



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 3/2023

**Villandi auglýsingar Dekk1 um 70% afslátt,
gámatilboð og raunverulega verðlækkun**

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til Dekkja- og bílaþjónustunnar ehf., dags. 6. janúar 2022, greindi stofnunin frá ábendingum sem borist höfðu vegna auglýsinga og kynninga félagsins á tilboðum á dekkjum í tengslum við auglýsta Cyberviku á vefsíðu félagsins, dekk1.is, tilboði á dekkjum sem tóku gildi þegar Cyberviku félagsins lauk og svokölluðu „*gámatilboði*“ félagsins.

Í auglýsingum á vefsíðu félagsins í tengslum við Cyberviku hafi komið fram að veittur væri „*Allt að 70% afsláttur*“ af dekkjum. Við ítarlega athugun á heimasíðu félagsins á tilboðstíma, þar sem um 1.300 vöruliðir hafi verið teknir til skoðunar, var hægt að finna sex vöruliði sem voru á 43% afslætti, tvo vöruliði á 35% afslætti en restin af auglýstum vöruliðum voru einvörðungu á 5% afslætti. Athugun Neytendastofu hafi leitt í ljós að á heimasíðu félagsins var enginn vöruliður á auglýstum 70% afslætti, þrátt fyrir framangreinda fullyrðingu. Með hliðsjón af framsetningu fullyrðingarinnar telji stofnunin að ákvæði 4. mgr. 6. gr., 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, komi til álita í málinu. Þá fari stofnunin fram á að félagið færi sönnur á að dekk hafi verið fáanleg með 70% afslætti á umræddum tilboðstíma, þ.e. frá 29. nóvember til 5. desember 2021, sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005.

Þá megi ráða af auglýsingum félagsins í tengslum við Cyberviku að tilboð á dekkjum hafi einungis átt að gilda í takmarkaðan tíma þar sem sérstaklega hafi verið auglýst að einungis séu nokkrir klukkutímar til stefnu til að nýta sér tilboð á Cyberviku. Athugun Neytendastofu á vefsíðu félagsins hafi hins vegar leitt í ljós að eftir að tilboði Cyberviku lauk hafi fjöldi sömu vöruliða verið auglýstur á svokölluðu „*gámatilboði*“ og þá með 15% afslætti eða hærri afslætti en bauðst á Cyberviku. Neytendastofa telji að ákvæði 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, komi til álita í málinu auk ákvæðis 7. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum



kringumstæðum óréttmætir, en þar sé kveðið á um að það séu ávallt óréttmætir viðskiptahættir að halda því ranglega fram að vara verði aðeins fánleg í mjög stuttan tíma eða að hún verði aðeins fánleg 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.

Neytendastofa hafi einnig sett reglur nr. 360/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Reglurnar séu ákvæðum laga nr. 57/2005 til fyllingar og þar komi fram ítarleg ákvæði um útsölur og vísi Neytendastofa í þeim efnunum til 3. gr. þeirra regna.

Á grundvelli ofangreinds og með vísan til 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 fari Neytendastofa fram á að félagið færi sönnur á að nánar tilgreind dekk hafi verið seld á tilgreindu fyrra verði.

Á vefsíðu félagsins hafi verið varanlegur hlekkur á svokallað „gámatilboð“ en við verðmerkingar á þeim vörulíðum sem auglýstir væru á því tilboði sé hins vegar ekki að finna neina vísun í fyrra verð, prósentulækkun eða á hvaða grunni umrætt tilboð sé byggt. Neytendastofa vekir athygli á því að óheimilt sé að auglýsa vöru á tilboði nema að um raunverulega verðlækkun sé að ræða og þá með því skilyrði að fyrra verð vörunnar (það verð sem varan var seld eða auglýst á áður en til verðlækkunar kom) sé tilgreint í auglýsingum. Að sama skapi skuli söluaðili geta sannað að vara hafi áður verið boðin til sölu á hinu tilgreinda fyrra verði. Neytendastofa telji að ákvæði 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, komi til álita í málinu er lúti að auglýstu gámatilboði.

Með vísan til alls framangreinds óski stofnunin eftir skýringum og/eða athugasemdum Dekkja- og bílþjónustunnar vegna málsins.

Ekkert svar barst við erindi stofnunarinnar og var efni bréfsins ítrekað með bréfi, dags. 24. janúar 2022.

2.

Svar barst frá Dekkja- og bílþjónustunni með bréfi, dags. 14. mars 2022. Í bréfinu kom fram að félagið andmæli því að ábendingar þær sem vísað var til og könnun Neytendastofu endurspegli málsatvik eins og þau hafi í raun verið. Rétt virðing málsatvika sýni þvert á móti að félagið hafi með engu móti brotið gegn þeim lagatilvísunum sem vísað sé til í bréfi Neytendastofu.

Á meðan Cyber Monday stóð hafi verið veittur 70% afsláttur af öllum dekkjum sem finna hafi mátt í vörulistanum „70% afsl. dekk“ en í þeim vörulista hafi verið öll dekk í flokknum „Ný dekk – lager Funahöfða – stök.“ Af þeim dekkjum hafi verið veitur 68,5% afsláttur ofan á 5% afslátt sem hafi verið veittur af öllum dekkjum á Cyber Monday. Flokkurinn „Ný dekk – lager Funahöfða – stök“ sé aldrei tómur og reglulega gerð talning og sett inn á hann öll stök dekk



sem til séu á lager. Fyrstu þrjár skjámyndirnar úr tölvukerfi (sem voru meðfylgjandi bréfi félagsins) staðfesti framangreint.

Félagið hafi boðið upp á Cyber Monday svo sem fram hafi komið en hafi ákveðið síðan, eins og urmull annarra fyrirtækja, að framlengja tilboðið í Cyber viku. Hafi slíkt komið skýrt fram á vefsíðu félagsins. Á sama tíma hafi verið ákveðið að hækka afslætti enn frekar og hækkaði afsláttur af dekkjum í svokölluðu gámatilboði úr 5% í 15%. Þar hafi verið um að ræða dekk sem félagið flytji sjálf til landsins og þar sem svigrúmið til að veita afslátt var meira en á dekkjum sem flutt séu til landsins af þriðja aðila. Álagning á síðarnefndu dekkjunum sé svo lág að ekki séu viðskiptalegar forsendur til að veita af þeim 15% afslátt. Á skjámyndum sem fylgi bréfinu megi sjá tilkynningu sem allir viðskiptavinir haf fengið á meðan Cyber viku stóð.

Hugtakið „*gámatilboð*“ hafi öðlast festu í íslensku máli yfir það þegar keypt er inn mikið magn vöru og hún seld með lægri álagningu en gengur og gerist, með það fyrir augum að seljandinn fái framlegð sína með sölu fleiri eininga en verið hefði ef álagningin hefði verið hærri. Dæmi um algerlega sambærilegt tilboð og það sem félagið hafi boðið undir heitinu gámatilboð megi finna á vefsíðu annars félags sem bjóði upp á magnkaup undir heitinu „*gámatilboð*“.. Gámatilboð félagsins feli í sér mun lægri álagningu á þeim vörum sem tilboðið hafi náð til en almennt á vörum sem fyrirtækið selji og hafi ótvírætt verið um að ræða tilboð í þeim skilningi. Rétt eins og með tilboð hins félagsins séu engin fyrri verð til að bera magnsölutilboð af þessu tagi við, aðeins álagning á öðrum sambærilegum vörum sem til sölu séu, sem sé umtalsvert hærri. Þrátt fyrir framangreint hafi félagið nú hætt að nota hugtakið „*gámatilboð*“ á síðunni dekk1.is og muni ekki taka notkun þess upp aftur.

Í ljósi ofangreinds telji félagið ekki efni til að Neytendastofa aðhafist frekar í málinu.

Með bréfinu fylgdu 5 skjámyndir úr sölukerfi félagsins.

3.

Í bréfi Neytendastofu til félagsins, dags. 25. mars 2022, var tekið fram að þrátt fyrir að afstöðu félagsins til álitamála, þ.e. fullyrðinga um „*Allt að 70% afslátt*“, tilboð á dekkjum eftir að Cyber Monday tilboði lauk og svokölluðu „*gámatilboði*“, hafi verið komið á framfæri, hafi engin gögn eða skýringar þær sem óskað var efir í bréfi stofnunarinnar frá 6. janúar verið afhent stofnuninni. Að því virtu og með vísan til 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 ítreki Neytendastofa þær kröfur sem fram hafi komið í fyrra bréfi stofnunarinnar um að félagið færi annars vegar sönnur á að dekk hafi verið fánleg með 70% afslætti á umræddum tilboðstíma, þ.e. frá 29. nóvember til 5. desember 2021, og hins vegar að félagið færi sönnur á að nánar tilgreind dekk hafi verið seld á tilgreindu fyrra verði. Var félaginu gefinn 14 daga frestur til að bregðast við bréfi stofnunarinnar og tekið fram að að þeim tíma liðnum megi gera ráð fyrir að stofnunin taki ákvörðun um framhald málsins á grundvelli fyrirbyggjandi gagna.



4.

Að beiðni félagsins var haldinn fundur með fulltrúum félagsins og fulltrúum Neytendastofu þann 20. maí 2022. Á fundinum útskýrðu fulltrúar félagsins nánar afstöðu þeirra til undirliggjandi álitafna ásamt því að sýna fulltrúum Neytendastofu sölukerfi félagsins, uppsetningu þess og virkni.

Í framhaldi af fundinum sendi Neytendastofa félaginu bréf, dags. 20. júní, þar sem vísað var til fyrri samskipta og efni framangreinds fundar. Tiltekið var að stofnunin hafi lagt fyrir félagið að færa sönnur á nánar tilgreind atriði ásamt því að óskað hafi verið eftir skýringum og/eða athugasemdum félagsins vegna málsins.

Í bréfi félagsins, dags. 14. mars, hafi afstöðu félagsins til álitamála, þ.e. fullyrðinga um allt að 70% afslátt, tilboð á dekkjum eftir að Cyber Monday tilboði lauk og svokölluðu „gámatilboði“, verið komið á framfæri. Með bréfi félagsins hafi hins vegar engin gögn eða skýringar þær sem óskað var eftir í bréfi Neytendastofu fylgt. Á fundi fulltrúa Neytendastofu og fyrirsvarsmanns félagsins hafi verið farið yfir sölukerfi félagsins og hafi virkni þess verið útskýrð. Á fundinum hafi einnig komið fram sú afstaða Neytendastofu að ef orðið „tilboð“ er notað í auglýsingar- eða kynningarefni þurfi að vera um raunverulega verðlækkun að ræða þar sem vara sé boðin á lægra verði en hún sé almennt seld á. Það sé álit Neytendastofu að framangreint gæti átt við auglýsingar og kynningar félagsins á svokölluðu „gámatilboði“.

Að framangreindu virtu ítreki Neytendastofa þær kröfur sem fram hafi komið í fyrri bréfum stofnunarinnar um að félagið færi annars vegar sönnur á að dekk hafi verið fánleg með 70% afslætti á umræddum tilboðstíma, þ.e. frá 29. nóvember til 5. desember 2021. Slík sönnun geti t.d. verið í formi útprentana úr sölukerfi félagsins eða með framlagningu sölukvittana. Hins vegar óski stofnunin eftir að félagið færi sönnur á að nánar tilgreind dekk hafi verið seld á tilgreindu fyrra verði. Slík sönnun geti verið í formi sölukvittana úr viðurkenndu bókhaldskerfi eða staðfestri útprentun úr viðurkenndu sölukerfi. Neytendastofa vekir athygli á því að vörunúmer umræddra vara þurfi að koma fram á þeim gögnum sem lögð séu fram til sönnunar.

Ekkert svar barst við bréfi Neytendastofu og ítrekaði stofnunin efni þess með bréfi, dags. 2. september 2022.

5.

Svar barst frá Dekkja- og bílaþjónustunni með bréfi, dags. 24. nóvember 2022. Í bréfinu kom fram félagið telji sig hafa sýnt fram á, með eins óyggjandi hætti og í raun sé unnt, að afsláttur hafi verið rétt settur upp á þeim tíma sem umrætt tilboð var í gildi og að þar hafi verið vara í boði. Þau dekk sem boðin hafi verið með hvað mestum afslætti hafi verið stök dekk, þör og dekk sem hreyfist lítið eða séu eldri árgerðir sem félagið vilji losna við af lager. Það hafi selst mikið af dekkjum á afslætti umrædda daga, en því miður ekki sú stærð sem boðin hafi verið á hæsta afslættinum, þ.e. 70%, og því séu ekki til sölukvittanir vegna slíkra viðskipta.



Eftir því sem best verði séð sé félagið eini söluaðili dekkja á Íslandi sem taki þátt í afsláttardögum og vikum eins og þeirri sem hér um ræði. Afsláttardagar sem þessir séu augljós hagur fyrir neytendur og þátttaka fyrirtækja í þeim sé skýrt merki um áhuga þeirra á virkum samkeppnismarkaði. Það verði að teljast líklegt og sé það von félagsins að önnur fyrirtæki í þessari starfsemi geri slíkt hið sama í sem nánastri framtíð, enda telji fyrirsvarsmenn félagsins fátt skemmtilegra en að starfa og keppa á virkum samkeppnismarkaði. Eigendur og stjórnendur félagsins reki mörg fyrirtæki í ólíkum geirum og þekki það því mjög vel.

Þau gögn sem Neytendastofu hafi verið send og farið hafi verið yfir á fundi þann 20. maí 2022 komi úr algengasta vefsölukerfi í heimi. Félagið telji sig mega hafa réttmætar væntingar til þess að Neytendastofa, eftirlitsstofnun sem annist eftirlit og framkvæmd laga um neytendavernd, hafi yfir grunnþekkingu að ráða á slíkum sölukerfum eða sækji sér hana utanhúss þegar til skoðunar séu viðskiptahættir í vefsölu. Félagið telji það ekki ásættanlegt að rekstraraðilar séu settir í þá stöðu að þeir þurfi að sanna sakleysi sitt með því að mæta gagnakröfum sem ekki sé unnt að verða við vegna þess að eftirlitsaðilinn búi ekki yfir þekkingu til að lesa rétt úr þeim gögnum sem hafi verið afhend. Þá telji félagið að réttara hefði verið ef Neytendastofa hefði sett sig í samband við fyrirsvarsmenn félagsins á þeim tíma þegar vefsíða félagsins var til skoðunar. Þá hefði félagið einfaldlega getað sýnt Neytendastofu hvar afsláttardekkinn hafi verið að finna.

Þann 25. nóvember nk. renni upp Svartur föstudagur að nýju og muni félagið taka þátt í honum með sambærilegum afslætti og á fyrra ári. Félagið hvetji Neytendastofu eindregið til að líta á vefsíðu félagsins og sjá það úrval sem verði í boði. Ef eitthvað mætti þar betur fara þætti félaginu vænt um að heyra frá Neytendastofu strax svo hægt sé að bæta úr.

Félagið fagni þeim áhuga sem Neytendastofa hafi á framsækni þess þegar komi að því að veita gæðadekk á betra verði en áður hafi þekkt á Íslandi. En í anda jafnræðis finnist félaginu eðlilegt að öðrum aðilum á markaði sé sýndur sami áhugi. Sú hefð hafi myndast að vörur séu fluttar inn beint frá framleiðanda/birgja og seldar fyrirfram á sérkjörum í ljósi þess að fyrirtæki geti með þeim hætti lækkað kostnað hjá sér og skilað neytendum þannig betra verði. „Gámatilboð“ sé orð sem hafi verið tekið upp fyrir margt löngu hér á landi um framangreinda viðskiptategund. Engu að síður, að teknu tilliti til athugasemda og skýringa Neytendastofu, muni félagið finna sérverði sem þessu annað heiti næst þegar það flytji inn gáma og selji innihald þeirra.

Með bréfi, dags. 25. nóvember 2022, lýsti stofnunin gagnaöflun lokið í málinu og var félaginu tilkynnt um að málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.



II. Niðurstaða

1.

Mál þetta lýtur að auglýsingum og kynningum Dekkja- og bílaþjónustunnar ehf. á tilboðum á dekkjum í tengslum við auglýsta Cyberviku á vefsíðu félagsins, dekk1.is, vísun til svokallaðs „*gámatilboðs*“ og tilboði á dekkjum sem tóku gildi eftir að Cyberviku félagsins lauk. Í auglýsingum á vefsíðu félagsins í tengslum við auglýsta Cyberviku kom fram að veittur væri „*Allt að 70% afsláttur*“ af dekkjum. Við ítarlega athugun á heimasíðu félagsins á tilboðstíma, þar sem um 1.300 vöruliðir voru teknir til skoðunar, var hins vegar einungis hægt að finna sex vöruliði sem voru á 43% afslætti, tvo vöruliði á 35% afslætti, en restin af auglýstum vöruliðum voru einvörðungu á 5% afslætti. Athugun Neytendastofu leiddi í ljós að á heimasíðu félagsins var enginn vöruliður á auglýstum 70% afslætti.

Þá mátti ráða af auglýsingum félagsins í tengslum við Cyberviku að tilboð á dekkjum hafi einungis átt að gilda í takmarkaðan tíma, þar sem sérstaklega hafi verið auglýst að einungis væru nokkrir klukkutímar til stefnu til að nýta sér tilboð á Cyberviku. Athugun Neytendastofu á vefsíðu félagsins hafi hins vegar leitt í ljós að eftir að tilboði Cyberviku lauk, hafi fjöldi sömu vöruliða verið auglýstur á svokölluðu „*gámatilboði*“ og þá með 15% afslætti, eða hærri afslætti en bauðst á Cyberviku.

Fyrirliggjandi mál tekur einnig til áðurnefnds „*gámatilboðs*“ en á vefsíðu félagsins var varanlegur hlekkur með heitinu „*gámatilboð*“ en við verðmerkingar á þeim vöruliðum sem auglýstir voru á því tilboði var hins vegar ekki að finna neina vísun í fyrra verð, prósentulækkun eða á hvaða grunni umrætt tilboð væri byggt. Neytendastofa vakti athygli á því að óheimilt væri að auglýsa vöru á tilboði nema að um raunverulega verðlækkun væri að ræða og þá með því skilyrði að fyrra verð vörunnar væri tilgreint í auglýsingum.

Í svörum félagsins kom fram að félagið hafni því að hafa brotið gegn þeim lagatilvísunum sem vísað var til í bréfum Neytendastofu. Á meðan Cyber Monday stóð hafi verið veittur 70% afsláttur af öllum dekkjum sem finna hafi mátt í vörulistanum „*70% afsl. dekk*“ en í þeim vörulista hafi verið öll dekk í flokknum „*Ný dekk – lager Funahöfða – stök*.“ Þá hafi félagið boðið upp á Cyber Monday en hafi síðan ákveðið að framlengja tilboðið í Cyberviku og hafi slíkt komið skýrt fram á vefsíðu félagsins. Á sama tíma hafi verið ákveðið að hækka afslætti enn frekar og hækkaði afsláttur af dekkjum í svokölluðu „*gámatilboði*“ úr 5% í 15%. Þar hafi verið um að ræða dekk sem félagið flytji sjálft til landsins og þar sem svigrúmið til að veita afslátt var meira en á dekkjum sem flutt séu til landsins af þriðja aðila. Enn fremur hafi hugtakið „*gámatilboð*“ öðlast festu í íslensku máli yfir það þegar keypt er inn mikið magn vöru og hún seld með lægri álagningu en gengur og gerist, með það fyrir augum að seljandinn fái framlegð sína með sölu fleiri eininga en verið hefði ef álagningin hefði verið hærri. Félagið hafi eftir sem áður hætt notkun hugtaksins. Að lokum tiltók félagið að mikið hafi selst af



dekkjum á afslætti umrædda daga en því miður ekki sú stærð sem boðin hafi verið á hæsta afslættinum, þ.e. 70%, og því séu ekki til sölukvittanir vegna slíkra viðskipta.

Telur Neytendastofa að ákvæði 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 7. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir, auk 3. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, komi til skoðunar í málinu.

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. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í 4. mgr. 6. gr. segir:

„Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönur á.“

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,“



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 útsölur. 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.

Í máli þessu koma einnig til álita ákvæði reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, n.t.t. 3. gr. reglnanna. Í 3. gr. reglnanna segir:

„Þegar auglýst er lækkað verð á vöru eða þjónustu skal fyrra verð vera það verð sem varan var seld á áður en til lækkunar kom. Seljandi skal geta sannað að vara eða þjónusta hafi verið seld á því verði sem tilgreint er sem fyrra verð.“

Samkvæmt 7. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir, teljast eftirfarandi villandi viðskiptahættir undir öllum kringumstæðum óréttmætir :

„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.“

3.

Í máli þessu er í fyrsta lagi deilt um fullyrðingu Dekkja- og bílaþjónustunnar „Allt að 70% afsláttur“. Líkt og fram hefur komið fékk Neytendastofa ábendingar um að auglýstur væri framangreindur afsláttur á Cyberviku félagsins án þess að hægt væri að finna vöruliði með umræddum afslætti. Neytendastofa tók til skoðunar vefsíðu félagsins, meðan á umræddum afsláttardögum stóð, og tók til skoðunar um 1.300 vöruliði, sem boðnir voru til sölu á vefsíðunni. Skoðuð var yfirlitssíða án flokkunar og því voru skoðaðar vörur úr öllum vöruflokkum félagsins án þess að stofnunin fyndi neinn vörulið með umræddum auglýstum afslætti. Mesti afsláttur sem stofnunin gat fundið var 43% afsláttur. Neytendastofa hefur ítrekað farið fram á að félagið færi sönnur á að, á umræddu tímabili, hafi verið til sölu vörur með auglýstum 70% afslætti. Bendir stofnunin á að ekki er loku fyrir það skotið að fyrirtæki geti sýnt fram á að vörur hafi verið boðnar til sölu á ákveðnum afslætti án þess að eiginleg sala hafi átt sér stað. Auglýsendur verða að geta sýnt fram á réttmæti kynntar verðlækkunar óski Neytendastofa þess með því að leggja fram gögn sem staðfesta að vörur hafi sannanlega



verið boðnar með auglýstum afslætti. Ekki liggja önnur gögn fyrir í máli þessu en skjáskot úr sölukerfi félagsins sem sýna að mati Neytendastofu með engu móti fram á að vörur hafi verið boðnar til sölu með 70% afslætti. Rétt er að taka fram að skoðun Neytendastofu tók til um 1.300 vöruliða án flokkunar og því hefðu allar vörur, sama í hvaða flokki og sama á hvaða afslætti, átt að koma fram á skjámyndum stofnunarinnar. Þrátt fyrir það virðist ekki vera unnt að finna vöruliði á kynntum afslætti á skjámyndunum. Enn fremur er rétt að geta þess að það er álit stofnunarinnar að ef einvörðungu mjög fáir vöruliðir eru boðnir til sölu á auglýstum hámarksafslætti, t.d. 1-2 vöruliðir af yfir þúsund, gætu slíkar auglýsingar talist villandi gagnvart neytendum.

Líkt og að framan greinir þá er lögð sú skylda á fyrirtæki að geta sannað allar fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum. Ósannaðar fullyrðingar geta verið til þess fallnar að teljast villandi gagnvart neytendum. Að framangreindu virtu er það mat Neytendastofu að félaginu hafi ekki tekist að sýna fram á að til sölu hafi verið vöruliðir með 70% afslætti á því tímabili sem um ræðir. Félagið hefur með þessari háttsemi sinni gefið rangar upplýsingar um verðhagræði á vefsíðu sinni með ósannaðri fullyrðingu um „*Allt að 70% afsláttur*“. Þá telur stofnunin að viðskiptahættir þessir séu líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Dekkja- og bílaþjónustan hefur með viðskiptaháttum þessum brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og d. lið 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.

Í öðru lagi er deilt um hvort að með vísun félagsins til svokallaðs „*gámatilboðs*“ felist verðhagræði og raunveruleg lækkun og hvort nánar tilgreindir vöruliðir þar undir hafi verið seldir á tilgreindu fyrra verði. Í fyrstu er rétt að taka fram að þrátt fyrir ítrekaðar kröfur Neytendastofu lagði félagið engin gögn fram sem sýnt gætu að tilgreindir vöruliðir hafi verið seldir á yfirstrikuðu fyrra verði þegar boðinn var 15% afsláttur og það þrátt fyrir ítarlegar leiðbeiningar um á hvaða formi slík gögn gætu verið. Dekkja- og bílaþjónustan hefur því ekki fært sönnur fyrir því að nánar tilgreindir vöruliðir hafi verið seldir á tilgreindu fyrra verði, þrátt fyrir ítrekaðar beiðnir stofnunarinnar. Að framangreindu virtu telur stofnunin að ekki hafi verið um raunverulega verðlækkun að ræða og að viðskiptahættir þessir séu líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda.

Er viðkemur vísun til og notkunar á hugtakinu „*gámatilboð*“ með almennum hætti án þess að tilgreind sé prósentulækkun eða annað verðhagræði þá er það afstaða Neytendastofu að óheimilt sé að auglýsa vörur á tilboði, hvort heldur sem notkun hugtaksins eins og sér eða sem samsetning annars orðs, nema að um raunverulega verðlækkun sé að ræða. Undir rekstri málsins rökstuddi Dekkja- og bílaþjónustan notkun hugtaksins „*gámatilboðs*“ m.a. með vísan til auglýsinga annars óskylds félags. Neytendastofa vekur athygli á því að það er forsenda fyrir kaupum þess félags á vörum kynntum undir hugtakinu *gámatilboð* að ákveðið magn hafi verið selt fyrirfram og það áður en vörurnar eru fluttar til landsins. Í markaðssetningu sinni hefur félagið vísað sérstakleg til þess að við þessa tegund viðskipta séu vörur seldar fyrirfram á sérkjörum í ljósi þess að félagið geti með þeim hætti lækkað kostnað hjá sér og skilað neytendum þannig betra verði. Neytendastofa getur fallist á að í vissum markatilvikum geti



verið réttlætanlegt eða heimilt að vísa til tilboðs eða tilboðsvara en slíkt á ekki við í máli því er hér liggur fyrir enda flutti félagið sjálf inn þær vörur sem um ræðir án beinnar aðkomu viðskiptavina þess, þ.e. það var ekki forsenda magnaupa eða fyrir innflutningi á umræddum vörum að ákveðið magn hafi fyrirfram verið keypt af neytendum. Innflutningur félagsins á þeim vörum eða gámi sem seldur er sem „*gámatilboð*“ var því að mati Neytendastofu í engu frábrugðinn hefðbundnum innflutningi á vörum sem ætlaðar eru til endursölu hér á landi. Það er því afstaða Neytendastofu að notkun hugtaksins „*gámatilboð*“ í auglýsingum eða öðru kynningarefni án þessa að um raunverulegt tilboð hafi verið að ræða séu villandi viðskiptahættir enda hafi félagið með þeirri framsetningu gefið rangar upplýsingar um verðhagræði og að ekki hafi verið um raunverulega verðlækkun að ræða.

Með framangreindri háttsemi hefur Dekkja- og bílaþjónustan brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, auk 3. gr. reglna nr. 366/2008.

Að lokum er um það deilt hvort að Dekkja- og bílaþjónustan hafi brotið gegn ákvæðum laga og reglna með því að halda því ranglega fram að afsláttartímabili væri um það bil að ljúka. Gögn málsins bera það með sér að nokkrum klukkutímum fyrir lok auglýstrar Cyberviku félagsins birti félagið auglýsingu þar sem eftirfarandi texti kom fram: „*Nokkrir klukkutímar til stefnu til að nýta sér Cyber Viku afslættina og ÓKEYPIS UMFELGUN með seldum dekkjagöngum!*“ Þá bera gögn málsins það einnig með sér að degi eftir að umræddri Cyberviku lauk, bauð félagið enn meiri afslátt af fjölda vöruliða. Neytendastofa gerir ekki athugasemdir við að félagið hafi ákveðið að breyta frá fyrirhuguðum Cybermánudegi yfir í Cyberviku heldur þá staðreynd að félagið hafi auglýst sérstaklega við lok Cyberviku að einungis nokkrir klukkutímar væru til stefnu til að nýta sér fyrirbyggjandi tilboð en hafi svo boðið enn meiri afslátt á vissum vöruliðum eftir að Cybervikunni lauk. Telur Neytendastofa framangreint til þess fallið að fá neytendur til að taka skyndiákvörðun svo þeir hafi hvorki tíma né tækifæri til að taka upplýsta ákvörðun. Hefur félagið með háttsemi sinni brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, ásamt 7. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 að banna Dekkja- og bílaþjónustunni 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, umfang brota félagsins, fjölda þeirra lagaákvæða sem brotið er gegn og með vísan til brots gegn ákvæðum reglugerðar nr. 160/2009, telur Neytendastofa rétt að leggja á sekt í samræmi við heimildir laganna.



Með vísan til framangreindra sjónarmiða telur Neytendastofa brot Dekkja- og bílaþjónustunnar 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 stjórnsýslulaga nr. 37/1993 telur Neytendastofa hæfilegt að leggja á Dekkja- og bílaþjónustuna ehf. stjórnvaldssekt að fjárhæð kr. 200.000,- (tvö hundruð þúsund krónur).

III.

Ákvörðunarorð:

„Dekkja- og bílaþjónustan ehf., Funahöfða 6, 110 Reykjavík, hefur með birtingu fullyrðinga um „*Allt að 70% afsláttur*“ brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og d. liðar 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Dekkja- og bílaþjónustan ehf. hefur með kynningu um lækkað verð og vísun til „*gámatilboðs*“ án þess að hafa sýnt fram á að um raunverulega verðlækkun eða tilboð hafi verið að ræða, brotið gegn ákvæðum 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, auk 3. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

Dekkja- og bílaþjónustan ehf. hefur með því að halda því ranglega fram að afsláttartímabili sé um það bil að verða lokið í því skyni að fá neytandann til að taka skyndiákvörðun svo 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. 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 Dekkja- og bílaþjónustunni 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 Dekkja- og bílaþjónustunni ehf. gert að greiða stjórnvaldssekt að fjárhæð 200.000 kr. (tvö hundruð þúsund krónur) vegna brotsins. Sektina skal greiða í ríkisjóð innan þriggja mánaða frá dagsetningu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 10. mars 2023

Pórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir