



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 53/2023

Auglýsingar GS Búllunnar á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til GS Verslana ehf. (hér eftir GS Búllan), rekstraraðila GS Búllunnar, dags. 22. ágúst 2023, gerði stofnunin grein fyrir ábendingum sem höfðu borist stofnuninni í tengslum við auglýsingar félagsins á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær. Í bréfinu var tekið fram að um hafi verið að ræða ýmsar auglýsingar þar sem slíkar vörur væru auglýstar beint, t.a.m. ákveðin vörumerki og ákveðnar vörur, bæði með myndum og myndböndum. Þá hafi stofnuninni jafnframt verið bent á dósir sem finna mætti utan á verslunum félagsins.

Vísaði stofnunin til þess að ákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur, kæmi til skoðunar við mat á því hvort háttsemin fæli í sér brot, og gerði grein fyrir inntaki ákvæðisins. Vísaði stofnunin til þess að á grundvelli ákvæðisins sé söluaðilum óheimilt að birta auglýsingar á einstaka vörumerkjum og ákveðnum vörum á samfélagsmiðlum sínum, óháð birtingarmynd þeirra, séu þær birtar til að auka sölu þeirra. Benti stofnunin jafnframt á að feli auglýsingar í sér vörur án nikótíns hjá verslunum sem selji að langstærstum hluta nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær, leggi stofnunin mat á það hversu augljóst það sé fyrir neytandann að sjá með skýrum hætti að svo sé m.v. uppsetningu viðkomandi auglýsingar. Neytendastofa telji því að ákvæði 1. mgr. 11. gr. laganna komi til skoðunar við mat á því hvort auglýsingar félagsins á samfélagsmiðlum hafi falið í sér brot.

Þá vísaði stofnunin jafnframt til 5. gr. og 1. mgr. 13. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Óskaði stofnunin eftir skýringum eða athugasemdum félagsins við erindið.

2.

Svar barst stofnuninni frá GS Búllunni með tölvupósti, mótt. 5. september 2023, þar sem gerð var grein fyrir athugasemdum félagsins.



Tók félagið fram að það hafi mögulega ekki kynnt sér nægilega vel hvernig megi og megi ekki auglýsa nikótínvörur og að félagið gæti þ.a.l. skarast á við þær reglur. Félagið hafi í gegnum árin séð að sambærilegar verslanir hafi verið að auglýsa á samfélagsmiðlum, eins og t.d. Facebook, Instagram og TikTok, nikótínvörur bæði með myndum og myndskleiðum, og þar af leiðandi mögulega ekki kynnt sér þær reglugerðir nægilega vel.

Að þeirra vitund sé félagið að auglýsa í gegnum erlenda samfélagsmiðla (Meta) og félagið haldið að það væri ekki að skarast á við nein lög.

Dósirnar sem séu framan á verslunum félagsins séu án nikótíns og það standi stórum stöfum á dósunum. Verslunin selji mikið af nikótínlausum vörum því verslunin sé með sérstakan kúnnahóp sem sé að reyna að minnka eða hætta alfarið neyslu nikótíns. Þegar félagið hafi tekið upp á því að setja nikótínlausar dósir framan á verslun sína hafi það fengið marga viðskiptavini inn til sín sem hefðu ekki hugmynd um að slíkar vörur væru í boði eða hafi verið að leita af því hvar þeir gætu keypt púða án nikótíns, enda bjóði ekki margir sölustaðir upp á púða án nikótíns. Félagið telji sig hafa stærsta úrval nikótínlausra púða á landinu þó það sé ekki staðfest. Félagið sé með dósina framan á verslun sinni til að fólk viti að hjá þeim seljist púðar án nikótíns.

3.

Í kjölfar framangreinds svars GS Búllunnar sendi Neytendastofa bréf til félagsins, dags. 13. október 2023, þar sem stofnunin gerði nánar grein fyrir erindi sínu út frá áðurgreindu svari félagsins.

Vísaði stofnunin til þess að afstaða stofnunarinnar til notkunar á nikótínlausum vörum, sem framleiddar séu af framleiðendum nikótínvara og í sambærilegum umbúðum og vörur sem séu með nikótíni, í auglýsingum hafi þegar komið fram. Myndu slíkar auglýsingar ekki falla innan auglýsingabanns 11. gr. laga nr. 87/2018, myndi það að mati stofnunarinnar leiða til þess að auðvelt væri fyrir seljendur að komast fram hjá banni við auglýsingu á nikótínvörum. Sé litið til skilgreiningar á hugtakinu „*auglýsing*“ sé sérstaklega tekið fram að ætlunin sé að ná bæði yfir þær aðstæður þegar vörur og vörumerki er komið á framfæri við almenning, sbr. 1. tölul. 3. gr. laganna.

Framangreindu til viðbótar telji stofnunin koma til greina að meta hvort sérstakar kynningar á vefsíðu félagsins, gsbullan.is, gangi lengra en nauðsyn krefji til að kynna vöruúrval félagsins. Það komi því til álita hvort fyrirtækið megi birta hvetjandi lýsingar um ágæti nikótínvara, rafretta eða áfyllingar fyrir þær, hvort sem það sé á heimasíðu félagsins eða á öðrum miðlum. Benti stofnunin jafnframt á að í máli þessu sé um að ræða ávanabindandi vörur sem kunna að skaða heilsu manna og kunni þ.a.l. að gilda önnur sjónarmið um vefsölu á þeim en öðrum vörum. Rétt þyki að taka fram að stofnunin setji sig ekki almennt á móti því að söluaðilar hýsi vefsölu fyrir nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær, en telji hins vegar að hugsanlega þurfi að gæta varúðar við framsetningu upplýsinga á slíkum



síðum. Það komi því til álita hvort slíkar upplýsingar kunni að fela í sér auglýsingu sem fari í bága við ákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 57/2018.

Þá sé það jafnframt til athugunar hvort að hlekkur sem leiðir beint á ákveðna vöru á sölusíðu félagsins, sem fylgir með markaðsefni félagsins á Facebook og Instagram, feli jafnframt í sér brot gegn téðum reglum, enda spurning hvort félagið sé í rauninni að vísa neytendum beint á vöruna með hvetjandi lýsingu í formi verðlækkunar og tilvísunum til vinsælda umræddra vara. Þá telji stofnunin einnig mikilvægt að líta til þess að þó að ekki hafi verið fjallað beint um þessa tilteknu vöru í umræddum auglýsingum, þá kunni auglýsingin að fela í sér brot sé hlekkur sem leiðir beint á viðkomandi vöru aðgengilegur í sömu færslu.

Hvað varði athugasemdir félagsins í tengslum við auglýsingar á erlendum miðlum, þ. á m. Meta, bendi Neytendastofa á að stofnunin hafi eftirlit með athöfnum (þ. á m. auglýsingum) sem er ætlað að hafa áhrif hér á landi. Auglýsingar fyrir verslun sem er staðsett á Íslandi, er á íslensku og beint að íslenskum neytendum hefur óumdeild áhrif hér á landi að mati stofnunarinnar og falla þ.a.l. undir eftirlit stofnunarinnar. Hvort viðkomandi miðill sé hýstur erlendis breyti engu þar um.

Óskaði stofnunin eftir athugasemdum félagsins.

Engar frekari athugasemdir bárust Neytendastofu vegna málsins og var gagnaöflun lýst lokið með bréfi stofnunarinnar til GS Búllunnar, dags. 21. nóvember 2023, og málið í framhaldinu tekið til ákvörðunar.

II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta lýtur að auglýsingum á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær hjá GS Verslunum ehf., rekstraraðila GS Búllunnar. Er nánar tiltekið um að ræða auglýsingar félagsins á samfélagsmiðlum, vefsíðu sinni gsbullan.is og dósir framan á verslunum þess. Vísaði stofnunin m.a. til þess að dósir framan á verslun félagsins kynnu að fela í sér brot gegn bannákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær, óháð því hvort þær væru með nikótíni eða án. Þá vísaði stofnunin jafnframt til þess að kynningar á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær á sölusíðum seljenda mættu ekki ganga lengra en nauðsyn krefji til að kynna vöruna sjálfa. Þessu til viðbótar kæmi til greina að meta hvort tilvísanir í formi hlekkja í Facebook síðu félagsins kunni að fela í sér beina hvatningu til kaupa á ákveðnum vörum, t.a.m. með tilvísunum til vinsælda þeirra eða kynninga á verðlækkunum.



Taldi stofnunin að framangreind háttsemi kynni að fela í sér brot gegn 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur og 1. mgr. 13. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í svörum félagsins var m.a. tekið fram að aðrar verslanir hefðu stundað sambærilega viðskiptahætti og að félagið hafi mögulega ekki kynnt sér regluverkið nægilega vel. Þá vísaði félagið til þess að það hafi haldið að samfélagsmiðillinn (Meta) væri erlendur og að markaðsetning á miðlinum skaraðist þ.a.l. ekki við íslensk lög. Þá vísaði félagið til þess að dósir sem væru framan á verslun þess væru nikótín frjár og að það standi stórum stöfum á dósunum. Félagið sé með stóran hóp viðskiptavina sem kjósi slíkar vörur. Hafi þeim þótt tilefni til að kynna þær vörur sínar þar sem margir hafi leitað til þeirra í leit að slíkum vörum.

2.

Í lögum nr. 87/2018, um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur, er að finna ákvæði sem fjalla um heimildir fyrirtækja til að auglýsa nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær. Í 1. mgr. 11. gr. laganna er sérstaklega fjallað um bann við hverskonar auglýsingum á nikótínvörum. Er ákvæðið svohljóðandi:

„Hvers konar auglýsingar á nikótínvörum, rafrettum eða áfyllingum fyrir þær eru bannaðar. Þá er bannað að sýna neyslu eða hvers konar meðferð nikótínvara, rafrettna eða áfyllinga í auglýsingum. Neytendastofa fer með eftirlit með banni við auglýsingum á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær. Um málsmeðferð Neytendastofu, úrræði og viðurlög vegna brota gegn grein þessari og um kærurétt til áfrýjunarnefndar neytendamála fer samkvæmt ákvæðum laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.“

Samkvæmt ákvæðinu er fyrirtækjum óheimilt að birta hvers kyns auglýsingar á nikótínvörum. Þá er jafnframt að finna bann við að sýna neyslu eða hvers konar meðferð nikótínvara í auglýsingum.

Í 1. tölul. 3. gr. laganna er að finna skilgreiningu á hugtakinu „auglýsing“ sem er svohljóðandi:

„Þegar vöru eða vörumerki er komið á framfæri við almenning í því skyni að auka sölu vörunnar, m.a. með vörukynningum á hvaða formi sem er, útstillingum í verslunum eða annars staðar, umfjöllun í fjölmiðlum, vefmiðlum eða samfélagsmiðlum eða dreifingu vörusýna til neytenda.“

Þá er í 3. tölul. 3. gr. laganna að finna skilgreiningu á hugtakinu „nikótínvara“ sem er svohljóðandi:



„Vara sem inniheldur nikótín, hvort sem nikótínið er unnið úr tóbaki eða ekki, og varan inniheldur að öðru leyti ekki efni sem unnin eru úr tóbaki, t.d. nikótínþúði, en er ekki til innöndunar.“

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

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

Í 1. mgr. 13. gr. laga nr. 57/2005 segir:

„Óheimilt er að hafast nokkuð það að sem brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi eins og þeir eru tíðkaðir eða eitthvað það sem óhæfilegt er gagnvart hagsmunum neytenda.“

Ákvæði 1. mgr. 13. gr. er matskennt og samkvæmt umfjöllun um ákvæðið í greinargerð með frumvarpi til laganna er það háð mati Neytendastofu eða dómstóla hverju sinni að meta hvort viðskiptahættir samræmist góðum viðskiptaháttum á hverjum tíma. Við það mat hefur stofnunin m.a. litið til sjónarmiða annarra laga sem eiga við um starfsemina, þar sem það á við.

3.

Mun Neytendastofa leggja mat á það hvort GS Verslanir ehf., rekstraraðili sérvöruverslana með nikótínvörur undir heitinu GS Búllan, hafi brotið gegn auglýsingabanni 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, ásamt ákvæðum laga nr. 57/2005, með ólögum auglýsingum á nikótínvörum, rafretum og áfyllingum fyrir þær. Hvað varðar auglýsingar á samfélagsmiðlum er um að ræða umfjallanir sem felast ýmist í því að auglýsa ákveðna vöru sérstaklega eða að vísa neytendum á hlekk sem leiðir á vefsíðu félagsins, gsbullan.is, eða á ákveðna vöru eða vöruflokk, ásamt því að tilgreina sérstaklega að um sé að ræða eina af vinsælustu vörum félagsins og/eða að tilgreina að um verðlækkun sé að ræða. Utan á verslun félagsins er jafnframt að finna stórar myndir af dósnum utan um þúða sem innihalda ekki nikótín. Þessu til viðbótar þótti Neytendastofu rétt að athuga hvort kynningar á einstaka vörum á vefsíðu félagsins fælu í sér brot gegn téðum ákvæðum þar sem þær hafi falið í sér auglýsingar á vörunum sem kynnu að ganga lengra en hlutlaus kynning á vöruúrvali félagsins.

Í svari félagsins kom m.a. fram að félagið hafi talið að auglýsingar væru ekki að skarast á við nein lög þar sem þær hafi verið birtar á samfélagsmiðlum sem væru erlendir. Þykir stofnuninni rétt að taka fram að auglýsingar sem eru birtar á samfélagsmiðlum sem kunna að vera hýstir



erlendis, t.a.m. Facebook og Instagram, falla undir eftirlit stofnunarinnar sé um að ræða markaðsefni sem er beint að íslenskum neytendum og er ætlað að hafa áhrif hér á landi, sbr. 1. mgr. 2. gr. laga nr. 57/2005. Auglýsingar GS Búllunnar sem eru hér til umræðu falla allar undir það skilyrði laganna, enda um að ræða íslenska verslun sem miðar markaðsefni sitt að íslenskum neytendum.

Í ákveðnum auglýsingum á samfélagsmiðlum félagsins voru nikótínvörur kynntar beint með mynd af viðkomandi vöru, t.a.m. myndir af umbúðum nikótínþúða þar sem framleiðandi, vöruheiti og styrkur vörunnar sést greinilega eða mynd af einnota rafrettum þar sem framleiðandi, vöruheiti, vökvamagn og styrkleiki sést greinilega. Mátti jafnframt finna auglýsingar á áfyllingum fyrir rafrettur þar sem tilgreindur var framleiðandi, vörutegund og styrkleiki þeirra. Í öllum framangreindum auglýsingum er að mati stofnunarinnar engum vafa undirorpið að um sé að ræða kynningu á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær, enda um að ræða beinar auglýsingar á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær á samfélagsmiðlum félagsins. Í ákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018 kemur skýrt fram að „[h]verskonar auglýsingar á nikótínvörum, rafrettum eða áfyllingar fyrir þær eru bannaðar.“ Það sama á við um færslur félagsins á samfélagsmiðlum þess þar sem beinn hlekkur á ákveðnar vörur eða vörflokka eru birtar, enda má þar bæði sjá mynd af vörunni, heiti, magn, styrkleika þeirra o.fl. Með því að birta myndir af nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær hefur GS Búllinn að mati stofnunarinnar því brotið gegn 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018.

Þá mátti finna bæði myndir og myndskleið á samfélagsmiðlum félagsins þar sem vörumerki nikótínvöru var sérstaklega tilgreint í lýsingu með myndbandinu. Var m.a. um að ræða kynningu á 15% verðlækkun á vörum seldum undir því vörumerki. Í þeirri sömu auglýsingu mátti jafnframt greina fjölda dósa fyrir nikótínþúða í kæli á bak við starfsmann. Að mati stofnunarinnar fellur það jafnframt undir skilgreiningu á hugtakinu *auglýsing* í 1. tölul. 3. gr. laga nr. 87/2018 að tilgreina vörumerki nikótínvöru í texta, hvort sem það fylgi með öðru markaðsefni eða standi eitt og sér sem auglýsing. Því til viðbótar telur stofnunin ekki heimilt að sýna dósir fyrir nikótínþúða í auglýsingum, óháð því hvort þær séu í bakgrunni eða forgrunni. Er félagið því með þessum viðskiptaháttum sínum að auglýsa nikótínvörur þvert á bann 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, enda ljóst að félagið sé að koma vörumerki á framfæri við almenning til að auka sölu vörunnar, sbr. 1. tölulíðar 3. gr. laganna.

Í myndskleiðum mátti jafnframt finna hlekki sem vísuðu beint á vefsvæði félagsins eða ákveðnar vörur eða vörflokka. Að mati stofnunarinnar er ekkert því til fyrirstöðu að félagið birti einfalda hlekki sem leiða á upphafsíðu vefsíðunnar. Það telst hins vegar vera auglýsing þegar birtur er hlekkur á öðrum miðli, s.s. samfélagsmiðli, sem vísar á ákveðna vöru og/eða vörflokk níkótínvara, rafretta eða áfyllingar fyrir þær, þrátt fyrir að heimilt sé að selja þær á vefsíðunni sjálfri. Á þetta ekki síst við þegar vörur eru kynntar á lækkuðu verði eða vinsældir og gæði þeirra sérstaklega tekið fram, enda getur tilgangur þess einungis verið að auka sölu á umræddum vörum. Í myndskleiðunum sjálfum eða texta með þeim var jafnframt sérstaklega tilkynnt um ákveðin afsláttarkjör og tekið fram að um eina af þeirra vinsælustu vörum væri



að ræða. Umræddar auglýsingar fálu þ.a.l. í sér auglýsingu á nikótínvörum, rafrettum og áfyllingum fyrir þær. Að mati stofnunarinnar hefur félagið því brotið gegn ákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018 með því að birta hlekkir á einstaka vörur og/eða vörumerki með auglýsingum á samfélagsmiðlum.

Hvað varðar dósir utan á verslun GS Búllunnar vísar félagið í svörum sínum til þess að um vörur án nikótíns sé að ræða. Neytendur séu í auknum mæli að leita til þeirra með það í huga að versla slíkar vörur. Félagið telji sig, þó það sé ekki staðfest, vera með stærsta úrval nikótínlausra púða á landinu. Að mati stofnunarinnar ber að gæta varúðar við auglýsingar á nikótínlausum púðum til neytenda, sér í lagi þegar seljandi er að mestu leyti sérvöruverslun fyrir nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær. Þó Neytendastofa geri ekki athugasemdir við að félagið bjóði upp á og kynni slíkar vörur fyrir þá sem kjósa að hætta neyslu nikótíns þarf þó að gæta að því að slíkar auglýsingar feli ekki jafnframt í sér auglýsingar á nikótínvörum, rafrettum eða áfyllingum fyrir þær. Framan á verslun GS Búllunnar má greina tvær ólíkar dósir frá sama framleiðanda. Aðrar vörur frá þeim framleiðanda sem innihalda nikótín eru í umbúðum sem svipa að nær öllu leyti til þeirra umbúða sem auglýstar eru framan á versluninni. Þá eru merkingar þær sem sýna að umræddar vörur séu án nikótíns smáar og nær ólæsilegar þegar horft er á verslunina frá sjónarhorni vegfarenda nema staðið sé nokkuð nálægt versluninni. Það er því ekki ljóst af auglýsingunni, fyrr en upp að henni er komið, hvort um sé að ræða vöru með eða án nikótíns. Telur stofnunin að fyrirtæki geti ekki komið sér undan gildissviði bannákvæðis laganna með auglýsingum á nikótínlausum vörum sem erfitt er að aðgreina frá þeim vörum sem innihalda nikótín, sér í lagi þegar framleiðandi vörunnar framleiðir vörur undir sama vörumerki með nikótíni og í sambærilegum umbúðum. Væri það heimilt færi það gegn því markmiði sem bannákvæði laganna er ætlað að ná. Umræddar auglýsingar GS Búllunnar framan á verslun félagsins eru því í andstöðu við bann 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018 við hvers konar auglýsingum á nikótínvörum.

Í lýsingum fyrir fjölda nikótínvara, rafretta og áfyllingar fyrir þær má á ýmsum stöðum finna upplýsingar sem tíunda ágæti viðkomandi vöru og/eða eiginleika hennar eins og bragð. Í þeim umfjöllunum er t.d. stuðst við lýsingarorð á borð við „ferskt“, „bragðgóðar“, „kröftugar“, „bragðast vel“, „ein af okkar vinsælustu vörum“, „sparaðu þér núna“ o.s.frv. Þá eru jafnframt að finna lýsingar á ensku við ákveðnar vörur, t.a.m. „perfect balance“, „limited edition“, „explosion of flavour“, „luscious“ o.s.frv. Jafnframt eru við ákveðnar vörur langar lýsingar á eiginleikum eins og bragðupplifun og yfurburði ákveðinna eiginleika vörunnar. Að mati stofnunarinnar er upplýsingum um einkenni og bragð ofaukið með lýsingum sem innihalda eins jákvætt hlaðin lýsingorð og hér um ræðir, til viðbótar við hlutlausar upplýsingar um heiti bragðs eða eiginleika vörunnar, til þess fallnar og settar fram með það að markmiði að auka sölu vörunnar og gera hana meira aðlaðandi fyrir neytendur og því um að ræða brot gegn bannákvæði 1. mgr. 11. gr. laganna. Telur stofnunin það ganga lengra en hlutlaus og einföld kynning á eiginleikum vöru og/eða vörumerkis og einungis til þess fallið að ýta undir að neytendur versli umrædda vöru. Setur stofnunin sig almennt ekki upp á móti birtingu hlutlausra upplýsinga um vöruúrval nikótínvöru, rafrettur og áfyllingar fyrir þær á vefsíðu



sérvöruverslana sem skylt er að veita á grundvelli annara laga. Á þeim grundvelli telur stofnunin að á vefsíðu félagsins, gsbullan.is, sé ítrekað brotið gegn bannákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018 í lýsingum fyrir nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær.

Með hliðsjón af framsetningu framangreindra auglýsinga telur stofnunin jafnframt að félagið sé með birtingu þeirra að viðhafa viðskiptahætti sem eru óhæfilegir gagnvart neytendum, enda um að ræða auglýsingar á vörum sem eru ávanabindandi, hafa áhrif á heilsu notenda og er þar að auki bannað að auglýsa þær lögum samkvæmt. Hefur félagið því með áðurgreindum viðskiptaháttum jafnframt brotið gegn 1. mgr. 13. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005.

Með hliðsjón af viðskiptaháttum félagsins og með vísan til meðalhófsreglu 12. gr. stjórnisýslulaga nr. 37/1993 telur stofnunin því ekki tilefni til að grípa til sektarúrræðis að svo stöddu.

Telur Neytendastofa rétt, með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 sbr. 3. másl. 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, að banna GS Verslunum ehf. að viðhafa framangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar. Félaginu er veittur frestur í fjórar vikur frá dagsetningu ákvörðunarinnar til að fjarlægja markaðsefni sem ákvörðun þessi lýtur að. Að þeim tíma liðnum má búast við að teknar verði ákvarðanir um sektir.

III.

Ákvörðunarorð:

„GS Verslanir ehf., Njarðarnesi 1, 603 Akureyri, hefur með því að auglýsa nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær í auglýsingum á samfélagsmiðlum félagsins brotið gegn ákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur, og 1. mgr. 13. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

GS Verslanir ehf. hefur með því að auglýsa nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir þær í lýsingum með vörum á vefsíðu sinni, gsbullan.is, brotið gegn ákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur, og 1. mgr. 13. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

GS Verslanir ehf. hefur með því að auglýsa nikótínvörur framan á verslun sinni brotið gegn ákvæði 1. mgr. 11. gr. laga nr. 87/2018, um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur, og 1. mgr. 13. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.



Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Neytendastofa GS Verslunum ehf. að viðhafa framangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar og skal félagið innan fjögurra vikna fjarlægja markaðsefni sem ákvörðun þessi lýtur að. Verði það ekki gert innan tilskilins frests má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir.“

Neytendastofa, 19. desember 2023

Þórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir