



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 11/2016

Merkingar á vörum Drífu

I.

Erindið

Með bréfi Samtaka iðnaðarins (SI) til Neytendastofu, dags. 17. ágúst 2015, var kvartað yfir markaðssetningu Drífu ehf. á vörum þar sem ranglega væri gefið til kynna að um íslenska vöru og íslenska framleiðslu væri að ræða.

Í bréfi SI kemur fram að forsögu málsins megi reka til kvörtunar SI frá árinu 2013 sem lauk með ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2013. Hafi Drífa brotið gegn lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með því að gefa til kynna að tiltekna vörur væru íslensk framleiðsla. Hafi Drífu verið óheimilt að nota þær merkingar sem ákvörðunin hafi tekið til, þ.e. tiltekna merkimiða sem hafi borið tilvísun til heimasíðu, mynd af íslenska fánanum og upplýsingar um fyrirtækið, án þess að upplýsingar um uppruna vörunnar kæmu fram.

Drífa hafi í kjölfar ákvörðunarinnar ekki gripið til fullnægjandi aðgerða og því hafi Neytendastofa komist að því með ákvörðun sinni nr. 30/2014 að Drífa hefði brotið gegn banni Neytendastofu samkvæmt fyrri ákvörðun. Hafi Neytendastofa talið að þær aðgerðir Drífu að líma vörumerki ICEWEAR yfir íslenska fánann á merkimiðunum hafi ekki verið fullnægjandi enda enn verið að kynna vörur fyrirtækisins sem íslenskar með villandi hætti. Neytendastofa hafi hins vegar beitt meðalhófsreglu stjórnsluréttar og hafi ekki sektað fyrirtækið vegna brotsins, meðal annars á þeim grunni að til stæði að breyta merkingunum á þann veg að fram kæmi að vörunnar væru hannaðar á Íslandi, sbr. „Designed in Iceland“. Neytendastofa hafi hins vegar lagt sekt á Drífu vegna þess að vörur merktar NORWEAR hafi enn borið hina ólögmetu merkingu.

Nú tveimur árum eftir ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2013, hafi SI borist ábending um að Drífa sé áfram að brjóta gegn ákvæðum laganna með villandi merkingum á flís og nælonvörum. Þær vörur séu framleiddar erlendis en merktar ýmist með mynd af Íslandi eða íslenska fánanum. Hvergi sé að finna upplýsingar um uppruna vörunnar. Það sé mat SI að Drífa starfi enn í andstöðu við framangreindar ákvarðanir og ákvæði laga nr. 57/2005. Er þess því óskað að Neytendastofa beiti heimildum sínum skv. IX kafla laganna.



II. Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 26. ágúst 2015, var erindi SI sent í umsögn Drífu. Svar Drífu barst með bréfi, dags. 4. september 2015. Drífa mótmæli alfarið afstöðu SI. Drífa mótmæli lýsingu SI á forsögu málsins og ákvarðana nr. 18/2013 og 30/2014. Drífa vísir til ákvörðunarorða ákvörðunar 18/2013 og bendir á að umrædd ákvörðun hafi aðeins beinst að merkingum á ullarvörum en Drífa telji það hafa sérstaka þýðingu.

Drífa bendir á að í kjölfar athugasemda Drífu í fyrra málinu vegna íslenska fánans á merkimiðum og upplýsinga um að á þvottamiða allra nýrra vara Drífu kæmi fram að varan væri „Designed in Iceland“, var málinu lokið af hálfu Neytendastofu, án aðgerða. Hvað seinna málið varði þá hafi komið í ljós að um mannleg mistök hafi verið að ræða á vörulager Drífu, þannig að eldri merkingar hafi verið settar á nýjar ullarvörur. Hafi Drífa þegar gert ráðstafanir til að fjarlægja umræddar merkingar. Hins vegar hafi verið ákveðið að una við þá niðurstöðu Neytendastofu um brot vegna merkinga á NORWEAR vörum.

Drífa telji nauðsynlegt að benda sérstaklega á í þessu samhengi að fyrirtækið hafi lagt mikið upp úr því að merkingar félagsins séu í samræmi við lög og reglur, sbr. og í samræmi við tilmæli og ákvarðanir Neytendastofu hvað það varðar. Allar nýjar vörur hafi þannig merkinguna, „Designed in Iceland“ á þvottamiða.

Drífa árétti hins vegar að því sé alfarið hafnað að vörumerki félagsins, sem slíkt brjóti í bága við lög nr. 57/2005, eins og ítarlega hafi verið rakið í bréfi til Neytendastofu, dags. 21. mars 2014. Þá sé jafnframt áréttað, eins og rakið sé ítarlega í tilvísuðu bréfi, að Drífa sé íslenskt fyrirtæki, sem stofnað hafi verið árið 1972 og að öll hönnun og vöruþróun fyrirtækisins fari fram hér á landi, auk hluta framleiðslunnar. Þá sé rekstur félagsins, vefverslun og lager á Íslandi.

Að því er varði merkingar á þeim vörum sem kvörtunin lúti að þá sé þær einungis að finna í svokölluðum „Outlet“ markaði Drífu, en í þeirri verslun sé að finna eldri vörur félagsins sem séu hættar í framleiðslu, á lækkuðu verði. Rétt sé að benda á að með ákvörðun Neytendastofu í máli nr. 18/2013 hafi eldri vörur félagsins ekki verið innkallaðar, sbr. hér að framan heldur var frekari notkun þeirra bönnuð. Þær vörur sem kvörtunin lúti að hafi verið framleiddar á árinu 2008 annars vegar og 2012 hins vegar, eða áður en ákvörðun Neytendastofu í máli nr. 18/2013 hafi verið tekin.

Í kjölfar ákvörðunar Neytendastofu hafi Drífa breytt merkingum á öllum ullarvörum sínum í samræmi við þau sjónarmið sem þar komi fram, sbr. og jafnframt síðari samskipti Neytendastofu og Drífu vegna málsins. Þannig hafi verið farið yfir vörur í verslunum Drífu og vörumerki félagsins límt yfir eldri merkingar á vörum sem enn voru með eldri merkingar,



þ.e. íslenska fánann og gerði Drífa þannig ráðstafanir umfram tilmæli Neytendastofu sem fram hafi komið í ákvörðun nr. 18/2013. Ljóst sé hins vegar að ekki hafi verið límt yfir merkingu á öllum vörum í útsölumarkaði félagsins eða „Outlet“ markaðnum þar sem þar sé einungis að finna eldri vörur félagsins.

Þær vörur sem erindi SI lúti nú að séu hins vegar ekki ullarvörur en eins og rakið sé að framan hafi ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2013 aðeins tekið til merkinga á þeim. Sé því ekki um að ræða að hér sé einhvers konar ítrekað eða áframhaldandi brot að ræða, líkt og ýjað sé að í kvörtun SI. Auk þess sé áréttað að vörur Drífu hafi ekki verið innkallaðar með umræddri ákvörðun Neytendastofu. Þá sé á það beint að fyrri ákvarðanir Neytendastofu hafi í engu lotið að merkingum með Íslandskortum á.

Hvað varði íslenska fánan á ermi og á taumiða í hálsmáli, sem og mynd af Íslandskorti, þá sé augljóslega vandkvæðum bundið að líma yfir þær merkingar. Allt að einu telji Drífa að merkingar umræddra vara séu ekki villandi fyrir neytendur með neinum hætti, enda afurðin ekki þess eðlis að hún gefi tilefni til þess að ætla að varan sé unnin úr íslensku hráefni, en umræddar vörur séu úr flís- og nælonefni. Að mati Drífu geti sömu viðmið og um ullarvörur ekki átt við, þ.e. að neytandi geti litið svo á að um íslenska ull sé að ræða. Verði einnig að líta til þess að ekki sé um að ræða íslenskt mynstur eða nokkur önnur sérkenni sem gefi til kynna að um íslenska afurð sé að ræða, enda ekki unnar úr hráefni sem sé eðlislíkt innlendu hráefni sem telst hafa séríslenskan uppruna, einkenni eða eiginleika. Vörurnar séu hins vegar vissulega hannaðar á Íslandi og framleiddar fyrir Drífu. Um sé að ræða íslenskt hugvit, hönnun og rekstur sem leiði til þess að í raun sé um íslenskar vörur að ræða, þrátt fyrir að framleiðsla þeirra fari fram erlendis. Allt að einu hljóti sú tenging sem vörurnar hafi við Ísland að réttmæta merkingar þeirra með umræddum hætti.

Af framangreindu leiði að ekki séu um það að ræða að Drífa sé að leyna upplýsingum sem skipti máli við ákvörðun um að eiga viðskipti og hvað þá að um sé að ræða ranga upplýsingagjöf, sbr. ákvæði laga nr. 57/2005. Þá sé og rétt að benda á að engin skylda sé til þess að upprunamerkja fatnað á Íslandi eða á EES svæðinu, en að mati Drífu hljóti það að hafa áhrif við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða.

Að því er varði núverandi merkingar Drífu þá komi nú fram á merkingum á öllum fatnaði félagsins að vörurnar séu hannaðar á Íslandi eða „Designed in Iceland“. Að öðru leyti sé vísað til þeirra sjónarmiða sem rakin séu að framan um eldri merkingar, að breyttu breytanda. Með hliðsjón af framangreindu telji Drífa að merkingar félagsins séu ekki að neinu leyti villandi fyrir neytendur eða feli í sér rangar upplýsingar. Þá sé sérstaklega vísað til þess að Neytendastofa hafi í fyrri samskiptum við félagið talið framangreindar merkingar félagsins fullnægjandi, sbr. ákvörðun í máli nr. 30/2014, þrátt fyrir að þar hafi verið um að ræða ullarvörur félagsins, en Drífa telji ljóst að ríkari kröfur séu gerðar til merkinga á ullarvörum en öðrum vörum, sbr. fyrri umfjöllun.



Í tilefni kvörtunar SI telji Drífa nauðsynlegt að benda á, eins og jafnframt hafi verið gert í erindi Drífu til Neytendastofu, dags. 21. mars 2014, að mörg félög hér á landi, sem láta framleiða vörur sínar erlendis og eftir atvikum úr erlendu hráefni, noti orðið „Ísland“ eða „Iceland“ í merkingum á vöru sinni, eða auðkenna vöru sína með íslenska fánanum eða mynd af korti af Íslandi, án þess að getið sé sérstaklega um uppruna afurðarinnar og/eða framleiðslunnar. Drífa telji nauðsynlegt að Neytendastofa gæti jafnræðis hvað þetta varði.

Með hliðsjón af framangreindu telji Drífa að merkingar félagsins, jafnt eldri sem núverandi merkingar, brjóti hvorki í bága við lög nr. 57/2005 né ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2013. Sem fyrr sé Drífa hins vegar tilbúin að bregðast við kvörtunum sem þessum, umfram skyldu, og hafi því ákveðið að breyta merkingum á umræddum merkingum í „Outlet“ markaði félagsins, með því að líma yfir íslenska fánann á merkimiða og upprunamerkja vörunnar með „Made in China“ eða með öðrum fullnægjandi hætti að mati Neytendastofu. Sérstaklega sé áréttað að Drífa telji að nýjar merkingar félagsins séu í fullu samræmi við fyrirmæli Neytendastofu, sbr. ákvarðanir nr. 18/2013 og 30/2014, og lög nr. 57/2005, Merkingarnar feli ekki í sér rangar eða blekkjandi auglýsingar, sbr. 5. gr., b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 og því sé ekki fyrir að fara ólögætum viðskiptaháttum af hálfu Drífu.

2.

Bréf Drífu var sent SI til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 25. september 2015. Svar SI barst með bréfi SI, dags. 7. október 2015.

Í bréfi SI kemur fram að samtökin hafni því að það skipti nokkru máli hvar vörunnar sem kvörtunin lýtur að séu seldar. Engan greinarmun sé að finna í lögum nr. 57/2005 á því hvar mögulegt brot á lögnum fer fram. Á markaði séu enn seldar vörur undir vörumerkinu Icewear og af Drífu þar sem uppruna þeirra sé ekki getið og enn fremur gefi merkingarnar ranglega til kynna að um íslenskar vörur sé að ræða. Skipti þá engu máli hvort vörunnar séu seldar í „Outlet“ verslun eða annars konar verslun. Jafnframt telji SI það ekki skipta máli í því samhengi hvort Neytendastofa hafi á fyrri stigum innkallað þær vörur sem Drífa hafi merkt með ólögætum og villandi hætti. Það að vörunnar hafi ekki verið innkallaðar leiði ekki til þess að Drífa þurfi ekki að hafa markaðssetningu vara sinna í samræmi við lög.

Drífa virðist í erindi sínu telja að sú staðreynd að þar sem þær vörur sem kvörtun SI lúti að hafi ekki verið ullarvörur, heldur m.a. flís- og nælonvörur, þá sé merking þeirra ekki villandi enda „*afurðin ekki þess eðlis að hún gefi tilefni til þess að ætla að varan sé unnin úr íslensku hráefni*“. Þessu mótmæla SI. Sú háttsemi Drífu að merkja vörur sínar með íslenskum fána, án þess að tilgreina jafnframt framleiðsluland vörunnar, og gefa þannig til kynna að um íslenska framleiðslu sé að ræða, þrátt fyrir að varan sé ekki framleidd hérlendis né heldur úr íslensku hráefni, sé í andstöðu við ákvæði laga nr. 57/2005. Þó að neytendum dyljist það ekki að efni á borð við flís og nælon séu ekki upprunnin á Íslandi, þá geti framleiðsla á vörum úr slíkum efnum átt sér stað á Íslandi. Væri það einfaldlega í andstöðu við ákvæði laga nr. 57/2005 að



komast að þeirri niðurstöðu að ekki væri um villandi markaðssetningu að ræða þegar vara sé framleidd erlendis úr erlendur hráefni en markaðssett sem íslensk af þeirri ástæðu einni að hráefnið sem notað sé til framleiðslunnar sé ekki eðlislíkt innlendu hráefni. Bæði lögin og fyrri ákvarðanir Neytendastofu geri beinlínis ráð fyrir því að slík markaðssetning sé ólögmat.

Í svarbréfi Drífu sé sérstaklega áréttað að allar nýjar vörur félagsins hafi merkinguna „Designed in Iceland“ á þvottamiða auk þess sem að á merkimiða komi fram vörumerki félagsins í stað íslenska fánans. SI fagni þessu en telji sig þó knúin til þess að gera athugasemdir við þá fullyrðingu að allar nýjar vörur félagsins séu merktar sem „Designed in Iceland“ á þvottamiða. Á fylgiskjöllum megi sjá myndir af þvottamiða og merkimiða á nýrri vöru frá Drífu en á þvottamiða sé ekki að finna merkinguna „Designed in Iceland“ né heldur aðra tilvísun til uppruna vörunnar.

Með vísan til framangreinds og áður framkominna sjónarmiða SI sé þess krafist að Neytendastofa beiti heimildum sínum í IX kafla laga nr. 57/2005 vegna síendurtekinnna brota Drífu á lögnum með villandi merkingum á vörum sínum. Sú ákvörðun Drífu, eftir að kvörtun SI barst Neytendastofu, að breyta merkingum sínum í Outlet markaði breyti því ekki að merkingar Drífu hafa um árabíl verið villandi, með tilheyrandi tjóni fyrir neytendur og markaðinn í heild.

3.

Svarbréf SI var sent Drífu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 15. október 2015. Svar Drífu barst með bréfi, dags. 23. október 2015.

Með ákvörðun Neytendastofu í máli nr. 18/2013 hafi eldri vörur félagsins, þ.e. þær vörur sem þegar hafi verið komnar í dreifingu, ekki innkallaðar, líkt og komi skýrt fram í ákvörðunarorðum, heldur hafi verið gripið til vægari úrræða, þ.e. banns við tiltekinni notkun. Að mati Drífu sé eðlismunur á því hvort vörur hafi verið innkallaðar eða ekki, enda innköllun talsvert meira íþyngjandi, sem og leggi aðrar og meiri skyldur á félagið en hér um ræði. Sé sérstaklega áréttað að í öllu hafi verið farið að tilmælum Neytendastofu sem fram hafi komið í þeirri ákvörðun, sbr. og jafnframt ákvörðun í máli nr. 30/2014, sbr. umfjöllun í fyrra erindi Drífu.

Drífa leggi mikla áherslu á að merkingar félagsins séu í samræmi við lög, reglur og ákvarðanir Neytendastofu. Hafi því að eigin frumkvæði Drífu, verið breytt merkingum á öllum vörum Drífu, ekki einungis þeim sem ákvörðun nr. 18/2013 hafi snúið að, og þeim tilmælum beint til framleiðenda að merkingin „Designed in Iceland“ ætti framvegis að koma fram á þvottamiða. Slík merking hafi verið meðfylgjandi í fylgiskjali fyrra erindis Drífu. Ekki hafi þó verið ráðist í það að yfirfara þvottaleiðbeiningar á eldri vörum félagsins og þar sem breytingin laut þannig að síðari framleiðslu er ekki loku fyrir það skotið að einstaka vörur í verslunum Drífu kunni að skorta framangreinda merkingu. Neytendastofa hafi verið upplýst um framangreint og hafi málinu lokið í kjölfarið af hálfu Neytendastofu án aðgerða. Hafi



Drífa því mátt ætla að þær aðgerðir sem gripið hafi verið til í kjölfar ákvörðunar nr. 18/2013 hafi reynst fullnægjandi að mati Neytendastofu.

Auk framangreinds sé sérstaklega bent á að umrædd kvörtun lúti ekki að þeim merkingum sem ákvörðun nr. 18/2013 tók til, þ.e. að ullarvörur væru merktar með merkimiða sem hafi borið tilvísun í heimasíðu fyrirtækisins, mynd af íslenska fánanum og upplýsingum um Drífu án þess að upplýsingar um uppruna vörunnar kæmu skýrt fram. Að mati Drífu geti því ekki verið um ítrekun eða áframhaldandi brot að ræða, líkt og haldið sé fram í athugasemdum SI. Telji Drífa samkvæmt framansögðu ekki tilefni til beitingar heimilda IX. kafla laga nr. 57/2005 en jafnframt að slík beiting, ef til hennar kæmi, væri andstæð lögum og meðalhófsreglu stjórnsluréttarins. Að mati Drífu leiði af eðli máls að ríkari kröfur séu gerðar til merkinga á ullarvörum en öðrum vörum með hliðsjón af eðli þeirra og tengingu við Ísland, enda ekki fyrir sömu ruglingshættunni að fara sömu ruglingshættunni um uppruna hráefnisins fyrir neytendur á ullarvörum og öðrum vörum, s.s. flísefni eða nælon. Sé fullyrðingum SI um annað því alfarið vísað á bug.

Í athugasemdum SI komi fram það sjónarmið að aðeins geti verið um íslenska vöru að ræða ef öll framleiðsla vörunnar fari fram hér á landi. Framangreindar fullyrðingar séu ekki rökstuddar frekar en að mati Drífu eigi þær hvorki stoð í lögum nr. 57/2005, líkt og fullyrt sé, né í fyrri ákvörðunum Neytendastofu. Þannig geti allt eins verið um íslenska vöru að ræða þegar hönnunin og vöruþróunin fari fram hér á landi, á vegum íslensks fyrirtækis og undir íslensku vörumerki.

Eins og að framan greini þá hafi ekki verið farið yfir þvottaleiðbeiningar á eldri vörum félagsins. Allar nýjar vörur félagsins, þ.e. eftir tilmæli til framleiðanda um breyttar þvottaleiðbeiningar á árinu 2013, séu hins vegar merktar með framangreindum hætti. Að því er þá vöru snertir sem SI vísi til sem „Ný ullarvara frá Drífu“ þá leiðréttist það hér með að ekki sé um að ræða „nýja vöru“ frá Drífu. Umrædd vara sé úr vörulínunni „Papey“ sem hafi verið í sölu frá árinu 2010, en vörur úr þeirri vörulínu sem framleiddar hafi verið eftir framangreind tilmæli, sem og aðrar vörur Drífu, séu hins vegar með merkingunni „Designed in Iceland“ eins og skýrlega megi ráða af fylgiskjali, þar sem um sé að ræða sömu húfu en úr nýrri sendingu.

Að mati Drífu breyti svarbréf SI í engu fyrri sjónarmiðum Drífu, sem og því mati Drífu að merkingar félagsins séu í fullu samræmi við fyrirmæli Neytendastofu, sbr. ákvarðanir nr. 18/2013 og 30/2014 og lög nr. 57/2005. Merkingarnar feli þannig ekki í sér rangar eða blekkjandi upplýsingar, sbr. 5. gr., b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 og því sé ekki fyrir að fara ólögætum viðskiptaháttum af hálfu Drífu. Telji Neytendastofa að eldri merkingar félagsins brjóti í bága við lög nr. 57/2005 verði að mati Drífu að líta til þess að félagið hafi lagt sig fram við að bregðast tilmælum Neytendastofu og kvörtunum þessum, umfram skyldu.



III. Niðurstaða

1.

Í máli þessu kemur til álita notkun Drífu ehf. á merki með landfræðilegum útlínum Íslands og íslenska fánanum á flís- og nælon fatnaði sem markaðssettur er af fyrirtækinu. Samtök iðnaðarins (SI) halda því fram að merkingarnar séu villandi þar sem þær gefi til kynna að vörurnar séu íslenskar þrátt fyrir að þær séu framleiddar erlendis úr erlendum hráefnum. Drífa hefur bent á að fyrirtækið sé íslenskt og hönnun varanna sé íslensk. Viðeigandi ráðstafanir hafi verið gerðar varðandi framtíðarframleiðslu fyrirtækisins til samræmis við fyrri ákvarðanir Neytendastofu og umræddar vörur séu seldar í Outlet verslunum fyrirtækisins. Ekki sé um ulla vörur að ræða og skipti það máli við mat á því hvort um villandi markaðssetningu sé að ræða.

2.

Í lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, 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.

Ákvæði 1. mgr. 8. gr. laganna sem er í III. kafla þeirra 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, 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., sem einnig er í III. kafla, 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 a.–g. lið málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Þar segir að átt sé við rangar upplýsingar um :

„a. eðli vöru eða þjónustu og hvort varan sé til eða þjónustan fyrir hendi,



- b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar,
- c. þjónustu við viðskiptavinum, meðferð kvartana, dagsetningu framleiðslu eða aðferð við framleiðslu,
- 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,
- e. þörf fyrir þjónustu, varahluti, skipti á hlutum og viðgerðir,
- f. réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður söluaðila eða fulltrúa hans, stöðu hans á markaði, skyldur, vörumerki og önnur hugverkaréttindi,
- g. lögbundin réttindi neytenda.“

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 meggi þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr. 9. gr. laganna.

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 skv. ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Með ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2013 var talið að Drífa hefði brotið gegn 5. gr., b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 með merkingum sem gæfu til kynna að ullarvörur sem fyrirtækið selur væru íslenskar og framleiddar úr íslenskri afurð. Var Drífa bönnuð notkun merkinganna án þess að uppruni vörunnar kæmi skýrlega fram. Tekið var fram í ákvörðunarorðum að í banninu fælist ekki innköllun þegar dreifðra vara.

Með ákvörðun nr. 30/2014 var Drífa sektuð vegna notkunar á eldri gerð merkimiða á nýjar ullarvörur NORWEAR. Var Drífa því sektuð fyrir brot gegn ákvörðun 18/2013.



3.

Markaðssetning sú sem hér um ræðir er annars vegar á flís- og nælon fatnaði Drífu og hins vegar á ullarfatnaði Drífu. Vörurnar sem um ræðir eru úr eldri vörulínunum Drífu, þ.e. frá því áður en ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2013 var tekin. Af gögnum málsins er ljóst að fatnaðurinn er ýmist merktur með íslenskum fána eða merki með landfræðilegum útlínunum Íslands.

Að því er varðar markaðssetningu á ullarvörum Drífu með eldri merkingum í svokallaðri „Outlet“ verslun þá bendir Neytendastofa á að í ákvörðunarorðum í ákvörðun Neytendastofu nr. 18/2013 kom fram að í banninu felist ekki innköllun þegar dreifðra vara. Þar sem umræddar vörur eru ullarvörur úr eldri vörulínu sem þegar hafði verið markaðssett þann 14. ágúst 2013 verður ekki gripið til frekari aðgerða vegna þeirra.

Að því er varðar merkingar á þeim flís- og nælon vörum sem hér koma við sögu þá telur Neytendastofa sömu sjónarmið eiga við um þær vörur eins og ullarvörur þær sem til álita komu í máli sem leiddi til ákvörðunar stofnunarinnar nr. 18/2013. Þannig gefa merkingar á vörunum, annars vegar Íslenski fáninn og hins vegar landfræðilegar útlínur Íslands, tilefni til að ætla að vörurnar séu framleiddar á Íslandi eða hafi a.m.k. ríkari tengsl við landið heldur en að vörurnar séu seldar hér á landi af íslensku fyrirtæki. Í þeim tilvikum sem ekki eru veittar nánari upplýsingar um uppruna vörunnar samhliða íslenskum fána eða landfræðilegum útlínunum Íslands er því um að ræða brot gegn b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005.

Við ákvörðun í málinu verður ekki framhjá því litið að eftir ákvarðanir Neytendastofu nr. 18/2013 og nr. 30/2014 hóf Drífa að merkja allar vörur sínar með merkingunni „*Designed in Iceland*“. Neytendastofa telur merkingar þar sem þeim upplýsingum hefur verið bætt við ekki vera til þess fallnar að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda eða veita neytendum villandi upplýsingar um helstu einkenni vörunnar enda eru þeim veittar skýrar upplýsingar um það hver tengsl vörunnar eru við landið. Í þeim tilvikum er því ekki um að ræða brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Neytendastofa telur ekki ástæðu til að grípa til þyngri úrræða vegna merkinga á flís- og nælonvörum Drífu heldur en gert var við ullarvörur með ákvörðun stofnunarinnar nr. 18/2013. Því telur stofnunin ekki tilefni til innköllunar á þegar dreifðum vörum með hinum villandi merkingum.

Að teknu tilliti til alls ofangreinds og í ljósi þess að Drífa hefur nú þegar gert breytingar á merkingum sínum á nýjum vörum telur Neytendastofa ekki ástæðu til að grípa til aðgerða eða annarra þyngjandi úrræða í málinu.



IV.

Ákvörðunarorð:

Ekki er ástæða til aðgerða Neytendastofu í máli þessu.

Neytendastofa, 29. mars 2016

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir