



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 39/2012

Auglýsingar Húsasmiðjunnar um „Landsins mesta úrval af pallaefni“

I. Erindið

Með bréfi BYKO hf., dags. 20. apríl 2012, barst Neytendastofu erindi þar sem kvartað er yfir auglýsingum Húsasmiðjunnar ehf. með fullyrðingunni „Landsins mesta úrval af pallaefni“. Í erindinu kemur fram að BYKO telji að fullyrðingin fái ekki staðist og brjóti gegn ákvæðum 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 8. gr., a., c. og f. lið 1. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í bréfinu segir að í heilsíðuauglýsingu Húsasmiðjunnar, sem birst hafi í Fréttablaðinu þann 3. apríl 2012, sé auglýst pallaefni og bjóði félagið viðskiptavinum að koma og fá tilboð í sólpallinn. Í forgrunni auglýsingarinnar fyrir miðja síðu segi stórum stöfum „Landsins mesta úrval af pallaefni“. BYKO telji að þessi fullyrðing fái ekki staðist og að hún sé röng. Af þessum sökum telji BYKO að fullyrðingin brjóti gegn ýmsum ákvæðum laganna.

BYKO vilji í fyrstu benda á að fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á, sbr. 4. mgr. 6. gr. laganna. BYKO beini því til Neytendastofu að hún óski eftir því að Húsasmiðjan færi sönnur á fullyrðingar sínar um að fyrirtækið bjóði landsins mesta úrval af pallaefni. BYKO telji að fullyrðingin fái ekki staðist. Neytendastofa hafi jafnan gert strangar kröfur til þess að auglýsendur færi sönnur á auglýsingar sem innihaldi fullyrðingar í efsta stigi lýsingarorðs enda sé ákvæðið skýrt hvað þetta varði. Í úrskurði áfrýjunarnefndar neytendamála nr. 3/2011, þar sem staðfest hafi verið ákvörðun Neytendastofu um að Húsasmiðjan hafi m.a. brotið 4. mgr. 6. gr. segi áfrýjunarnefndin: „erfiðleikar við að sanna fullyrðingar í efsta stigi geta með engu móti leitt til afsláttar af sönnunarkröfum að þessu leyti, enda er 4. mgr. 6. gr. skýr um að það er auglýsandans að sanna framsettar fullyrðingar, þar á meðal fullyrðingar sem erfitt er að sanna, enda á hann ekki að setja fram fullyrðingar sem hann er ekki í aðstöðu til að sanna.“ BYKO vilji því beina því til Neytendastofu að stofnunin kanni hvort að auglýsingin feli í sér brot gegn 4. mgr. 6. gr. laganna.



BYKO telji jafnframt að auglýsingin feli í sér brot á 5., 8., 9., og 14. gr. laga nr. 57/2005 enda séu þær villandi og blekkjandi gagnvart neytendum og keppinautum.

BYKO telji að fullyrðingar Húsasmiðjunnar um landsins mesta úrval af pallaefni séu villandi enda sé um rangar upplýsingar að ræða. Tilgangurinn sé augljóslega að hafa áhrif á ákvörðun viðskiptavina um viðskipti. BYKO telji að fullyrðingunni megi jafna við að bjóða viðskiptavinum sínum ákveðið þjónustustig enda sé breitt vöruúrval þjónusta við viðskiptavinum ákveðin tegund af þjónustu. BYKO telji að með auglýsingunni sé Húsasmiðjan að auglýsa þjónustu sem fyrirtækið geti ekki staðið undir og setji jafnframt fram ranga mynd af aðstæðum fyrirtækisins og stöðu þess á markaði.

BYKO telji að auglýsing Húsasmiðjunnar feli í sér rangar upplýsingar sem séu til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn vöru og þjónustu fyrirtækisins. Slíkar viðskiptaaðferðir séu ósanngjarnar gagnvart keppinautum á markaði. Þegar um sé að ræða fullyrðingu með lýsingarorði í efsta stigi sé alla jafna litið svo á að með fullyrðingunni sé vísað til keppinauta. Í greinargerð með því frumvarpi sem varð að lögum nr. 107/2000 segi m.a. að „*allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrðir að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð við vöru keppinauta.*“ Séu fullyrðingar í efsta stigi lýsingarorðs ósannar feli það í sér að fullyrðingarnar séu til þess fallnar að vera villandi og ósanngjarnar gagnvart keppinautum og þar með brot á lögnum. Samkv. framansögðu telji BYKO auglýsingu Húsasmiðjunnar vera brot á 5. gr., 8. gr., staflidum a.,c. og f. 1. mgr. 9. gr. og 14. gr.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi BYKO var sent Húsasmiðjunni til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 4. maí 2012. Í bréfinu kom fram að stofnunin teldi ákvæði a. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 einnig geta átt við um erindið.

Svar Húsasmiðjunnar barst Neytendastofu með bréfi, dags. 11. maí 2012, þar sem fram kom að Húsasmiðjan stæði við fullyrðingu sína um að fyrirtækið bjóði mesta úrval íslenskra fyrirtækja á pallaefni, þ.e.a.s. efni til þess að reisa sólpalla. Fullyrðingin vísi til þess að þegar allt pallaefni sé tekið með, allir listar, stærðir, lengdir o.þ.h. þá sé úrvalið mest hjá Húsasmiðjunni. Í bréfinu sagði einnig að félagið stæði við fullyrðingu sína en auglýsingin yrði ekki birt aftur fyrr en gögn hafi verið yfirfarin aftur svo enginn vafi gæti legið á að fullyrðingin stæðist og yrði gögn lögð fram fullyrðingunni til stuðnings áður en hún yrði birt aftur.



2.

Neytendastofa fór fram á frekari skýringar Húsasmiðjunnar með bréfi, dags. 25. maí 2012. Í bréfinu kom fram að stofnunin teldi að ráða mætti af svari Húsasmiðjunnar að gögn til staðfestingar fullyrðingunni hafi ekki legið fyrir við birtingu hinnar umkvörtuðu auglýsingar. Óskaði stofnunin eftir því að lögð yrðu fram þau gögn sem að baki fullyrðingunni lægju.

Í svari Húsasmiðjunnar, sem dagsett er 6. júní 2012, segir að fyrra bréf félagsins hafi verið mjög skýrt. Í því hafi ekkert komið fram sem gefi tilefni til að draga þá ályktun, að engin gögn hafi legið fyrir við birtingu auglýsingarinnar um landsins mesta úrval af pallaefni. Skýrt hafi komið fram að farið yrði yfir málið að nýju í tilefni kvörtunar BYKO. Í því felist ekki yfirlýsing um að engin gögn hafi legið að baki fullyrðingunni. Með bréfinu fylgdi listi yfir pallaefni sem í boði er hjá Húsasmiðjunni. Áður en auglýsingin hafi verið birt hafi úrval af pallaefni hjá Húsasmiðjunni, samkvæmt listunum, verið borinn saman við það úrval sem keppinautar hafi auglýst. Óskaði Húsasmiðjan eftir því að farið yrði með lista yfir pallaefni félagsins sem trúnaðarmál.

3.

Svar Húsasmiðjunnar var sent BYKO til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 20. júní 2012. Í bréfinu kom fram að með vísan til 17. gr. stjórnslulaga nr. 37/1993 hafi Neytendastofa tekið þá ákvörðun að veita Húsasmiðjunni trúnað yfir þeim gögnum sem fylgdu bréfi félagsins, þar sem listað væri upp allt pallaefni félagsins.

Í svari BYKO sem barst Neytendastofu með bréfi, dags. 2. júlí 2012, segir að félagið hafi aldrei auglýst heildarúrval þess af pallaefni og furði sig á að slíkur samanburður sé lagður til grundvallar fullyrðingunni. Gefi hann skakka mynd af því úrvali sem í boði sé. Húsasmiðjan hafi lagt fram lista yfir pallaefni í boði hjá Húsasmiðjunni. Þennan lista hafi BYKO ekki undir höndum og eigi því erfitt með að tjá sig um hann. Af bréfi Húsasmiðjunnar megi hins vegar ráða að engin frekari gögn hafi verið lögð fram af hálfu Húsasmiðjunnar og þar með liggi ekki fyrir upplýsingar um það úrval sem í boði sé hjá samkeppnisaðilum fyrirtækisins eða það úrval sem auglýst hafi verið af samkeppnisaðilum. Erfitt sé því að sjá að fullnægjandi sönnun um að úrval af pallaefni sé mest hjá Húsasmiðjunni liggi fyrir, sérstaklega í ljósi þess að upplýsingar um heildarúrval samkeppnisaðila virðist ekki hafa verið lagðar fram.

Áréttað sé að fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á. BYKO vilji beina því til Neytendastofu að stofnunin gangi úr skugga um að Húsasmiðjan hafi fært fullnægjandi sönnur á fullyrðingar sínar um að fyrirtækið bjóði upp á landsins mesta úrval af pallaefni. BYKO bendi á að pallaefni sé víðtækt hugtak og geti ýmsar vörur fallið þar undir. Þar að auki sé pallaefni í ýmsum stærðum og gerðum, t.d. hvað varði lengd, breidd og hæð enda séu þarfir viðskiptavina ólíkar.

Þá eru í bréfinu ítrekaðar fyrri kröfur og fyrri rök.



4.

Húsasmiðjunnar var sent bréf BYKO til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 4. júlí 2012.

Athugasemdir Húsasmiðjunnar við svar BYKO bárust Neytendastofu með bréfi, dags. 9. júlí 2012. Þar segir að í bréfi Húsasmiðjunnar, frá 6. júní 2012, hafi verið upplýst um það hvaða upplýsingar hafi legið til grundvallar þegar auglýsingin um landsins mesta úrval pallaefnis hafi verið birt. Bréfinu hafi fylgt upplýsingar um hvert úrval pallaefnis sé hjá Húsasmiðjunnar. Tekið hafi verið svo til orða að það hafi verið borið saman við pallaefni sem auglýst hafi verið í boði hjá keppinautum. Ekki sé tilefni til þeirrar ályktunar sem fram komi í bréfi BYKO, að með því hafi verið átt við að BYKO hafi einhvern tíma auglýst hvaða heildarúrval pallaefnis fyrirtækið hafi á boðstólum. Það sem átt hafi verið við í bréfi Húsasmiðjunnar sé að úrval pallaefnis hjá Húsasmiðjunnar hafi verið borið saman við það pallaefni sem í boði sé hjá samkeppnisaðilum. Það hafi ekki verið einskorðað við auglýsingar sem slíkar og fullýrt að BYKO hafi einhvern tíma auglýst heildarúrval pallaefnis.

Húsasmiðjan kanni reglulega verð og úrval samkeppnisaðila. Það sé gert með þrennum hætti. Í fyrsta lagi með skoðun á heimasíðu, í öðru lagi með því að skoða auglýsingar og í þriðja lagi með því að fara á staðinn og skoða verð og úrval. Þetta séu einnig þær leiðir sem neytendur beiti við skoðun sína á markaðnum. Tæplega sé hægt að halda því fram að úrval af pallaefni sé meira en það sem í boði sé samkvæmt þessum þremur mælikvörðum, út frá sjónarhorni neytandans. Þegar þetta úrval samkeppnisaðilanna hafi verið borið saman við úrval Húsasmiðjunnar hafi það verið niðurstaða Húsasmiðjunnar að mesta úrvalið væri þar.

Með bréfi BYKO hafi engin gögn fylgt um það hvaða úrval af pallaefni sé í boði hjá félaginu. Hefði það þó verið eðlilegt að fyrirtækið afhenti Neytendastofu þær upplýsingar og stofnunin legði sjálfstætt mat á fullyrðinguna. Það hafi ekki verið gert og hafi fullyrðing Húsasmiðjunnar ekki verið hrakin að því leyti. Áréttað sé þó að um eina auglýsingu Húsasmiðjunnar hafi verið að ræða, sem ekki hafi verið birt aftur og verði ekki birt fyrr en í ljósi niðurstöðu þessa máls.

Í bréfinu er einnig vísað til þess að í athugasemdum BYKO hafi komið fram að hugtakið pallaefni sé víðtækt og að ýmsar vörur geti fallið þar undir. Að mati Húsasmiðjunnar megi taka undir það, en þó megi vera ljóst að sumar vörur, s.s. timbur sem almennt sé notað í pallefni, hljóti að falla þar undir. Óhjákvæmilega felist aukið úrval af pallaefni í því að bjóða mismunandi stærðir, gerðir og lengdir. Að mati Húsasmiðjunnar megi meta þetta atriði með málefnalegum hætti og hafi fyrirtækið lagt fram gögn um það hvaða vöruliði sé um að ræða, en um samskonar vörur verði þá að vera að ræða, ef borið sé saman úrval.

5.

BYKO var sent bréf Húsasmiðjunnar með bréfi Neytendastofu, dags. 10. ágúst 2012, ásamt því sem tilkynnt var að gagnaöflun málsins væri lokið.



III. Niðurstaða

1.

Mál þetta varðar fullyrðingu Húsasmiðjunnar „*Landsins mesta úrval af pallaefni*“ sem fram kom í auglýsingu félagsins sem birt var í Fréttablaðinu, þann 3. apríl 2012. BYKO telji fullyrðinguna ekki fást staðist og að hún sé röng. Á Húsasmiðjunni hvíli skylda til að sanna fullyrðinguna skv. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Neytendastofa hafi í ákvörðunum sínum gert strangar kröfur til sönnunar á fullyrðingum í efsta stigi auk þess sem áfrýjunarnefnd neytendamála hafi fjallað um það í úrskurði nr. 3/2011 að erfiðleikar við að sanna fullyrðingu gefi ekki afslátt frá sönnunarkröfunni. Þá telji BYKO fullyrðinguna einnig brjóta gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., a., c. og f. liðum 1. mgr. 9. gr. auk 14. gr. laga nr. 57/2005.

Af hálfu Húsasmiðjunnar er því hafnað að fullyrðingin brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Fullyrðingin vísi til þess að fyrirtækið bjóði mesta úrvalið af pallaefni og sé þar átt við alla lista, stærðir, lengdir o.fl. Fullyrðingin sé byggð á samanburði á lista yfir allt pallaefni hjá Húsasmiðjunni við skoðun á vefsíðum, auglýsingum og verslunum keppinauta. Félagið standi við fullyrðinguna en muni ekki birta hana aftur fyrir en farið hafi verið yfir gögnin aftur og Neytendastofa tekið ákvörðun í máli þessu. Fullyrðingin hafi einungis verið birt í eitt skipti.

Við meðferð málsins kom fram að Neytendastofa teldi ákvæði a. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 einnig geta átt við um erindið.

2.

Í lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu 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 4. mgr. 6. gr. segir:

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

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, 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 málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Í erindi BYKO var sérstaklega vísað til a., c. og f. liða 1. mgr. en þar segir:

„a. eðli vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar, [...]

c. þjónustu við viðskiptavini, meðferð kvartana, dagsetningu framleiðslu eða aðferð við framleiðslu, [...]

f. réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður söluaðila eða fulltrúa hans, stöðu hans á markaði, skyldur, vörumerki og önnur hugverkaréttindi,“

Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segir í 14. gr.:

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega því ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Í 15. gr. laganna er fjallað um að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinauta eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a. – h. lið 2. mgr. 15. gr. Í bréfi Neytendastofu, dags. 4. maí 2012, kom fram að stofnunin teldi ákvæði a. liðar 2. mgr. 15. gr. geta átt við um erindið, þar sem segir:



„Samanburðarauglýsingar skulu, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum:

a. þær séu ekki villandi“

3.

Í svörum Húsasmiðjunnar var til þess vísað að fullyrðingin væri byggð á skoðunum félagsins á vefsíðum, auglýsingum og úrvali í verslunum keppinauta, samanborið við lista yfir pallaefni Húsasmiðjunnar. Þrátt fyrir sérstaka beiðni Neytendastofu þar um hefur Húsasmiðjan ekki lagt fram gögn í málinu þar sem borið er saman úrval pallaefnis Húsasmiðjunnar og keppinauta hennar. Að mati stofnunarinnar getur listi yfir vöruúrval Húsasmiðjunnar ásamt vísunar til vefsíðna, auglýsinga og verslana keppinauta ekki komi til sönnunar á fullyrðingunni.

Ákvæði 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 er mjög skýrt þess efnis að á fyrirtæki hvíli skylda til að geta fært sönnur á allar fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum og öðru efni þess. Gerð hefur verið krafa til þess að sönnunin liggji fyrir áður en fullyrðingin er birt og skal fyrirtækið því geta lagt fram gögn henni til sönnunar um leið og Neytendastofa fer fram á það. Með vísan til fyrri mála hjá Neytendastofu má Húsasmiðjunni þetta vera fullljóst.

Í bréfum Húsasmiðjunnar hefur komið fram að Neytendastofu sé í lófa lagið að afla gagna um úrval pallaefna frá keppinautum Húsasmiðjunnar til samanburðar. Sönnunarkrafa samkvæmt 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 liggur hjá auglýsanda og því er það í höndum auglýsanda að sanna fullyrðingar sínar en ekki Neytendastofu að hrekja þær. Geti auglýsandi ekki fært sönnur á fullyrðingar sínar má líta svo á að þær séu ósannaðar og brjóti þar með gegn ákvæði áðurnefndrar 4. mgr. 6. gr.

Fullyrðing Húsasmiðjunnar „*Landsins mesta úrval af pallaefni*“ lýsir yfirburðum Húsasmiðjunnar yfir keppinauta félagsins og þar sem Húsasmiðjan hefur ekki fært fullnægjandi sönnur á fullyrðinguna er hún að mati Neytendastofu til þess fallin að veita neytendum rangar eða villandi upplýsingar um stöðu Húsasmiðjunnar á markaði, sbr. f. lið 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, og þar með fela í sér óréttmæta viðskiptahætti sbr. 8. gr. laganna. Þá er hún að mati stofnunarinnar einnig ósanngjörn gagnvart keppinautum og til þess fallin að hafa áhrif á eftirspurn, sbr. 14. gr. sömu laga, og fela í sér villandi samanburð, sbr. a. liður 2. mgr. 15. gr.

Þar sem fullyrðingin brýtur gegn ákvæðum í II. og III. kafla laga nr. 57/2005 er einnig um að ræða brot gegn ákvæði 5. gr. laganna.

4.

Neytendastofu er veitt heimild til álagningar stjórnvaldssekta á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvæðum laganna í a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005. Almennu hefur Neytendastofa nýtt



sektarheimild ef um ítrekað brot er að ræða eða umfangsmikið brot sem jafnframt brýtur gegn skýrum ákvæðum þeirra laga sem stofnunin hefur eftirlit með. Þannig hefur stofnunin gjarnan látið hjá liggja að beita sektarheimildum við fyrsta brot ef um er að ræða brot gegn matskenndum ákvæðum laganna.

Í máli þessu er um að ræða ósannaða fullyrðingu í efsta stigi lýsingarorðs sem birtist í eitt skipti. Við meðferð máls Neytendastofu sem leiddi til ákvörðunar nr. 50/2010 *Auglýsingar Húsasmiðjunnar hf. með fullyrðingunni „Lægsta lága verðið“* var Húsasmiðjunni gerð grein fyrir þeim lagaákvæðum sem um sönnun fullyrðinga gilda og þau sjónarmið sem Neytendastofa hefur litið til við meðferð slíkra mála. Því mátti Húsasmiðjunni vera fullljóst þegar fullyrðingin *„Landsins mesta úrval af pallaefni“* var birt, að félagið yrði að geta lagt fram gögn henni til stuðnings, væri þess óskað.

Með vísan til ofangreinds telur Neytendastofa rétt að nýta sektarheimild í a. lið 1. mgr. 22. laga nr. 57/2005. Þegar litið er til sektarfjárhæða í öðrum málum Neytendastofu sem og þess að hin ósannaða fullyrðing birtist einu sinni telur Neytendastofa, að teknu tilliti til meðalhófsreglu stjórnsýslulaga, rétt að leggja á Húsasmiðjuna stjórnvaldssekt að fjárhæð 500.000 kr. (fimmhundraðþúsundkrónur).

IV.

Ákvörðunarorð:

„Húsasmiðjan hf., Holtavegi 10, Reykjavík, hefur brotið gegn ákvæðum 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., f. lið 1. mgr. 9. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með birtingu fullyrðingarinnar „Landsins mesta úrval af pallaefni“

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Húsasmiðjunni hf. bönnuð birting fullyrðingarinnar.

Með heimild í a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, leggur Neytendastofa stjórnvaldssekt á Húsasmiðjuna hf. að fjárhæð 500.000 kr. (fimmhundraðþúsundkrónur). Sektina skal greiða í ríkissjóð innan þriggja mánaða frá dagsetningu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 24. september 2012

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir