelverkene skal ivareta andre hensyn. Etter NVEs syn passer ikke reglene i varemerkeloven og foretaksnavneloven direkte for vurderingen etter NEM § 4-18. Det uttales at *«[d]et konkrete skille etter varemerke- eller foretaksnavneloven vil derfor ikke være bestemmende for skille etter den foreslått[e] bestemmelsen i § 4-14»*. Nemnda bemerker at henvisningen til § 4-14 gjelder NEM § 4-18 i någjeldende regelverk. Det at skillet etter NEM § 4-18 skal være strengere begrunnes i høringsdokumentet med at *«aktørene i et energikonsern kan ha et interessefelleskap som ikke eksisterer mellom konkurrenter som etterligner hverandres varemerke og forretningskjennetegn»*.
- (63) EU-kommisjonen har som vist trukket frem varemerkeretten som et mulig referansepunkt ved vurderingen av sammenblanding i markedsføring og kommunikasjon. Etter nemndas forståelse vil det samme mulige interessefelleskapet mellom nettselskap og andre aktører i et konsern gjøre seg gjeldende for andre nettselskap i Europa som inngår i konsern med konkurranseutsatte virksomheter. Det å ville unngå krysssubsidiering mellom monopoler og konkurranseutsatt virksomhet er heller ikke særegent for Norge. Nemnda antar at flere av vurderingstemaene som følger av EUs varemerkerett ikke vil være direkte overførbare til den vurderingen av sammenblanding i markedsføring og kommunikasjon som tredje elmarkedsdirektiv legger opp til. Likevel har EU-kommisjonen trukket frem varemerkeretten som et mulig referansepunkt ved vurderingen. Det vises i høringsdokumentet til NEM § 4-18 til at det er rom for at det nasjonale regelverket er strengere enn minimumskravene i tredje elmarkedsdirektiv. Det fremgår imidlertid ikke eksplisitt hva som er den faglige begrunnelsen for hvorfor en har ønsket et strengere regelverk.
- (64) I høringsdokumentet trekkes det likevel frem en del forhold som er ment å illustrere behovet for krav til differensiert markedsføring og kommunikasjon. Blant annet trekkes det frem undersøkelser gjennomført av Sentio Research Norge AS i 2017 som viste at strømleverandører og nettselskapet ofte forveksles, og at sluttbrukere synes foretakene er vanskelig å skille når de har felles varemerke. Under et punkt om samfunnsøkonomiske nyttevirksomheter blir det vist til at i gjennomsnitt 68 prosent av nettkundene på tidspunktet var knyttet til den dominerende kraftleverandøren i sitt nettområde, og at dette ofte var den integrerte kraftleverandøren som delte varemerke med det lokale nettselskapet. Det vises til at forvirring blant sluttbrukere når det gjaldt rollefordelingen mellom kraftleverandør og nettselskap, kunne være en del av forklaringen til at mange integrerte kraftleverandører var så dominerende innenfor sitt nettområde. Det uttales at *«[s]luttbruker kan ha en tendens til å velge integrert kraftleverandør fordi det oppleves trygt, eller fordi en tenker at det er denne aktøren som leverer strøm i et gitt område»*. NVE mente at innføring av krav til differensiert varemerke ville gi høy sannsynlighet for betydelige nyttevirksomheter i kraftmarkedet og andre markeder som foretak i konsernet deltar i. Under punktet om samfunnsøkonomiske virkninger på side 35-36 trekkes det frem at kravene vil føre til mer informerte sluttbrukere, større opplevd nøytralitet, likere

konkurransvilkår og at reduksjon av kryssubsidiering mellom nettvirksomhet og annen virksomhet «vil på lengre sikt føre til en reduksjon av samlede utgifter for sluttbrukere til strøm og nettleie».

- (65) Ut fra sammenhengen og i mangel på andre holdepunkt, tolker nemnda det som at årsaken til det strengere regelverket må være en oppfatning hos NVE/RME om at det eksisterer et praktisk behov for et strengere regelverk for å regulere nettopp det norske markedet. Nemnda legger til grunn at et annet grunnlag for den strengere regelen i NEM § 4-18 er at den skal gjennomføre nøytralitetsplikten i energiloven, som dekker et videre område enn kravene til markedsføring og kommunikasjon i tredje elmarkedsdirektiv artikkel 26 nr.3.
- (66) På bakgrunn av ovennevnte oppsummerer nemnda det slik at gjeldende rett innen varemerke- og foretakslovgivningen ligger fast, også ved vurdering etter NEM § 4-18, men at det er rom for å trekke inn en rekke andre argumenter i vurderingen av om noe «*skiller seg klart fra*». I forhold til selskaper i samme konsern vil denne vurderingen kunne inkludere en rekke elementer som ikke nødvendigvis inngår i vurderingen mellom uforbundene selskaper i forskjellige landsdeler.

#### *Den konkrete vurderingen*

- (67) Spørsmålet er så om Lnett i sin markedsføring og kommunikasjon «*skiller seg klart fra*» de andre selskapene i Lyse-konsernet, herunder kraftleverandøren. Det må i denne forbindelse foretas en helhetsvurdering av momenter som navn, logo og annen markedsføring. Herunder må det ses nærmere på graden av fonetisk og visuell likhet. Videre skal det legges vekt på om det foreligger risiko for forveksling eller utnyttelse av nettselskapets anseelse.
- (68) Ved vurderingen av forvekslingsfare etter NEM § 4-18 er det etter nemndas syn naturlig å ta utgangspunkt i hvordan en gjennomsnittskunde må antas å oppfatte selskapenes markedsføring og kommunikasjon. Et nettselskap og de andre selskapene i konsernet, inkludert kraftleverandøren, vil ha både private sluttbrukere og profesjonelle kunder. Skillet mellom monopol og konkurranseutsatt virksomhet er trolig ikke noe gjennomsnittskunden reflekterer over i det daglige. Oppmerksomhetsnivået kan antas å variere fra normalt til høyere enn normalt. Dersom spørsmålet om forvekslingsfare er knyttet til en kraftleverandør eller annen virksomhet i samme konsern som nettselskapet, trekker det i retning av at terskelen for å konstatere forvekslingsfare må være lavere enn dersom det gjaldt et selskap utenfor konsernet.
- (69) Nettselskapet Lnett og konsernet/kraftleverandøren Lyse presenterer seg i dag slik med navn og logo:





- (70) Varemerket Lyse er registrert for Lyse Energi AS som et figurmerke/kombinert merke. Lnett er ikke registrert. Varemerket Elnett er derimot registrert av et annet selskap, men for helt andre varegrupper. Det er videre slik at Lyse-konsernet på sin nettside «*lysekonsern.no*» viser begge selskapene i en sammenstilling under fanen «*Våre selskaper*». Ved å gå inn på «*Lyse.no*» og klikke på fanen «*Om oss*» blir man ledet rett over til nettsiden «*lysekonsern.no*». I selskapenes årsrapporter opplyses det også om at nettselskapet Lnett inngår i Lyse-konsernet, og det ligger stillingsutlysninger for Lnett på konsernets nettsider under fanen «*karriere*». Kundene vil gjennom dette i en viss utstrekning få fremhevet selskapenes konserntilhørighet. Et slikt element vil være relevant i tilknytning til den totalvurdering som skal foretas etter § 4-18. RME har ikke trukket frem dette som et moment av betydning i saken. Nemnda viser imidlertid til at det i høringsdokumentet s. 30 uttales følgende:

*«Selv om morselskapet pålegges en plikt etter andre ledd, vil dette ikke være til hinder for at morselskapet informerer om sitt eierskap til nettselskap og andre virksomheter på sine nettsider. Tilsvarende gjelder på andre områder der morselskap har et saklig behov for å inkludere informasjon om nettselskapet, for eksempel i årsrapporter. Informasjonen må imidlertid utformes nøytralt slik at det ikke oppstår forvekslingsfare eller utnyttelse av nettselskapets anseelse.»*

- (71) Nemnda kan vanskelig se at det å benytte navnene «*Lnett*» og «*Lyse*» innebærer en direkte fare for forveksling, altså at gjennomsnittskunden på bakgrunn av navnene skulle tro at nettselskapet og kraftselskapet var samme foretak. Nemnda kan heller ikke se at selskapenes logoer, alene eller sammen med navnene, skulle ha slik effekt. Etter nemndas syn vil det være indirekte forvekslingsfare som er mest aktuelt å vurdere i dette tilfellet, eventuelt om det foreligger andre forhold som kan medføre risiko for utnyttelse av nettselskapets anseelse.
- (72) Hvorvidt merket har særpreg eller er beskrivende skal ikke ha betydning ved vurderingen av forvekslingsfare etter § 4-18 ifølge høringsdokumentet s. 28. Det uttales at «*Dette står i motsetning til vurderinger etter varemerkeloven. Det vil altså ikke være tillatt at et nettselskap og en kraftleverandør har et foretaksnavn som inneholder samme stedsnavn og henholdsvis «Nett AS» og «Kraft AS».*». Slik nemnda forstår det er eksempelet ment å vise at det samme stedsnavnet ikke kan brukes i begge navn selv om dette er generisk og rent beskrivende for området selskapene betjener. Det vil eksempelvis ikke ha betydning i vurderingen dersom stedsnavnet er hyppig brukt i andre foretaksnavn i det geografiske området. En vil likevel anse navnene på de aktuelle selskapene i energisektoren som så like at dette er egnet til å kunne skape forveksling eller en assosiasjon mellom selskapsnavnene. Er bruk av stedsnavnet også historisk forankret gjennom bruk før kravet om selskapsmessig skille ble innført, bidrar dette til at forholdet kan fremstå som et brudd på kravet i § 4-18.
- (73) Når det ikke er tillatt etter bestemmelsen å bruke et stedsnavn og henholdsvis «*Nett AS*» og «*Kraft AS*», legger nemnda til grunn at det samme også må gjelde åpenbare forkortelser for det samme stedsnavnet. Åpenbare forkortelser for selskapsnavn må også antas å rammes av bestemmelsen.
- (74) RME har lagt til grunn at forbokstaven «*L*» i «*Lnett*» er en forkortelse for selskapsnavnet «*Lyse*». Klager har på sin side anført at «*L*» er en forkortelse for «*el*» og at denne ord delen sammen med det andre elementet i navnet, «*nett*», er beskrivende for hva nettselskapet leverer, nemlig «*elnett*». Etter nemndas syn er dette begge mulige tolkningsalternativ.

Ved vurderingen av forvekslingsfare skal det imidlertid tas utgangspunkt i hvordan en gjennomsnittskunde vil oppfatte navnene. Nemnda understreker at man ved vurderingen av gjennomsnittskundens oppfatning ikke kan legge til grunn at denne uavhengig av likhetsvurderingen, gjennom media eller på annen måte, kan ha kunnskap om at «Lnett» og «Lyse» inngår i samme konsern. En langvarig kunde av Lyse-konsernet må vurderes på samme måte som en uinformert tilflytter som ønsker å inngå avtale om leveranse av både kraft og netttjenester.

- (75) Klager har vist til at foretaket aldri bruker navnet Lnett alene, men alltid sammen med foretakets logo. Unntaket er offentlige registre. Nemnda viser til at tekstelementet likevel må være sentralt i en helhetsvurdering. Andre aktører vil kunne bruke selskapets navn alene. Når en kunde refererer til selskapet muntlig, får de også et lydmessig bilde av orddelene, se EU-domstolens dom av 9. juli 2019, *Hugo's Hotel Ltd v EUIPO – H'ugo's (HUGO'S BURGER Bar)*, T-397/18, EU:T:2019:489 premiss 66. Nemnda legger i denne forbindelse til at det kan være naturlig for en sluttbruker å legge mest merke til begynnelsen av et ord, se Borgarting lagmannsretts dom LB-2015-201256, med videre henvisninger til EU-domstolens praksis, blant annet dom av 24. november 2005 [C3], *Sadas SA v. OHMI – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE)*, T-364/04, EU:T:2005:420.
- (76) Navnene «Lnett» og «Lyse» har samme åpningsbokstav. Fonetisk lyder ikke åpningsbokstaven likt. Det må antas at gjennomsnittsforbrukeren vil uttale navnet «Lnett» som «elnett» og at den vil uttale «Lyse» rett frem. Nemnda oppfatter også bokstaven «Y» som det mest fremtredende ved ordet «Lyse», eventuelt kombinasjonen «L-Y», og en slik bokstavkombinasjon fremgår ikke av navnet «Lnett». Navnet L-nett inneholder kun vokalen «e», mens Lyse bruker «y» og «e», hvor «Y» oppfattes som den mest dominerende vokallyden. Nemnda ser liten fonetisk likhet mellom ordene «Lnett» og «Lyse». Etter nemnda syn bidrar dette til å skape ytterligere distanse mellom navnene.
- (77) Videre er det kun bokstaven «L» som gir noen form for likhet i det visuelle uttrykket. Skrifttypene som er brukt i logoene gir bokstaven «L» en avrundet vinkel nede i venstre hjørne. Nemnda viser til at det likevel ikke er noen fremtredende visuell likhet mellom logoene. Det er ingen likhet i fargevalg da Lyse bruker ulike nyanser av grønn mens Lnett bruker svart/hvitt og noen ganger en variant i svart/gult. Det er heller ingen figurativ likhet mellom logoene, da Lyse bruker en halvsirkel/C til venstre for navnet, mens Lnett bruker to kryss over navnet som skal representere strømmettet. Den grafiske utformingen av logoen reduserer etter nemndas syn forvekslingsrisikoen når navn og logo er brukt sammen.
- (78) I denne saken er det kun åpningsbokstaven som skaper likhet mellom navnene Lnett og Lyse. Nemnda kan vanskelig se at gjennomsnittskunden først og fremst vil oppfatte L'en slik at det er en forbindelse mellom Lnett og Lyse. Ordet «Lnett» fremstår som en helhet og har en selvstendig språklig betydning. At uttrykket «elnett» har samme betydning som elektrisk nett eller strømmett må anses som en etablert, vanlig oppfatning. Etter nemndas syn må den mest nærliggende oppfatningen være at navnet «Lnett» spiller på virksomheten til nettselskapet, altså «elnett» og «elektrisk nett» og i hvert fall ikke på «Lyse». Nemnda antar at navnet vil bli oppfattet av gjennomsnittskunden i denne betydningen.
- (79) Nemnda finner at selskapene med ulike varianter av navnet Lyse neppe er egnet til å forveksles med nettselskapet Lnett grunnet lik forbokstav, «L». Navnet er verken visuelt/typografisk likt eller fonetisk likt, og etter nemndas vurdering bærer ikke navnene

«Lnett» og «Lyse» en slik likhet at gjennomsnittskunden skulle tro det foreligger en forretningsmessig forbindelse mellom disse som ikke eksisterer mellom nettselskapet og andre kraftleverandører eller selskaper. Nemnda kan heller ikke se at den delen av kundemassen som har forutgående kjennskap til at selskapene inngår i samme konsern, vil fratas denne forkunnskapen dersom nettselskapet eller de andre selskapene i konsernet skulle bytte navn. På denne bakgrunn har nemnda kommet til at vilkåret om forvekslingsfare ikke er oppfylt. I vurderingen har nemnda lagt avgjørende vekt på at foretaksnavnene i seg selv ikke bærer noen stor grad av likhet og at ytterligere avstand skapes gjennom det visuelle uttrykket der en rekke elementer ved den grafiske utformingen bidrar til å skille merkene tydelig fra hverandre.

- (80) Spørsmålet er imidlertid om det likevel ut fra andre faktorer kan foreligge fare for utnyttelse av nettselskapets anseelse. Etter nemndas oppfatning vil det også i denne vurderingen være hensiktsmessig å hente relevante momenter fra EU-domstolens praksis. Det vil i helhetsvurderingen være naturlig å ta utgangspunkt i opplevelsen til en imaginær gjennomsnittskunde. Videre vil vurderingen deles i to underkategorier. Det må vurderes om det foreligger en tilstrekkelig sammenheng eller assosiasjon mellom de aktuelle selskapene og nettselskapet. En slik vurdering kan basere seg på flere av de samme momentene som vurderingen av forvekslingsfare, herunder likheten mellom navnene. Nemnda legger til grunn at det skal mindre til for å etablere en assosiasjon eller sammenheng enn for å konstatere at det foreligger forvekslingsfare. I tillegg må en vurdere hva som blir konsekvensene av en slik eventuell assosiasjon.
- (81) Etter RMEs syn kan forbrukere assosiere konkurranseutsatt virksomhet i Lyse til noe positivt, fordi de har et langvarig forhold til Lnett (tidligere Lyse Elnett AS) som deres nettselskap. Klager har på sin side anført at det ikke er grunnlag for å praktisere kravene til kommunikasjon og markedsføring i NEM § 4-18 så strengt at det ikke skal kunne være mulig å forstå eller kjenne til at et nettselskap har tilknytning til et konsern som også har konkurranseutsatt virksomhet. Videre har klager anført at det i den foreliggende saken kun ville være aktuelt å vurdere «fare for forveksling» og ikke i tillegg «utnyttelse av selskapets anseelse» fordi Lyse er den kjente merkevaren og det ville eventuelt være tale om at nettselskapet unyttet anseelsen til resten av konsernet og ikke omvendt.
- (82) Nemnda viser til at NEM § 4-18 blant annet skal hindre at andre selskap i samme konsern utnytter nettselskapets anseelse. Det er selve sammenblandingen eller assosiasjonen mellom selskapene som skal forhindres ved hjelp av regelverket. At kraftselskapet mener å ha med seg den mest velkjente og etablerte merkevaren er uten betydning, da det uansett er nettselskapets anseelse som etter regelverket ikke skal utnyttes og det vil være den opplevde koblingen mellom selskapene på vurderingstidspunktet som er avgjørende, uavhengig av hvilket av selskapsnavnene som er mest kjent.
- (83) Det opplyses i oppsummeringsrapporten s. 54 at det ved utformingen av NEM § 4-18 ikke ble funnet hensiktsmessig å stille krav til at nettselskapet skulle overta innarbeidet merkevare. Det uttales i denne forbindelse at «Dette innebærer at den konkurranseutsatte virksomheten i enkelte tilfeller får beholde en merkevare som delvis er bygget på nettselskapets anseelse og delvis finansiert av nettselskapet. Denne fordel vil avta og forsvinne etter hvert som tiden går».
- (84) Nemnda er enig med RME i at nettselskapenes monopolistrolle gir dem en posisjon som er egnet til å utnyttes av konkurranseutsatt virksomhet i samme konsern. Dette selv om nettselskapet har et nyere navn enn de konkurranseutsatte virksomhetene i selskapet. I

den foreliggende saken er det nettselskapet Lnett som har fått nytt navn og de konkurranseutsatte selskapene i konsernet som har beholdt den historisk mest kjente merkevaren «Lyse». I motsetning til etter varemerkeretten vil det ikke være like relevant å vurdere nettselskapets renommé og image i denne sammenheng da nettselskapet har et automatisk vern etter NEM § 4-18 i kraft av å være et nettselskap. Det problematiske i disse sakene vil ikke være å vurdere hva som vil være konsekvensene av en assosiasjon mellom selskapene. Dette er allerede utførlig beskrevet i forarbeidenes beskrivelse av formålet bak bestemmelsen. Det må etter nemndas syn kunne legges til grunn at konkurranseutsatt virksomhet vil kunne oppnå en markedsføringsmessig fordel ovenfor omsetningskretsen til et nettselskap i samme energikonsern dersom de gjennom navn, varemerke, logo e.l. kan assosieres med nettselskapet.

- (85) At det er mulig å utnytte et nettselskaps anseelse fordi de har en monopolistrolle i sitt nettområde, er imidlertid ikke tilstrekkelig for å konstatere rettsstrid. Det må i tillegg foreligge en sammenheng eller assosiasjon mellom foretakene i deres markedsføring og kommunikasjon. Etter nemndas syn er det vanskelig å se at navnet «Lyse», enten alene eller sammen med selskapenes visuelle uttrykk, har egenskaper som gjør det egnet til å gi kundekretsen assosiasjoner til selskapsnavnet «Lnett», eller omvendt. Om det skulle være slik at de ulike Lyse-selskapene profiterer på at nettselskapet i samme konsern heter «Lnett», er det lite trolig at dette skyldes en assosiasjon skapt av at nettselskapene har samme forbokstav. Det er vanskelig å se at et pålegg om å endre foretaksnavn i denne saken vil bidra til at selskapet i større grad oppfyller formålet bak bestemmelsen i NEM § 4-18.
- (86) Energiklagenemnda konkluderer med at Lnett AS i sin markedsføring og kommunikasjon ikke har brutt kravene til å «*skille seg klart fra*» de andre selskapene i Lyse-konsernet, jf. NEM § 4-18 første ledd. Det er således ikke grunnlag for å pålegge endring. På dette grunnlaget opphever nemnda RMEs pålegg overfor Lnett AS om å bytte navn, jf. NEM § 8-1 første ledd.

#### 4. Vedtak

(87) Energiklagenemnda fatter etter dette følgende vedtak:

- 1. Klagen tas til følge.**
- 2. RMEs vedtak datert 11. januar 2023 med referansenummer 202221595-1, oppheves.**

Vedtaket er endelig og kan ikke påklages, jf. forvaltningsloven § 28 tredje ledd.

Vedtaket er enstemmig.

RMEs vedtak er endret til gunst for klager. Etter forvaltningsloven § 36 kan klager kreve dekket vesentlige sakskostnader som har vært nødvendige for å få endret vedtaket. Eventuelt krav om dekning av sakskostnader bes rettet til Energiklagenemnda.

Oslo, 11. oktober 2023

Per Conradi Andersen

Edna Grepperud

Morten Sundt

Nemndsleder

Nemndsmedlem

Nemndsmedlem

*Dokumentet er elektronisk godkjent og har ingen signatur*