



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 9/2022

Viðskiptahættir Cromwell Rugs ehf.

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til Cromwell Rugs ehf., dags. 23. desember 2021, greindi stofnunin frá því að sér hafi borist ábendingar um viðskiptahætti félagsins vegna auglýsinga sem birtar væru ítrekað í Fréttablaðinu og Morgunblaðinu. Var athugasemdum stofnunarinnar skipt í þrjá hluta. Í fyrsta lagi óskaði stofnunin sönnunar á auglýstu upprunalegu verði 12 tilgreindra teppa sem auglýst voru á lækkuðu verði í Morgunblaðinu þann 21. desember 2021. Vísaði stofnunin til 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, ásamt 3. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Í öðru lagi vísaði stofnunin til þess að félagið hafi ekki birt upplýsingar um afsláttarverð framangreindra teppa í auglýsingu félagsins í Morgunblaðinu þann 21. desember 2021. Vísaði stofnunin til 1. mgr. 8. gr., f. liðar 1. mgr. 10. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, ásamt 3. gr. reglna nr. 536/2011, um verðmerkingar og einingarverð við sölu á vörum. Í þriðja lagi vísaði stofnunin til þess að auglýsingar félagsins í októbermánuði hafi borið yfirskriftina KRÍSU-ÚTRÝMINGARSALA ásamt því að auglýsa að heildsalan væri aðeins opin almenningi í 9 daga. Þá var vísað til auglýsinga sem birtust í Morgunblaðinu dagana 4., 5., 11., 12. og 21. desember 2021 með sömu yfirskrift. Í auglýsingum frá 4. og 5. desember hafi eftirfarandi jafnframt komið fram: „*RESTAR, SÍÐUSTU TEPPIN - ENN MEIRI AFSLÁTTUR, ALLT VERÐUR AÐ SELJAST! ÞAR SEM ÞAÐ ER LÍTIÐ EFTIR ÞÁ ER ÞAÐ FYRSTUR KEMUR FYRSTUR FÆR.*“ Í auglýsingum frá 11. og 12. desember hafi síðan eftirfarandi verið birt: „*AÐEINS ÞESSA HELGI. STÓR HELGI. ALLT Á AÐ SELJAST! ÆTLUM AÐ SELJA ALLAR BIRGÐIRNAR. AÐEINS ÞESSA HELGI. FÁÐU DRAUMA TEPPIÐ Á DRAUMAVERÐINU! LÆKKUM VERÐIÐ ENN MEIRA.*“ Þá hafi eftirfarandi komið fram í auglýsingu frá 21. desember 2021: „*VIÐ HÖFUM LOKSINS FENGIÐ TEPPIN OKKAR ÚR TOLLINUM! NÚ OPNUM VIÐ VÖRUHÚSIÐ FYRIR ALMENNING Í AÐEINS 3 DAGA! MARGIR ÍSLENDINGAR HAFU KEYPT DRAUMATEPPIÐ HJÁ OKKUR. EN ÞÚ?*“ Hvað þennan þátt varðar vísaði stofnunin til 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og d. liðar 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, ásamt 7. tölul. 1. mgr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir. Taldi stofnunin mikilvægt við mat á því hvort umrædd háttsemi falli undir



tilgreind ákvæði að taka mið af því að félagið hafi í auglýsingum sínum allt frá því í október haldið því fram að sölutími teppanna sé stuttur. Að lokum óskaði stofnunin skýringa og athugasemda félagsins við erindi stofnunarinnar.

Í framhaldi af erindi stofnunarinnar var tekin ákvörðun um að fresta frekari meðferð málsins hvað varðar athugasemdir í tengslum við fyrra verð þar til úrskurður áfrýjunarnefndar neytendamála lægi fyrir í öðru máli gegn félaginu þar sem fjallað var um fyrra verð.

2.

Svar barst Neytendastofu með bréfi félagsins, dags. 10. janúar 2022, þar sem skýringar félagsins voru tífundaðar. Í tengslum við verðmerkingar vísar félagið til þess að í 17. gr. laga nr. 57/2005 sé kveðið á um að fyrirtæki sem selji vörur og þjónustu til neytenda skuli merkja vöru sína og þjónustu með verði eða sýna það á svo áberandi hátt á sölustaðnum að auðvelt sé fyrir neytendur að sjá það. Samkvæmt orðanna hljóðan gildi ákvæðið einungis um verðmerkingar á sölustað, t.d. í verslun eða á vefsíðu, en nái ekki til auglýsinga. Auglýsingar séu í eðli sínu ekki sölustaður heldur ákall til neytenda um að fara á sölustað og versla hina auglýstu vöru. Í 3. gr. reglna nr. 536/2011, sem séu settar á grundvelli 17. og 18. gr. laganna, sé vísað til kjarnatilkvæðis um sölustaði, s.s. búðarglugga og vefsíðna eða annars staðar. Það sé ekki hægt að líta svo á að orðin „*annars staðar*“ feli í sér annað en almenna tilvísun til sölustaðs vöru, enda beri að túlka ákvæði reglnanna með vísan til lagaheimildarinnar sem reglurnar grundvallast á. Það sé í samræmi við lögmatísregluna og þau sjónarmið að stjórnvaldsfyrirmæli þurfi að eiga sér stoð í lögum. Framangreind ákvæði eigi því ekki við um auglýsingar félagsins.

Þá er tekið fram að í 1. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005 sé kveðið á um að tiltekna upplýsingar eigi að koma fram í auglýsingum, að teknu tilliti til auglýsingamiðilsins sem nýttur sé. Í f. lið sé vísað til þess að endanlegt verð vöru eigi að koma fram. Fram komi í lögskýringargögnum að sérstök áhersla sé lögð á að upplýsingar um endanlegt verð séu ekki settar fram á villandi hátt en í framkvæmd hafi einkum reynt á framsetningu á verðupplýsingum. Af framangreindu sé ljóst að ákvæðinu sé fyrst og fremst ætlað að stemma stigu við því vandamáli að fyrirtæki settu fram verð sem var ekki endanlegt verð hinnar auglýstu vöru. Í því sambandi megi ætla að verð hafi verið sett fram án gjalda eða skatta og hafi því verið villandi gagnvart neytendum, enda vísi orðalag ákvæðisins sérstaklega til „endanlegs“ verðs. Auglýsing félagsins sé því ekki kjarnadæmi um það sem ákvæðinu sé ætlað að stöðva. Enn fremur beri ekki að líta svo á að f. liður 1. mgr. 10. gr. laganna feli í sér blátt bann við því að vara sé seld án þess að verð sé tilgreint. Löng hefð og framkvæmd sé fyrir því að vörur séu til sýnis í auglýsingum án þess að verð komi fram og látið sé duga að vísa til almennra afsláttarkjara. Neytendastofa hafi almennt ekki gert athugasemdir við slíkt enda myndi stofnunin vart gera annað ef skylda ætti fyrirtæki til að auglýsa alltaf verð samhliða vöru.

Vísar félagið til þess að í Morgunblaðinu þann 21. desember 2021 hafi mátt finna níu dæmi um að vörur væru auglýstar án þess að verð hafi komið fram. Í kringum jólin megi því ætla



að hundruðir ef ekki þúsundir slíkra auglýsinga hafi virt. Óskaði félagið þess að stofnunin upplýsti um hvort stofnunin hafi gert athugasemdir vegna framangreinds hjá fleiri fyrirtækjum. Í því sambandi sé vísað til jafnræðisreglu 11. gr. stjórnarsýslulaga nr. 37/1993 þar sem það feli í sér ójafnræði sé lögum ekki beitt svo jafnræðis sé gætt. Það feli í sér brot gegn félaginu sé tiltekin háttsemi almennt látin viðgangast en bannákvæðum síðan beitt með valkvæðum hætti gagnvart félaginu. Félaginu sé því heimilt að auglýsa með sama hætti og önnur fyrirtæki fengu óáreitt að gera í Morgunblaðinu. Því sé hafnað að félagið hafi brotið gegn tilvitnuðum ákvæðum og reglum.

Um tímabil útsölu er tekið fram að í 6. gr. laga nr. 57/2005 sé kveðið á um að auglýsingar og viðskiptaaðferðir skuli ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað sé til óviðkomandi mála. Þetta sé útfært nánar í 7. tölul. 1. mgr. reglugerðar nr. 160/2009 þar sem kveðið sé á um ólögmæti þess að halda því ranglega fram að vara verði aðeins fánæg í mjög stuttan tíma. Því sé hafnað að félagið hafi með fullyrðingum í auglýsingum sínum gerst brotlegt gegn framangreindum ákvæðum. Vísað sé til viðtals í Morgunblaðinu frá 2. október 2021 við fyrirsvarsmann félagsins þar sem fram hafi komið að verslunin yrði opin eins lengi og neytendur óski þess. Verslun félagsins hafi ekki verið opin með samfelldum hætti frá því í byrjun október, heldur hafi hún að meginstefnu verið lokuð en opnuð í nokkra daga inn á milli í kjölfar auglýsinga þess efnis í Morgunblaðinu. Orðalag auglýsinganna um opnunartíma hafi verið þess efnis að verslun (vöruhús) félagsins yrði opin almenningi í tiltekinn fjölda daga. Sú staðhæfing sé að öllu leyti rétt og sannleikanum samkvæm. Ekki hafi verið fullyrt í auglýsingum að vöruhúsið myndi aldrei opna aftur. Þá sé rétt að taka fram að á engum tímamarki hafi legið nákvæmlega fyrir hversu lengi verslunin yrði opin hér á landi. Það hafi alltaf staðið til að hún yrði opin eins lengi og hún stæði undir sér en óvíst hafi verið hvort það yrði ein vika, mánuður eða lengra tímabil.

Í auglýsingum, félagsins frá 4. og 5. desember 2021 hafi verið fullyrt að síðustu teppin væru til sölu og að allt ætti að seljast. Fullyrðing þessi hafi að öllu leyti verið rétt en áður en verslunin opnaði hafi félagið flutt inn einn gám af teppum. Í byrjun október hafi tollstjóri haldlagt annan gám vegna ágreinings félagsins við stofnunina um innflutningsverðmæti gámsins. Verulega hafi gengið á lager félagsins á meðan og óvíst hvort verslunin myndi halda áfram. Fullyrðingarnar í auglýsingum félagsins 4. og 5. desember hafi verið byggðar á réttum upplýsingum.

Sala í kjölfar auglýsinga 4. og 5. desember hafi ekki dugað til að rýma lager félagsins og hafi vöruhúsið því verið opnað aftur og auglýsingar birst þess efnis 11. og 12. desember 2021, þar sem fullyrt hafi verið að allt ætti að seljast þá helgi enda hafi staðið til að loka versluninni ef haldlagning gámsins yrði ekki aflétt af tollstjóra. Nokkrum dögum síðar hafi félagið og tollstjóri komist að samkomulagi um uppgjör aðflutningsgjalda og haldlagningu gámsins aflétt. Í kjölfar þess hafi þann 21. desember birst auglýsing þar sem fullyrt hafi verið að félagið hefði loks fengið teppin úr tollinum og tilkynnt um að vöruhúsið hefði verið opnað aftur í tiltekinn tíma.



Félagið telji að framangreind tímalína styðji að félagið hafi ekki haldið því ranglega fram að teppi félagsins yrðu fáanleg í stuttan tíma, sbr. 7. tölul. 1. mgr. reglugerðar 160/2009. Aldrei hafi verið kveðið á um loka daga útsölnunnar eða álfka heldur hafi verið vísað til þess að vöruhús félagsins yrði opið í tiltekinn tíma, sem og var gert, en að þeim tíma loknum hafi vöruhúsið verið lokað almenningi. Ekki hafi verið ljóst á tímabilinu hvert framhald rekstrar félagsins yrði í ljósi máls sem hafi verið til meðferðar hjá Tollstjóra.

3.

Með bréfi Neytendastofu til Cromwell Rugs, dags. 28. janúar 2022, tók stofnunin fram að í auglýsingum félagsins frá 21. – 23. desember hafi félagið birt tvö fyrri verð og tilgreint að um enn meiri lækkun væri að ræða. Á þeim grundvelli hafi stofnunin farið fram á að félagið sannaði að vörunnar hefðu verið seldar á báðum tilgreindum verðum.

Hvað verðmerkingar félagsins varði og umfjöllun um ákvæði f. liðar 1. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005 vísi stofnunin til þess að þó að ákvæðið taki sérstaklega fram virðisaukaskatt og önnur opinber gjöld sé ákvæðið skýrt um að almenna reglan sé sú að óheimilt sé að auglýsa vörur án þess að birta endanlegt verð. Stofnunin vekji athygli á því að ákvarðanir hafi áður verið teknar um brot fyrirtækja á umræddu ákvæði. Þá vísaði stofnunin til heimildar sinnar að forgangsraða málum, sbr. 3. mgr. 4. gr. laganna.

Hvað varði fullyrðingar félagsins bendi stofnunin á að í auglýsingum þess hafi starfseminni virst ítrekað markaður stuttur tími. Í auglýsingum frá 11. og 12. desember hafi komið fram „*áðeins þessa helgi*“ á tveimur stöðum ásamt því að tilgreina að allt verði að seljast. Í auglýsingum sem hafi verið birtar 21. – 23. desember 2021 hafi verið tekið fram að vöruhúsið yrði opið fyrir almenning í *áðeins þrjú daga*, tekið fram að *tveir dagar væru eftir* og síðan tekið fram að um *lokadag* væri að ræða. Í auglýsingum frá 8. og 9. janúar 2022 hafi jafnframt verið tekið fram að vöruhúsið yrði opið í *áðeins tvo daga* þann 8. janúar og *áðeins einn dag* þann 9. janúar. Í auglýsingum félagsins 15. og 16. janúar sama ár hafi verið tekið fram að vöruhúsið væri opið almenningi í tvo daga til viðbótar og að vöruhúsið myndi síðan flytja til Akureyrar. Þrátt fyrir það hafi vöruhúsið opnað að nýju í Víkurhvarfi helgina 22. og 23. janúar sama ár. Í öðrum auglýsingum á vegum félagsins hafi verið tekið fram að verslunin yrði opin ákveðna daga *til viðbótar*. Þrátt fyrir framangreint hafi vöruhúsið verið opið almenningi með reglulegu millibili allt frá fyrstu opnun þess. Þá vísi stofnunin til þess að nær allar auglýsingar á vegum félagsins hafi borið yfirskriftina „*Krísu-útrýmingarsala*“, sem kynni að hafa áhrif á það hvort neytendur taki skyndiákvörðun um að kaupa vörur af félaginu, þrátt fyrir að tilboðin hafi verið auglýst í að verða fjóra mánuði. Hvað varði auglýsingar félagsins frá 4. og 5. desember 2021 þyki stofnuninni rétt að benda á að félagið fullyrði að um seinustu teppin hafi verið að ræða þrátt fyrir að það væri enn óvitað. Það kynni því að koma til skoðunar við mat á lögmæti viðskiptahátta félagsins hvort fullyrt væri um hluti sem enn væru óljósir.



Með vísan til framangreinds vakti stofnunin athygli á ákvæði 15. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, sem kæmi til skoðunar við mat á lögmæti viðskiptahátta félagsins, auk 7. tölul. 1. gr. reglugerðarinnar.

Þá vakti stofnunin athygli félagsins á að verslunin hafi auglýst verðlækkunar frá 2. október 2021 til 23. janúar 2022. Stofnunin teldi að ákvæði 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, ásamt 3. gr. reglna nr. 366/2008, komi til greina við mat á því hvort auglýsingar um verðlækkun í svo langan tíma feli í sér brot.

Óskaði stofnunin skýringa og athugasemda Cromwell Rugs við erindi stofnunarinnar.

4.

Svar barst stofnuninni með bréfi frá Cromwell Rugs, dags. 10. mars 2022.

Varðandi verðmerkingar á vörum félagsins sé vísað til þess að stofnunin hafi áður vísað til þess að í fjölda mála hafi verið teknar ákvarðanir um brot fyrirtækja á 1. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005. Félagið hafni því að stofnunin hafi tekið fjölda ákvarðana þar sem fyrirtæki hafi ekki auglýst endanlegt verð á vöru. Á síðastliðnum árum sé raunar vandfundið að finna eitt slíkt mál og þurfi að fara nokkuð langt til að finna dæmi um að stofnunin hafi tekið ákvarðanir í málum af þessu tagi. Hvað sem líði heimild Neytendastofu til forgangsröðunar á málum þá sé það skýr krafa félagsins að það njóti jafnræðis við aðra aðila sem lúta eftirliti stofnunarinnar. Þegar það megi á hverjum degi finna fjölmörg dæmi um brot gegn 1. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005, sem séu átölulaust látin viðgangast af hálfu stofnunarinnar, þá sé torvelt að rökstyðja og jafnvel ólögmætt fyrir stofnunina að réttlæta að refsa einu fyrirtæki umfram annað.

Varðandi opnunartíma verslunarinnar vísar félagið til þess að upplýst hafi verið að verslunin hafi ekki verið opin að staðaldri. Að lokinni hverri opnun sé tekin ákvörðun um hvort opna eigi verslunina aftur síðar og sé það þá sérstaklega auglýst. Stundum líði ein vika milli opnana en stundum lengri tími, t.d. tvær vikur eða meira. Fyrir hverja opnun sé starfsmönnum flogið til landsins og því fylgi umtalsverður kostnaður. Dragist sala á teppunum verulega saman sé fyrir séð að verslun félagsins yrði lokað. Yfirlýsing í auglýsingum félagsins þess efnis að verslunin sé opin almenningi í „*aðeins 3 daga*“ sé því sannleikanum samkvæm.

Um miðjan janúar hafi staðið til að loka versluninni í Reykjavík og opna verslun á Akureyri sem hafi verið auglýst 15. og 16. janúar 2022. Samningar hafi hins vegar ekki náðst við staðarblöð um auglýsingar og því hafi verið hætt við opnunina. Forsendur hafi því brostið fyrir opnun verslunarinnar á Akureyri og því ákveðið að opna aftur í Reykjavík. Fullyrðingar félagsins í umræddum auglýsingum hafi verið byggðar á bestu mögulegu upplýsingum á þeim tíma og voru settar fram í góðri trú.

Þann 4. og 5. desember 2021 hafi félagið auglýst að um seinustu teppin væri að ræða. Búið sé að leggja fram gögn sem styðji þessa fullyrðingu, þ.e. samskipti við tollstjóra. Félagið hafi



ekki getað flutt inn teppi til landsins, að frátöldum einum gámi í september, vegna ágreinings við tollstjóra um tollverðmæti teppanna. Í desember hafi engin lausn á ágreiningi félagsins við tollstjóra verið í sjónmáli og útlit hafi verið fyrir að loka þyrfti verslun félagsins hér á landi til frambúðar. Úrval teppa í versluninni hafi orðið takmarkað og því hafi verið auglýst að um seinustu teppin sé að ræða. Hefði tollstjóri ekki tollafgreitt gáminn stuttu fyrir jól hefði án vafa þurft að loka verslun félagsins ótímabundið.

Hvað varði tímalengd útsölu bendi félagið á að sex vikna reglunni hafi verið fylgt í hvívetna. Sama teppið hafi aldrei verið á útsölu lengur en sex vikur. Áður en sex vikur séu liðnar ljúki útsölunni á viðkomandi teppum og hefst þá útsala á öðrum teppum.

Að endingu sé rétt að taka fram að félaginu hafi ekki borist neinar kvartanir frá viðskiptavinum. Viðskiptavinum hafi boðist að skila teppum gegn endurgreiðslu og að ekki einn viðskiptavinur hafi notfært sér þennan rétt sinn. Sú þjónusta sem félagið hafi veitt sé neytendum þóknanleg, enda sé verið að bjóða fram gæðavöru á lægra verði en gengur og gerist á Íslandi.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 25. mars 2022, var lýst yfir að gagnaöflun í málinu væri lokið.

II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta lýtur að birtingu endanlegs verðs í tengslum við auglýsta verðlækkun, tímalengd verðlækkunar og framsetningu upplýsinga í auglýsingum af hálfu Cromwell Rugs ehf. Í auglýsingum félagsins 21. til 23. desember 2021 auglýsti félagið lækkað verð á tilgreindrum teppum án þess að tilgreina endanlegt verð teppanna eftir verðlækkun. Jafnframt kom til greina hvort félagið hafi auglýst verðlækkun á teppum lengur en í sex vikur. Þá virtist framsetning upplýsinga í auglýsingum félagsins ítrekað gefa til kynna að starfsemi vöruhúss félagsins væri markaður mjög stuttur tími þrátt fyrir að starfsemin hafi síðan haldið áfram og félagið í raun opnað verslunina fyrir neytendum með reglulegu millibili. Auk þess sem félagið kynni að hafa ranglega haldið því fram að teppin stæðu neytendum til boða í stuttan tíma. Vísaði stofnunin til ákvæða 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr., f. liðar 1. mgr. 10. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, ásamt 3. gr. reglna nr. 536/2011, um verðmerkingar og einingarverð við sölu á vörum, 2. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, auk 7. og 15. tölul. 1. gr. reglugerðar 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.

Við meðferð málsins hafnaði Cromwell Rugs öllum athugasemdum Neytendastofu og taldi félagið sig ekki hafa brotið gegn þeim ákvæðum laga og reglna sem stofnunin taldi koma til



álita í málinu. Vísaði félagið m.a. til þess að ákvæði 17. gr. laga nr. 57/2005 og 3. gr. reglna nr. 536/2011 ætti ekki við um auglýsingar þar sem ákvæðið fjalli í raun aðeins um sölustaði. Í tengslum við f. lið 1. mgr. 10. gr. laganna er því haldið fram að háttsemi félagsins sé ekki kjarnadæmi um það sem ákvæðinu er ætlað að fjalla um og vísað til þess að Neytendastofa geri almennt ekki athugasemdir við slíkt. Þá vísaði félagið jafnframt til jafnræðisreglu 11. gr. stjórnsýslulaga nr. 37/1993 þar sem aðrar sambærilegar auglýsingar hafi birst í kringum jólin án afskipta stofnunarinnar. Hvað varðar 7. og 15. tölul. 1. gr. reglugerðar 160/2009 vísar félagið m.a. til ágreinings við Skattinn um tollverðmæti og til þess að verslunin hafi ekki verið opin með samfelldum hætti. Aldrei hafi verið fullyrt að verslunin myndi aldrei opna aftur. Óvissa hafi verið um það hvort verslunin myndi geta haldið áfram. Í tengslum við opnun verslunarinnar á Akureyri var vísað til þess að samningar hefðu ekki náðst um auglýsingar í staðarblöðum og forsendur fyrir þeirri opnun því brostið.

Áður en fjallað verður um heimfærslu viðskiptahátta félagsins til viðeigandi lagaákvæða þykir rétt að fjalla um kröfur tengslum við 11. gr. stjórnsýslulaga nr. 37/1993. Vísar Neytendastofa að því leyti til heimildar stofnunarinnar til að ákveða hvort erindi gefið ástæðu til rannsóknar og heimild til að forgangsraða málum, sbr. 3. mgr. 4. gr. laga nr. 57/2005. Neytendastofa metur út frá ýmsum þáttum hvort tilefni sé til þess að mál séu tekin til rannsóknar. Veigamesti þáttur þess er hvort viðskiptahættir séu líklegir til að hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda og varði heildarhagsmuni þeirra. Undir rekstri málsins var Cromwell Rugs gerð grein fyrir því að stofnunin hafi í fjölda tilvika gert athugasemdir við auglýsingar þar sem verð er ekki tilgreint þó ekki hafi verið talið tilefni til að taka til meðferðar, að svo stöddu, fleiri mál í þeim blöðum sem vísað hefur verið til. Neytendastofa getur ekki fallist á að það feli í sér brot gegn jafnræðisreglu 11. gr. stjórnsýslulaga. Í framkvæmd er algengt að rannsókn stofnunarinnar hefjist á grundvelli ábendinga frá neytendum eða keppinautum fyrirtækja um möguleg lögbrot. Í máli þessu bárust stofnuninni ábendingar um viðskiptahætti Cromwell Rugs sem snéru að fleiri atriðum auglýsinganna en að verð væri ekki tilgreint og í framhaldinu var tekin ákvörðun um frekari rannsókn. Er það í fullu samræmi við eftirlitshlutverk stofnunarinnar samkvæmt lögum nr. 57/2005.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Í 5. gr. er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fara fram eða þjónusta er veitt.

Ákvæði 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 er svohljóðandi:

„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 athugasemdum í frumvarpi með 2. mgr. 6. gr. segir að upplýsingar sem fram koma í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna. Ákvæði 1. mgr. 8. gr., sem er í III. kafla, er svohljóðandi:

„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 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 samkvæmt 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. laganna er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir eru 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 erindi Neytendastofu var vísað til d. liðar 1. mgr. 9. gr. laganna, þar sem segir að átt sé við rangar upplýsingar um:

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

Samkvæmt 1. mgr. 10. gr. laganna skal fyrirtæki sem hyggst auglýsa eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum vegna tiltekinnar vöru eða þjónustu, eftir því sem við á og að teknu tilliti til auglýsingamiðilsins sem nýttur er, meðal annars veita upplýsingar um:

„f. endanlegt verð, þ.m.t. virðisaukaskatt og önnur opinber gjöld.“

Af inntaki ákvæðisins má ljóst vera að fyrirtæki sem hyggjast auglýsa eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum vegna tiltekinnar vöru eða þjónustu ber, eftir því sem við á og að teknu tillits til þess auglýsingamiðils sem nýttur er, að veita upplýsingar um ýmiss atriði, þ. á m. hið endanlega verð. Meginreglan er sú að allar upplýsingar sem skipta neytendum verulegu máli skuli koma fram.

Ákvæði 11. gr. laganna, sem er í III. kafla þeirra, er svohljóðandi:



„Útsölu eða aðra sölu, þar sem selt er á lækkuðu verði, má því aðeins auglýsa eða tilkynna að um raunverulega verðlækkun sé að ræða. Þess skal gætt að greinilegt sé með verðmerkingum hvert hið upprunalega verð vörunnar var.“

Tilgangur ákvæðisins er sá að koma í veg fyrir að neytendur séu blekkir í auglýsingum eða upplýsingum um útsölu. Verðlækkun verður að felast í því að seljandi bjóði vöru á lægra verði en samskonar vörur eru venjulega seldar á. Seljendum er því samkvæmt ákvæðinu ekki heimilt að auglýsa verðlækkun nema raunveruleg verðlækkun hafi átt sér stað.

Með heimild í 17. og 18. gr. laga nr. 57/2005 hefur Neytendastofa sett reglur nr. 366/2008, um útsölu og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, og reglur nr. 536/2011, um verðmerkingar og einingarverð við sölu á vörum.

Í 2. gr. reglna nr. 366/2008 er fjallað um þegar fyrirtæki auglýsa lækkað verð. Þar segir:

„Þegar vara eða þjónusta hefur verið seld á lækkuðu verði í sex vikur skal lækkað verð vera venjulegt verð.“

Í 3. gr. reglna nr. 536/2011 er fjallað um skyldu fyrirtækja til að upplýsa um sölu- og einingarverð á vöru. Í 4. mgr. 3. gr. reglnanna segir:

„Skylda til að verðmerkja með sölu- og einingarverði gildir einnig hvar sem vörur eru til sýnis svo sem í búðargluggum, sýningarkössum, á vefsíðum eða annars staðar. Sé söluverðs getið í auglýsingum þarf einnig að tiltaka einingarverð.“

Samkvæmt ákvæðinu ber fyrirtækjum að merkja vörur sýnar með réttu einingarverði viðkomandi vöru hvar sem varan er til sýnis.

Á grundvelli heimildar í 2. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 setti ráðherra reglugerð nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir. Eins og heiti reglugerðarinnar gefur til kynna er þar að finna lista yfir þá viðskiptahætti sem teljast ávallt óréttmætir og brjóta þ.a.l. gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Í 7. tölul. 1. gr. reglugerðarinnar segir að það sé undir öllum kringumstæðum óréttmætt:

„Að halda því ranglega fram að varan verði aðeins fáanleg í mjög stuttan tíma eða að hún verði aðeins fáanleg með tilteknum skilmálum í mjög stuttan tíma, í því skyni að fá neytandann til að taka skyndiákvörðun svo að hann hafi hvorki tíma né tækifæri til að taka upplýsta ákvörðun.“

Í 15. tölul. 1. gr. reglugerðarinnar segir að það sé undir öllum kringumstæðum óréttmætt:



„Að halda því ranglega fram að söluaðilinn sé um það bil að hætta verslun eða flytja sig um set.“

3.

Neytendastofa vísaði í máli þessu til þess að í auglýsingum Cromwell Rugs í Morgunblaðinu 21. til 23. desember 2021 hafi ekki verið gætt að því að birta endanlegt verð fyrir þau teppi sem þar voru auglýst á lækkuðu verði. Í svörum félagsins var tekið fram að sú skylda sem 17. gr. laga nr. 57/2005 kveði á um feli ekki í sér skyldu til að verðmerkja í auglýsingum, enda aðeins talað um skyldu til að verðmerkja á sölustað í umræddu ákvæði. Þá er tekið fram að ákvæði 3. gr. reglna nr. 536/2011 geti ekki farið út fyrir gildissvið ákvæðisins og því ekki hægt að túlka orðalagið „eða annars staðar“ rýmra en regluheimildin byggir á. Þá er því haldið fram að auglýsing félagsins sé ekki kjarnadæmi um það sem f. liður 1. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005 eigi við um þar sem ætla megi að ákvæðinu sé fyrst og fremst ætlað að taka á þeim tilvikum þar sem verð er birt án viðbótargjalda. Að mati stofnunarinnar er ákvæði f. liðar 1. mgr. 10. gr. skýrt um þá skyldu söluaðila að birta endanlegt verð þegar tiltekin vara er auglýst. Af orðalagi 3. mgr. 3. gr. reglna nr. 536/2011 um að einingarverð skuli tilgreint ef verð komi fram í auglýsingum getur Neytendastofa fallist á að það ákvæði feli ekki í sér sjálfstæða skyldu til tilgreiningar verðs í auglýsingum. Orðalag 1. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005 felur hins vegar ekki í sér valrétt fyrirtækja um það hvort veittar séu upplýsingar um endanlegt verð á þeim vörum sem auglýstar eru, heldur skyldu. Þó að ákvæðið taki sérstaklega fram „virðisaukaskatt og önnur opinber gjöld“ dregur það ekki úr þeirri skyldu að endanlegt verð skuli birt.

Í málinu liggur ljóst fyrir að félagið birti ekki endanlegt verð þeirra teppa sem komu fram í auglýsingum félagsins í Morgunblaðinu dagana 21. til 23. desember 2021. Með vísan til framangreinds er það mat stofnunarinnar að félagið hafi með þeirri háttsemi sinni brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og f. lið 1. mgr. 10. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.

4.

Í máli þessu reynir jafnframt á það hvort Cromwell Rugs hafi auglýst verðlækkun lengur en í sex vikur og þar með brotið gegn 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 og 3. gr. reglna nr. 366/2008. Eins og félagið hefur tekið fram hafa auglýsingar um verðlækkun ekki átt við um sömu vöruna í lengri tíma en sex vikur og verðlækkunum á teppum því breytingum háð. Með hliðsjón af því og upplýsingum í auglýsingum félagsins telur stofnunin ekki tilefni til frekari aðgerða hvað varðar þann þátt málsins.

5.

Í máli þessu kemur einnig til skoðunar hvort Cromwell Rugs hafi með framsetningu upplýsinga í auglýsingum sínum um takmarkaðan opnunartíma brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005 ásamt 7. og 15. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009.



Eins og fram hefur komið var því ítrekað haldið fram að verslunin yrði aðeins opin í ákveðinn tíma. Þá hefur því jafnframt verið haldið fram að teppi félagsins standi aðeins til boða í takmarkaðan tíma. Í auglýsingum félagsins í Morgunblaðinu dagana 4. og 5. desember var sérstaklega tekið fram að um „síðustu teppin“ væri að ræða og jafnframt tekið fram að „fyrstur kemur fyrstur fær“. Í auglýsingum félagsins sem birtust í Morgunblaðinu þann 11. og 12. desember er tekið fram „Aðeins þessa helgi – Stór helgi – Allt á að seljast!“ Þá er í auglýsingum í sama blaði dagana 21. til 23. desember tekið fram að verslunin verði *aðeins* opin í tiltekna daga. Þann 23. desember var sérstaklega tekið fram að um hafi verið að ræða *lokadag*. Í auglýsingum 8. og 9. janúar 2022 er jafnframt tekið fram að verslunin verði *aðeins* opin í tiltekna daga. Þegar tekið er fram að verslun verði *aðeins* opin í ákveðin tíma er það mat stofnunarinnar að hinn almenni neytandi leggi þann skilning í auglýsinguna að verslunin muni einungis vera opin í þá daga og að starfsemin muni hætta eftir þann tíma. Hið sama á við um tilgreiningu á *lokadegi* í samhengi opnunartíma í auglýsingum og yfirlýsingum um að verslunin flytji, þ.e. að skynjun neytenda sé sú að um sé að ræða síðasta dag viðkomandi starfsemi á þeim stað. Í báðum tilvikum myndu þá vörur verslunarinnar aðeins standa neytendum til boða í þann takmarkaða tíma sem auglýstur er. Að mati stofnunarinnar er félagið með framangreindri háttsemi sinni að halda því fram að söluaðilinn sé um það bil að hætta verslun. Þrátt fyrir að í auglýsingunum hafi ekki komið fram bein yfirlýsing um að verslunin muni ekki opna aftur síðar telur stofnunin jafnframt að félagið sé með framangreindu orðalagi í auglýsingum sínum að halda því fram að vörur þess standi neytendum aðeins til boða í mjög stuttan tíma í því skyni að fá neytandann til að taka skyndiákvörðun svo að hann hafi hvorki tíma né tækifæri til að taka upplýsta ákvörðun.

Eins og félagið bendir á í svörum sínum er eftir hverja opnun tekin ákvörðun um hvort verslunin muni opna aftur síðar. Að sögn félagsins er því ekki ófyrirsjáanlegt að verslunin muni opna að nýju og þ.a.l. enn möguleiki á að verslunin muni opna aftur, sem hefur og gerst ítrekað á starfstíma félagsins hér á landi. Hafa opnunartímar í raun verið nokkuð reglubundið um helgar frá og með 27. nóvember 2021, þrátt fyrir einstaka frávik, og hafa auglýsingar verið samkvæmt því. Var verslunin almennt aðeins opin í fáa daga, yfirleitt tvo til þrjá daga í senn. Að mati stofnunarinnar rennir þessi málatilbúnaður félagsins stöðum undir það að í auglýsingum sé því haldið fram að félagið sé um það bil að hætta starfsemi sinni þrátt fyrir að enn séu líkur á að starfsemin muni halda áfram. Telur stofnunin það ekki breyta þeirri niðurstöðu þó að á tíma auglýsinganna hafi staðið ágreiningur við Skattinn um tollverðmæti teppanna, enda var ljóst að enn hafi verið möguleiki á því að samkomulag næðist um tollverðmæti þeirra og að verslunin myndi þ.a.l. opna að nýju. Það sama á við um aðgengi neytenda að teppunum enda hefur það ekki legið ljóst fyrir að teppin myndu ekki standa neytendum til boða að nýju þegar framangreindar auglýsingar voru birtar þar sem enn voru líkur á því að ágreiningur um tollverðmæti teppanna myndi leysast, sem síðar varð raunin. Að mati stofnunarinnar er félagið því með framangreindri háttsemi sinni að halda fram ákveðnum staðreyndum sem enn var óvissa um.



Hvað varðar flutning verslunarinnar á Akureyri vísar félagið til þess að samningar hafi ekki náðst um auglýsingar í staðarblöðum á Akureyri og forsendur þ.a.l. brostið fyrir opnun verslunarinnar í bæjarfélaginu. Með hliðsjón af þessu telur Neytendastofa ljóst að ekki hafi verið búið að ganga frá mögulegum flutningi verslunarinnar með þeim hætti að hægt væri að fullyrða sem svo að verslunin flytja sig um set. Félagið hafi með því að halda því fram að verslunin myndi fara til Akureyrar þrátt fyrir að ekki væri víst að samningar myndu nást um auglýsingar í staðarblöðum á svæðinu, fullyrt um aðstæður sem enn hafi verið óvissa um. Að mati stofnunarinnar þurfa aðrar og veigameiri ástæður að koma til svo réttmætt sé að falla frá slíkum fullyrðingum.

Að framangreindu virtu er það mat stofnunarinnar að félagið hafi með háttsemi sinni bæði haldið því ranglega fram að félagið sé um það bil að hætta verslun og að verslunin væri flytja sig um set. Þá hafi félagið með háttsemi sinni jafnframt ranglega haldið því fram að teppin væru aðeins fáanleg í mjög stuttan tíma í því skyni að fá neytandann til að taka skyndiákvörðun svo að hann hafi hvorki tíma né tækifæri til að taka upplýsta ákvörðun. Hefur félagið því með háttsemi sinni brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005 ásamt 7. og 15. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009.

Við mat á alvarleika brotanna telur stofnunin mikilvægt að hafa hliðsjón af því að félagið hefur frá upphafi starfseminnar hér á landi reglulega birt upplýsingar um að verslunin yrði aðeins opin í ákveðið marga daga, sambærilegum þeim sem um ræðir í máli þessu, þ. á m. í auglýsingu félagsins frá 2. október 2021 í Morgunblaðinu, þar sem sérstaklega var tekið fram að heildsala félagsins væri aðeins opin almenningi í 9 daga. Þessari háttsemi hefur félagið jafnframt haldið áfram eftir lokabréf stofnunarinnar í málinu þar sem félagið birtir auglýsingar dagana 5. – 6., 12. – 13., 19. – 20. og 26. – 27. mars þar sem tiltekið er „*Aðeins þessa helgi*“ efst í vinstra horni auglýsinganna.

6.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 að banna Cromwell Rugs að viðhafa framangreinda viðskiptahætti.

Samkvæmt a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005 getur Neytendastofa lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvæðum laganna, og reglum settum samkvæmt þeim um bann við óréttmætum viðskiptaháttum, sbr. II.-VIII. kafla laganna. Með vísan til alls þess sem fram hefur komið, umfangs brota Cromwell Rugs í málinu, þess að brotið er gegn viðskiptaháttum sem í öllum tilvikum teljast óréttmætir og áhrifa þeirra á fjárhagslega hagsmuni neytenda, telur Neytendastofa rétt að leggja á sekt í samræmi við heimildir laganna.

Með vísan til framangreindra sjónarmiða telur Neytendastofa brot Cromwell Rugs alvarlegt og til þess fallið að raska verulega fjárhagslegum hagsmunum neytenda auk þess að stríða gegn góðum viðskiptaháttum. Að teknu tilliti til þessa, umfangs brotsins og jafnræðis- og



meðalhófsreglu stjórnvaldsreglugerðar telur Neytendastofa hæfilegt að leggja á Cromwell Rugs ehf. stjórnvaldssekt að fjárhæð kr. 1.000.000 (ein milljón króna).

III.

Ákvörðunarorð:

„Cromwell Rugs ehf., Skógarhlíð 12, 105 Reykjavík, hefur með því að birta ekki endanlegt verð fyrir vörur sínar í auglýsingum sínum brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og f. lið 1. mgr. 10. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Cromwell Rugs ehf. hefur með því að halda því ranglega fram að félagið sé um það bil að hætta verslun og að verslunin muni flytja á Akureyri, ásamt því að halda því fram að vörur félagsins verði aðeins fáanlegar í mjög stuttan tíma í því skyni að fá neytandann til að taka skyndiákvörðun svo að hann hafi hvorki tíma né tækifæri til að taka upplýsta ákvörðun, brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, ásamt 7. og 15. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Neytendastofa Cromwell Rugs ehf. að viðhafa framangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar.

Með heimild í a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Cromwell Rugs ehf. gert að greiða stjórnvaldssekt að fjárhæð 1.000.000 kr. (ein milljón króna) vegna brotsins. Sektina skal greiða í ríkisjóð innan þriggja mánaða frá dagsetningu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 31. mars 2022

Pórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir