



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 54/2019

Auglýsing Heimkaupa um Tax Free afslátt

I.

Málsmeðferð

1.

Neytendastofa sendi bréf, dags. 27. september 2019, til Wedo ehf., rekstraraðila Heimkaupa, þar sem fram kom að stofnunin hafi orðið vör við auglýsingu félagsins um Tax Free afslátt á Facebook síðu félagsins þann 12. september 2019. Í bréfinu kom fram að í auglýsingunni væri eftirfarandi texti fyrir ofan mynd:

„AÐEINS Í DAG: Öll matvara á Tax Free. Dagurinn í dag er sko dagurinn til að prófa að kaupa matvöru á Heimkaup.is og fá sent heim að dyrum.“

Efst á myndinni segi í stóru hvítu lettri: „*TAX FREE Á MAT*“. Fyrir neðan þann texta sé mynd af poka með grænmeti og ávöxtum og við hlið þess gulur borði með textanum „*AÐEINS Í DAG*“ í stóru hvítu lettri. Neðst til vinstri á myndinni sé vörumerki félagsins. Neðst til hægri á myndinni segi eftirfarandi í smáu hvítu lettri sem snúi lóðrétt: „**Tax Free = 10% afsláttur*“. Engin stjörnumerking virðist vera í auglýsingunni sem vísi til umrædds texta sem tilgreini prósentuhlutfall afsláttar.

Að mati Neytendastofu þurfi prósentuhlutfall afsláttar að koma skýrt fram í auglýsingum þar sem fjallað sé um Tax free afslátt og geti stærð og útlit leturs, staðsetning texta o.fl. haft þýðingu við mat á því hvort fullnægjandi grein sé gerð fyrir prósentuhlutfalli afsláttar. Neytendastofa telji að ákvæði 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, ásamt 4. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, komi til skoðunar í málinu vegna ófullnægjandi upplýsingagjafar í auglýsingum félagsins.

2.

Svar Heimkaupa barst Neytendastofu með tölvupósti, dags. 3. október 2019. Í svarinu kom fram að félagið skilji athugasemdir Neytendastofu sem svo að stærð og útlit leturs og staðsetning texta kunni að brjóta í bága við lög nr. 57/2005 og reglur nr. 366/2008 að mati stofnunarinnar.



Í öllum auglýsingum í þessari herferð (Tax Free á matvöru) hafi undantekningarlaust fylgt upplýsingar um prósentuafslátt eins og lög geri ráð fyrir. Í þeim greinum laganna sem Neytendastofa vísi til sé hvergi tekið fram hversu stórt letur eigi að vera í auglýsingum, hvorki hlutfallslega né aðrar skilgreiningar. Þá sé í lögnum ekki kveðið á um hvar letur skuli staðsett í auglýsingunum.

Heimkaup bendi á að rík hefð sé fyrir því að setja fyrirvara eða nánari upplýsingar á spássíu auglýsinga í 6-7 punkta letri eins og félagið gerði. Félagið vilji taka fram að þegar komið var inn á heimkaup.is þennan dag hafi sést skýrt og greinilega að afslátturinn væri 10%. Þegar komið var inn á vöruspjald hvernar vöru sem hafi verið með afslætti sem auglýstur var sem Tax Free afsláttur hafi það sést greinilega aftur. Ennfremur hafi afslátturinn sést áður en kaup hafi verið kláruð.

Ólíkt því sem gerist í hefðbundnum verslunum sé viðskiptavinurinn því upplýstur um prósentuafsláttinn í hverju skrefi og löngu áður en kaup fari fram. Því sé vandséð hvernig hægt sé að færa rök fyrir því að verið sé að villa um fyrir neytendum eða valda þeim tjóni á annan hátt.

Heimkaup biðji um að sanngirni sé gætt við „*mat á því hvort fullnægjandi grein sé gerð fyrir prósentuhlutfalli afsláttarins*“ eins og segi í bréfi Neytendastofu og ítreki að prósentuafslátturinn hafi undantekningarlaust verið birtur í öllum auglýsingum. Félaginu sé bæði ljúft og skylt að fylgja nánari fyrirmælum um staðsetningu og kröfur um stærð leturs sem Neytendastofa kunni að leggja fram.

3.

Neytendastofa sendi bréf til Heimkaupa þann 8. október 2019. Í bréfinu er vísað til þess að í svari félagsins komi fram að í þeim greinum laga sem Neytendastofa vísi til sé hvergi tekið fram hversu stórt letur eigi að vera í auglýsingum, hvorki hlutfallslega né aðrar skilgreiningar. Þá sé í lögnum ekki kveðið á um hvar letur skuli vera staðsett í auglýsingum. Neytendastofa bendi á að í ákvæði 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005 komi fram að viðskiptahættir geti talist villandi ef upplýsingum sé leynt. Ákvæðið sé líkt og mörg ákvæði laganna matskennt og ekki eru til staðar reglur sem taki á nákvæmlega öllum þeim viðskiptaháttum sem geti talist villandi. Auk þess telji stofnunin að eðli máls samkvæmt verði að gera þá kröfu til upplýsingagjafar, sbr. t.d. 4. gr. reglna nr. 366/2008, að upplýsingarnar komi skýrt fram. Að öðrum kosti þjóni slík ákvæði litlum tilgangi ef upplýsingarnar eru veittar með þeim hætti að flestir neytendur geti ekki séð upplýsingarnar sem skylt er að veita.

Í bréfinu var einnig vísað til þeirra raka Heimkaupa að rík hefð sé fyrir því að setja fyrirvara eða nánari upplýsingar í spássíu auglýsinga í 6-7 punkta letri eins og félagið gerði. Neytendastofa bendi á að þrátt fyrir að e.t.v. sé hægt að finna dæmi þar sem upplýsingar eru veittar með ófullnægjandi hætti þá breyti það ekki túlkun stofnunarinnar á þeim ákvæðum laga sem komi til skoðunar í þessu máli.



Í lok bréfsins kom fram að Neytendastofa teldi gagnöflun málsins lokið og að málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.

II. Niðurstaða

1.

Mál þetta varðar auglýsingu Heimkaupa, sem rekið er af Wedo ehf., um Tax Free afslátt á Facebook síðu félagsins. Í bréfi stofnunarinnar var vísað til þess að ákvæði 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk ákvæðis 4. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, kæmu til skoðunar í málinu vegna ófullnægjandi upplýsingagjafar í auglýsingu félagsins.

Í svari Heimkaupa kom fram að prósentuhlutfall afsláttar hafi komið fram í umræddri auglýsingu. Í þeim lagagreinum sem Neytendastofa vísi til sé hvergi tekið fram hversu stórt letur eigi að vera í auglýsingum né hvar það skuli staðsett. Ennfremur hafi það komið skýrt fram á heimkaup.is að afslátturinn væri 10%.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Lögin fela fyrst og fremst í sér vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda en einnig vernd fyrirtækja gegn óréttmætum viðskiptaháttum keppinauta vegna auglýsinga eða annarra svipaðra viðskiptaaðferða.

Í 5. gr. er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fer fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í 2. mgr. 6. gr. segir:

„Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.“

Í greinargerð með ákvæðinu þar sem það kom fyrst fram í lögum segir að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

Í 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 segir:



„Viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Viðskiptahættir sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa eru alltaf óréttmætir.“

Ákvæðinu er, skv. umfjöllun í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 50/2008, ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða skv. ákvæðinu er litið til þess hvort háttsemin geri það að verkum að hinn almenni neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.

Í 9. gr. er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir séu líklegir til að blekkja neytendur, t.d. með almennri framsetningu þó gefnar séu upp réttar staðreyndir, eða ef neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Í a.–g. lið málgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við og er d. liður svohljóðandi:

„verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértíloboð eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum, [...]“

Þá segir í 2. mgr. 9. gr. laganna:

„Viðskiptahættir eru villandi ef ekki er greint frá upplýsingum sem telja má að almennt skipti máli fyrir neytendur eða þeim er leynt og þær eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti.“

Skv. ákvæðinu teljast viðskiptahættir villandi ef fyrirtæki leynir upplýsingum sem skipta máli við ákvörðun um að eiga viðskipti eða þær eru veittar á óljósan eða margræðan hátt. Í greinargerð með ákvæðinu kemur fram að hafa megi þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr.

Með heimild í lögnum hefur Neytendastofa sett reglur um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði nr. 366/2008. Ákvæði 4. gr. reglnanna ber yfirskriftina prósentuafsláttur og er það svohljóðandi:

„Þegar veittur er prósentuafsláttur reiknast hann af fyrra verði. Taka skal fram hvert prósentuhlutfall lækunarinnar er og skal tilgreina skýrt fyrra verð. Lækki verð vöru eða þjónustu enn frekar á meðan á útsölu eða annarri sölu stendur, sbr. 1. gr., skal koma skýrt fram hvort aukinn afsláttur reiknast frá upphaflegu eða lækkuðu verði. Sé veittur aukinn afsláttur þegar sex vikur eru liðnar af útsölu skal líta á fyrra útsöluverð sem fyrra verð, sbr. 2. og 3. gr.“



3.

Í máli þessu kemur til skoðunar hvort Heimkaup hafi veitt upplýsingar um prósentuhlutfall afsláttar með nægilega skýrum hætti í umræddri auglýsingu um Tax Free afslátt á Facebook síðu félagsins. Í 4. gr. reglna nr. 366/2008 er lögð skýr skylda á seljendur að tilgreina prósentuhlutfall afsláttar auk fyrra verðs þegar veittur er prósentuafsláttur af verði vöru og verður að mati Neytendastofu að telja að þar sé um að ræða upplýsingar sem almennt skipti neytendur máli, sbr. 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Að mati Neytendastofu þarf prósentuhlutfall afsláttar að koma skýrt fram í auglýsingum þar sem fjallað er um Tax Free afslátt. Ljóst er að meta þarf í hverju tilviki fyrir sig hvort upplýsingarnar eru veittar með fullnægjandi hætti. Við það mat er m.a. litið til stærðar og útlits leturs, staðsetningu textans og framsetningu upplýsinganna að teknu tilliti til annarra upplýsinga sem fram koma í auglýsingunni sem og að teknu tilliti til auglýsingamiðilsins. Líkt og fram kom í bréfi Neytendastofu til Heimkaupa telur stofnunin að eðli máls samkvæmt verði að gera þá kröfu til upplýsingagjafar að upplýsingarnar komi skýrt fram. Að öðrum kosti þjóni slík ákvæði litlum tilgangi ef upplýsingarnar eru veittar með þeim hætti að fæstir neytendur geti séð þær upplýsingar sem skylt er að veita.

Neytendastofa fellst ekki á þau rök Heimkaupa að nægilegt sé að prósentuhlutfall afsláttar hafi komið fram með skýrum hætti á vefsíðunni heimkaup.is. Að mati stofnunarinnar ber fyrirtækjum að veita upplýsingar um prósentuhlutfall afsláttar með skýrum hætti hvar sem Tax Free afsláttur er kynntur.

Með tilliti til leturstærðar og staðsetningu textans sem tilgreindi prósentuhlutfall afsláttarins telur Neytendastofa auðsýnt að margir neytendur hafi ekki orðið varir við þær upplýsingar sem honum var ætlað að veita. Stofnunin telur að auglýsingin brjóti gegn 4. gr. reglna nr. 366/2008 og að framsetning auglýsingarinnar sé ósanngjörn gagnvart neytendum, sbr. 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, þar sem ekki kom fram með nægilega skýrum hætti prósentuhlutfall afsláttar. Af sömu ástæðu telur stofnunin auglýsinguna fela í sér villandi upplýsingar um verð og þann afslátt sem veittur er, sbr. 2. mgr. 9. gr. laganna og þar með einnig 1. mgr. 8. gr. sömu laga enda til þess fallið að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, beinir Neytendastofa þeim fyrirmælum til Wedo ehf. að birta prósentuhlutfall afsláttar með skýrum hætti í öllum Tax Free auglýsingum sínum.



III.

Ákvörðunarorð:

„Wedo ehf., Smáratorgi 3, Kópavogi, rekstraraðili Heimkaupa, hefur brotið gegn ákvæðum 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk ákvæðis 4. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, með því að birta auglýsingu um Tax Free afslátt án þess að tilgreina prósentuhlutfall afsláttarins með nægilega skýrum hætti.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, beinir Neftendastofa þeim fyrirmælum til Wedo ehf. að birta prósentuhlutfall afsláttar í öllum Tax Free auglýsingum sínum með skýrum hætti.“

Neftendastofa, 11. desember 2019

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir