



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 5/2008

Kvörtun Svefnis og heilsu ehf. yfir auglýsingum Betra baks

I.

Málsmeðferð

1.

Með erindi, dags. 18. júlí 2007, til Neytendastofu kvartar Svefn og heilsa ehf. yfir fullyrðingum sem koma fram í auglýsingum verslunarinnar Betra bak sem rekin er af Radix ehf. og birst hafa á vefsíðu fyrirtækisins og í dagblöðum. Gerð er sú krafa að Betra baki verði bannað að birta auglýsingarnar enda séu fullyrðingarnar órökstuddar og brjóti í bága við 5., 6. og 7. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins.

Í erindinu er fullyrðingunum raðað í sjö liði.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 19. júlí 2007, var Betra baki gefinn kostur á að koma að athugasemdum. Svar barst með bréfi dags. 7. ágúst 2007 þar sem svarað er hverjum lið fyrir sig, í sömu röð og í erindi.

I. *Að Tempur heilsudýnur bjóði dýpstu slökun, hvíld og svefn sem völ er á.* Kvartandi bendir á að fullyrðingin hafi að geyma lýsingarorð í efsta stigi og beri Betra baki að geta fært sönnur fyrir fullyrðingunni.

Í svari Betra baks segir að í öllum auglýsingum hafi „frá Tempur“ verið bætt aftan við fullyrðinguna. Það hafi misfarist á vefsíðu fyrirtækisins en það hafi nú verið leiðrétt.

II. *Að enginn þrýstingur myndist á líkamshlutum ef legið sé á Tempur heilsudýnum.* Kvartandi telur þessa fullyrðingu ranga enda myndist alltaf þrýstingur þegar legið sé. Framsetning fullyrðingarinnar sé því ósanngjörn gagnvart viðskiptavinum og keppinautum.



Í svari Betra baks segir að kvartandi hafi dregið fullyrðinguna úr samhengi en orðalagi hafi þó verið breytt og segi nú í auglýsingunni að ekki myndist þrýstipunktur í Tempur dýnum.

III. *Að Betra bak bjóði upp á allar gerðir rúma.* Kvartandi mótmælir þessari fullyrðingu sem rangri.

Í svari Betra baks segir að vissulega bjóði fyrirtækið ekki upp á vatnsrúm og hafi fullyrðingunni því verið breytt og hljóði nú svo að Betra bak bjóði upp á margar gerðir rúma.

IV. *Að steyptir hliðarkantar Crown og Chiro veiti 25% meira svefnsvæði og að Tempur-Spring Air dýnur veiti 30% meira svefnsvæði.* Kvartandi telur þessar fullyrðingar rangar og ekki hafi komið fram skýringar frá auglýsanda. Séu fullyrðingarnar einnig villandi þar sem ekki komi fram hvaða viðmið sé notað.

Í svari Betra baks segir að upplýsingarnar séu frá framleiðanda komnar og hafi þær verið uppfærðar eftir því sem aðrir framleiðendur hafi tamið sér þessa sömu tækni. Hafi fyrirtækið fylgt þeim uppfærslum í auglýsingum sínum.

V. *Að Temprakon sæng sé fyllt með 100% hreinum hvítum gæsadún.* Kvartandi heldur því fram að sængin sé fyllt með 85% hreinum hvítum gæsadún og 15% fiðri. Verðmunur sé mikill eftir því hversu hátt hlutfall hreins gæsadúns sé í sænginni og sé framsetningin því ósanngjörn gagnvart neytendum og keppinautum.

Í svari Betra baks segir að fullyrðingar kvartanda séu ekki réttar. Sængin hafi verið í upplýstu glerborði í verslun Betra baks þar sem viðskiptavinir sæju að engar fjaðrir væru í sænginni.

VI. *Að Gravity Zero sé öflugasti stillanlegi botninn fánlegur í dag.* Kvartandi bendir á að auglýsanda beri að færa sönnur fyrir þessari staðhæfingu sinni.

Í svari Betra baks segir að óskað hafi verið eftir upplýsingum frá framleiðanda um þetta atriði en ekkert svar hafi borist. Gögnum verði komið til Neytendastofu við fyrsta tækifæri.

VII. *Að Blueconfort uppfylli allar kröfur um hvíld og slökun.* Kvartandi telur fullyrðinguna ranga og framsetninguna ósanngjarna.

Í svari Betra bak segir að fullyrðingin sé tekin af heimasíðu framleiðanda. Framleiðslu þeirra hafi hins vegar verið hætt. Séu þessir tilteknu botnar því ekki lengur seldir í verslun Betra baks og verði upplýsingar um þá því fjarlægðir af vefsíðu fyrirtækisins.



2.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 7. nóvember 2007, var aðilum málsins send gagnaskrá og gefinn kostur á að koma að frekari athugasemdum óskuðu þeir þess. Neytendastofu bárust ekki frekari athugasemdir.

II.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Svefn og heilsa yfir ýmsum fullyrðingum sem fram koma í auglýsingum Betra baks, bæði á vefsíðu fyrirtækisins og í dagblöðum. Svefn og heilsa telja fullyrðingarnar ýmist rangar, villandi eða ósanngjarnar. Telur Svefn og heilsa fullyrðingarnar vera brot á 5., 6. og 7. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins.

Í 5. gr. laganna er að finna almennt ákvæði sem snýr að viðskiptasiðferði og er ætlað að stuðla að góðum siðum í viðskiptum, Ákvæði 6. og 7. gr. laganna setja auglýsendum skilyrði sem auglýsingar verða að uppfylla.

Mál þetta snýr að fullyrðingum í auglýsingum. Þar sem 6. og 7. gr. laga nr. 57/2005 setja auglýsingum sérstakar skorður telur Neytendastofa þær eiga við í málinu en ekki hið almenn ákvæði 5. gr.

2.

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

„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, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir fallnar til 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.

Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.“

Af lagagreininni má ráða að hún taki til upplýsinga í hvaða formi sem er enda séu þær til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn vara. Upplýsingar sem koma fram á vefsíðum fyrirtækja um eiginleika vöru og þjónustu sem fyrirtæki bjóða eru auglýsingar að mati Neytendastofu og falla því undir ákvæði 6. gr. Þannig má ráða að fyrirtæki verða að gæta þess hvaða upplýsingar koma þar fram og að þær séu ekki ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum. Samkvæmt



túlkun Neytendastofu á greininni ber auglýsanda að geta sannað fullyrðingar þær sem fram koma í auglýsingu á auðveldan og hlutlausan hátt. Þannig ber auglýsanda og seljanda vöru að geta sannað að fullyrðingar og upplýsingar þær sem hann lætur fylgja vöru sinnu séu réttar, enda á hann oftast mun auðveldara með það en stjórnvöld. Er þetta meginreglan um sönnunarbyrði á þessu sviði.

Í 7. gr. er fjallað um samanburðarauglýsingar. Skv. greininni eru samanburðarauglýsingar allar þær auglýsingar sem beint eða óbeint vísa til keppinautar eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Kvartandi vísar í 7. gr. þar sem auglýsandi setur fram fullyrðingar um sérstaka eiginleika auglýstu varanna umfram aðrar vörur. Er Svefn og heilsa með því óbeint að vísa til keppinauta og á 7. gr. því við í þessu máli.

3.

Verður nú fjallað um hvern lið kvörtunarinnar.

Um I. lið. Kvartað er yfir fullyrðingu Betra baks þess efnis að Tempur heilsudýnur bjóði dýpstu slökun, hvíld og svefn sem völ er á. Í svari Betra baks kemur fram að fullyrðingin hafi verið leiðrétt og bætt við „frá Tempur“. Við þá breytingu er það mat Neytendastofu að auglýsingin feli ekki í sér samanburð við keppinauta í skilningi 7. gr. laga nr. 57/2005. Þrátt fyrir að auglýsingin sé með lýsingarorð í efsta stigi snýr hún einungis að ákveðinni tegund heilsudýna og er því ekki ósanngjörn gagnvart neytendum eða keppinautum, sbr. 6. gr. laganna.

Um II. lið. Í svari Betra baks kemur fram að fullyrðingu hafi verið breytt og sé nú þess efnis að Tempur heilsudýna dragi úr þrýstingi. Neytendastofa sér því ekki ástæðu til að gera athugasemd við þá fullyrðingu.

Um III. lið. Betra bak hefur breytt þeirri fullyrðingu að fyrirtækið bjóði upp á allar gerðir rúma. Fullyrðingin er nú þess efnis að þeir bjóði margar gerðir rúma. Neytendastofa sér ekki ástæðu til að gera athugasemd við þá fullyrðingu.

Um IV. lið. Skv. gögnum málsins eru fullyrðingarnar um svefnsvæði Crown, Ciro og Tempur-Spring dýna fengnar frá framleiðanda og hafi hann uppfært hlutfall sitt til samræmis við aðrar dýnur. Er það mat Neytendastofu að skýringar Betra baks séu fullnægjandi en hins vegar þurfi að koma fram í auglýsingum hvaðan upplýsingarnar eru fengnar.

Um V. lið. Í gögnum málsins hefur Betra bak gefið fullnægjandi skýringar á því að Temprakon sæng sé fyllt með 100% hreinum hvítum gæsadún. Neytendastofa gerir því ekki athugasemd við þá fullyrðingu.



Um VI. lið. Betra bak hefur ekki fært sönnur á fullyrðingu sína um að Gravity Zero sé öflugasti stillanlegi rúmbotninn fáanlegur í dag. Neytendastofa telur fullyrðinguna því villandi og ósanngjarna gagnvart keppinautum og neytendum og því ekki í samræmi við ákvæði 6. og 7. gr. laga nr. 57/2005.

Um VII. lið. Fram kemur í svari Betra baks að hætt hafi verið framleiðslu á Blueconfort og sé hún því ekki lengur í sölu. Telur Neytendastofa því ekki ástæðu til að taka afstöðu til fullyrðingarinnar.

4.

Auglýsingar sem innihalda ósannaðar fullyrðingar gefa neytendum rangar og villandi upplýsingar sem settar eru fram til að hafa áhrif á eftirspurn vara. Þá eru slíkar auglýsingar ósanngjarnar gagnvart neytendum og keppinautum þar sem verið er að skírskota til óviðkomandi mála. Neytendastofa tekur fram að fyrirtæki verða að tryggja að allar forsendur fullyrðinga sem birta á í auglýsingum liggi fyrir áður en ráðist er í gerð auglýsinga. Þannig er ekki nægjanlegt að taka til við að afla gagna eftir að athugasemdir berast við auglýsingar.

Í máli þessu hefur Betra bak ýmist fært sönnur fyrir fullyrðingum sínum eða leiðrétt þær. Neytendastofa hefur fallist á þær leiðréttingar sem Betra bak hefur gert á fullyrðingum sínum en Neytendastofa telur þó nauðsynlegt að í auglýsingum fyrirtækisins, þar sem fram koma fullyrðingar um svefnsvæði Crown, Crio og Tempur – Spring dýna, komi fram hvaðan fullyrðingarnar eru fengnar svo þær samræmist ákvæðum laga nr. 57/2005. Þá hefur fyrirtækinu ekki tekist að færa sönnur fyrir því að Gravity Zero sé öflugasti stillanlegi rúmbotn fáanlegur í dag og er fullyrðing því brot á 6. og 7. gr. laga nr. 57/2005



**IV.
Ákvörðunarorð:**

„Betra bak, Radix ehf., Faxafeni 5, 108 Reykjavík, braut gegn ákvæðum 6. og 7. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins með fullyrðingu um að „Gravity Zero sé öflugasti stillanlegi rúmbotn fáanlegur í dag“.

Með vísan til 2. mgr. 16. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins bannar Neytendastofu Radix ehf. að nota slíka fullyrðingu í auglýsingum fyrirtækisins í framtíðinni að viðlögðum sektum, skv. V. kafla laga nr. 57/2005.

Bannið tekur gildi fjórum vikum eftir birtingu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 19. febrúar 2008