



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 38/2009

Kvörtun Egilsson ehf. yfir auglýsingum Griffils

I.

Erindið

1.

Erindi Egilsson ehf. barst Neytendastofu með bréfi, dags. 17. ágúst 2009, þar sem kvartað er yfir auglýsingum Griffils, sem rekinn er af Pennanum á Íslandi hf., þar sem því sé haldið fram að Griffill sé alltaf ódýrastur og að þeir séu með lang langflesta titla á einum stað.

Í erindinu var vísað til V. kafla laga nr. 57/2005, sbr. 5. gr., og þess krafist að Neytendastofa banni notkun auglýsinganna og leggi á Griffil þau viðurlög sem Neytendastofa hafi heimildir til.

Með erindinu fylgdi afrit af auglýsingu Griffils þar sem segir m.a. „*Alltaf ódýrari*“ og „*Lang langflestir titlar á einum stað*“.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi Egilsson var sent Griffli með bréfi Neytendastofu, dags. 19. ágúst 2009. Í bréfinu kemur fram að að mati stofnunarinnar geti, auk 5. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, ákvæði 4. mgr. 6. gr., 8. gr., d. liður 1. mgr. 9. gr., 14. gr. og 15. gr. sömu laga komi til álita í málinu.

2.

Með boðsendu bréfi Neytendastofu til Pennans, sem rekstraraðila Griffils, dags. 25. ágúst 2009, óskaði stofnunin eftir skýringum á nýrri auglýsingu fyrirtækisins sem birtist m.a. í Fréttablaðinu 24. ágúst 2009. Í bréfinu kemur fram að í auglýsingunni segi að samkvæmt verðkönnun



Morgunblaðsins, þann 21. ágúst 2009, sé Griffill langódyrastur í námsbókum. Þá séu í auglýsingunni kynntar bækur, strokleður og tímaritabox ásamt verði þeirra. Verðkönnun Morgunblaðsins hafi eingöngu tekið til sjö nánar tilgreindra kennslubóka fyrir framhaldsskólastig en af auglýsingu Griffils megi ráða að í könnuninni sé vísað til allra námsbóka sem á boðstólum séu. Þær bækur sem kynntar séu í auglýsingu Griffils hafi ekki verið með í verðkönnun Morgunblaðsins. Að mati stofnunarinnar sé framsetningin til þess fallin að vera villandi gagnvart neytendum og því hugsanlega brot gegn 5. og 8. gr. laga nr. 57/2005.

Þá er í bréfinu einnig bent á að samkvæmt lögum nr. 57/2005 og reglum nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, verði auk tilboðs- eða útsöluverðs ávallt að geta upphaflegs verðs vörunnar. Þá er vakin sérsök athygli á ákvæði 8. gr. reglna nr. 366/2008 þar sem fjallað sé um takmarkað magn.

Gefinn var kostur á að koma að skýringum og athugasemdum samhliða kvörtun Egilsson. Til þess var gefinn frestur til kl. 13:00 þann 28. ágúst 2009.

3.

Svar Pennans barst Neytendastofu, með boðsendu bréfi þann 28. ágúst 2009, þar sem því er alfarið hafnað að auglýsingarnar brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Athugasemdir við kvörtun Egilsson dags. 17. ágúst 2009

Um kvörtun Egilsson segir í bréfinu að varðandi fullyrðingu um lang langflesta titla hafi Griffill boðið upp á alla þá titla á skiptibókamarkaði sem séu á leslistum nemenda og geri ráð fyrir því að aðrir rekstraraðilar skiptibókamarkaða hafi gert hið sama. Hins vegar sé Griffill sá eini sem hafi boðið uppá vinnubækur að auki. Málinu til stuðnings fylgdi með bréfinu umfjöllun um skiptibókamarkaði í Morgunblaðinu, þann 21. ágúst 2009. Um sé að ræða 34 titla vinnubóka og þegar af þeirri ástæðu megi ljóst vera að Griffill bjóði mun fleiri titla til sölu en aðrir.

Vegna kvörtunar yfir fullyrðingunni *Alltaf ódýrari* er bent á áðurnefnda umfjöllun í Morgunblaðinu, þann 21. ágúst 2009, og þá verðkönnun sem þar fylgi. Úr niðurstöðum könnunarinnar megi lesa að Griffill sé ekki einungis alltaf ódýrari en keppinautar heldur sé fyrirtækið líka alltaf ódýrast og sé um talsverðan verðmun að ræða. Griffill hafi því stillt orðum sínum í hóf, frekar en hitt.

Af kvörtun Egilsson, sem og bréfi Neytendastofu, dags 19. ágúst 2009, megi ráða að kvörtunin beinist einnig að almennum auglýsingum Griffils þar sem fram komi að Griffill sé alltaf ódýrari. Kvörtuninni er hafnað enda geti Griffill staðið við fullyrðinguna og því sé hún í samræmi við lög. Bent er á að lýsingarorðið *ódýr* sé ekki í efsta stigi og ekki sé fullyrnt að Griffill sé *alltaf ódýrastur*. Rétt sé að hafa í huga að vöruúrval í verslunum Griffils og keppinauta sé töluvert og



megi því alltaf finna sambærilegar vörur sem séu dýrari hjá keppinautum en Griffli. Þá verði einnig að hafa í huga að í ritfangaverslunum séu innkaup langflestra viðskiptavina með þeim hætti að keyptur séu fleiri en einn vöruflokkur. Þó Griffill geti ekki útilokað að það finnist t.d. ódýrara strokleður hjá keppinautum, þá sé því ekki haldið fram að Griffill sé ódýrari að jafnaði en keppinautar. Verðkannanir í verslunum sem selji marga vöruflokka (t.d. matvörubúðum) taki alltaf samtölu sem sína helstu niðurstöðu.

Með auglýsingunum sé ekki fullyrt að hvergi finnist ódýrari vara. Það hafi lengi tíðkast að lágvöruverslanir á Íslandi noti sambærilegt orðfæri og hér um ræði. Nægi þar að nefna slagorð Bónusverslananna „Bónus býður betur“ og slagorð Elko „Einfaldlega lægra verð“. Það sé ljóst að Bónus bjóði ekki betur í öllum tilvikum og Elko sé ekki með lægra verð en allir í öllum vöruflokkum. Griffill viti það fyrir víst þar sem hann selji vörur í samkeppni við báða aðila og hafi ekki talið fullyrðingar þessara keppinauta sinna villandi eða óheiðarlega þar sem þeir bjóði almennt betur og séu einfaldlega almennt með lægra verð. Gæta verði jafnræðis í stjórnslu þessa máls og þess gætt að stjórnsluframkvæmdin verði ekki tilviljanakennd og kærur sem þessar notaðar sem vopn til að bregða fæti fyrir keppinauta í viðskiptum.

Bent er á að Griffill sé ódýrari en keppinautar. Í fyrsta lagi sé Griffill rekin sem lágvöruverslun innan samstæða Pennans og sé verðlagning hjá Griffli u.þ.b. 5% lægri en hjá Eymundsson. Í öðru lagi leiði verðkannanir sem framkvæmdar hafi verið undanfarin misseri berlega í ljós að Griffill bjóði vörur sínar á hagstæðari kjörum en keppinautar. Meðfylgjandi bréfinu fylgdu afrit af verðkönnunum og verðupplýsingum sem birtar hafi verið ýmist í Morgunblaðinu, Fréttablaðinu og DV allt aftur til ársins 2007 sem varpi skýru ljósi á að Griffill bjóði skólavörur af ýmsu tagi á hagstæðari kjörum en keppinautar.

Athugasemdir við bréf Neytendastofu, dags. 25. ágúst 2009

Af hálfu Griffils er því mótmælt að með villandi hætti sé vísað til verðkönnunar Morgunblaðsins, þann 21. ágúst 2009. Í auglýsingunni sé vísað til umræddrar verðkönnunar þar sem bersýnilega komi fram að Griffill bjóði námsbækur á langhagstæðustu kjörnum. Auglýsingin vísi því til þess sem verðkönnun Morgunblaðsins leiði í ljós um að Griffill bjóði ódýrustu námsbækurnar í þeim tilvikum sem könnunin vísi til. Í auglýsingunni sé engin staðhæfing þar sem vísað sé til þess að um allar námsbækur sé að ræða heldur sé eingöngu vísað til þeirra námsbóka sem verðkönnun Morgunblaðsins vísi til.

Vörur þær sem fram komi í auglýsingu Griffils teljist ekki til námsbóka eins og þeirra sem verðkönnun Morgunblaðsins taki til og auglýsing Griffils vísi til heldur sé um að ræða aðrar vörur í flokki ritfanga eða svokallaðar stílabækur. Með auglýsingunni sé Griffill því í raun að koma á framfæri tvenns konar upplýsingum til neytenda. Í fyrsta lagi upplýsingum um að námsbækur fáist á hagstæðustu kjörum í Griffli eins og verðkönnun Morgunblaðsins leiði í ljós. Í



öðru lagi sé markmið auglýsingarinnar það að auglýsa hagstætt verð á ritföngum. Því verði ekki séð að hvaða leyti auglýsingin geti verið villandi fyrir neytendur.

Þá segir í bréfinu að ekki verði séð hvernig auglýsingin brjóti gegn ákvæðum d. liðar 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005 eða reglna nr. 366/2008 þó fyrra verð á tilboðsvörum sé ekki tilgreint. Með því að birta auglýsinguna með þessu sniði hafi hagsmunir neytenda verið hafðir að leiðarljósi. Neytendum sé gert kleift að taka afstöðu til þess verðs sem kemur fram á þessum tilteknu vörutegundum og gert mögulegt að bera auglýst verð saman við verð á sams konar vörum hjá keppinautum. Með þessum hætti sé tryggt að neytendur taki afstöðu til auglýsts verðs en ekki eingöngu til verðlækkunar vörunnar. Þá telji Griffill að heiðarlegt hafi verið að tilgreina að ekki væri um ótakmarkað vöruframboð að ræða og að vísa með skilmerkilegum hætti til þess að auglýst verð gildi í tvo daga eða á meðan birgðir endist.

4.

Bréf Pennans var sent Egilsson til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 31. ágúst 2009. Svar barst með tölvubréfi, dags. 9. september 2009, þar sem fram kemur að það sé huglægt mat Griffils að fyrirtækið sé, í samanburði við keppinauta, með langflesta titla á einum stað. Hlutlaus aðili hafi ekki verið fenginn til að gera könnun og bera saman fjölda titla í öðrum verslunum. Egilsson þyki ólíklegt að Griffill sé með fleiri titla en Office1 og jafn ólíklegt að Griffill sé með fleiri titla en Eymundsson sem Penninn reki einnig.

Rétt sé að Office1 taki ekki vinnubækur á skiptibókamarkað líkt og Griffill geri en Office1 taki hins vegar við orðabókum á skiptibókamarkað sem Griffill geri ekki. Titlar orðabóka á skiptibókamarkaði Office1 séu yfir 40.

Að mati Egilsson er könnun Morgunblaðsins frá 21. ágúst 2009 ekki marktæk þar sem Morgunblaðið hafi aðeins borið saman örfáa titla og sé hún á engan hátt fullnægjandi til almenns samanburðar, hvað þá til nota í auglýsingaskyni. Egilsson hafi gert mun markvissari könnun sem hafi sannað að Office1 sé ódýrari en Griffill. Auk þess hafi Krónan boðið upp á ódýrari skólavörur en Griffill og því geti Egilsson ekki verið sammála því að Griffill sé alltaf ódýrari. Þá hafi ákveðin orðabók verið 41% ódýrari hjá Office1 en Griffli skv. könnun Dr. Gunna sem birtist í Fréttablaðinu seinni hluta ágústmánaðar 2009.

Þá er ítrekað að Penninn og Griffill séu rekin undir sömu kennitölu og því sé um að ræða sama fyrirtækið sem rekið sé undir mismunandi merkjum.

5.

Tölvubréf Egilsson var sent Pennanum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 6. október 2009. Svar barst með bréfi, dags. 27. október 2009, þar sem m.a. eru ítrekaðar fyrri kröfur.



Í bréfinu kemur fram að Penninn geti með engu móti fallist á þær viðbótar röksemdir sem fram komi í tölvubréfi Egilsson. Griffill bjóði upp á alla þá titla sem tilgreindir séu á leslistum nemenda auk 34 titla vinnubóka. Fullyrðing Griffils styðjist jafnframt við niðurstöður verðkönnunar Morgunblaðsins, frá 21. ágúst 2009, þar sem fram komi að einungis Griffill kaupi og selji notaðar, vel með farnar vinnubækur sem búið sé að stroka allar lausnir úr. Því megi ljóst vera að staðhæfing Egilsson um að fullyrðing Griffils byggi á huglægu mati sé beinlínis röng.

Egilsson vísi til þess að Office1 bjóði til sölu sem skiptibækur yfir 40 titla orðabóka. Griffill vilji benda á að ekki liggi fyrir að orðabækur teljist til skólabóka. Þá verði ekkert af skýringum Egilsson ráðið á hvaða tímabili umræddar orðabækur séu til sölu sem skiptibækur og þar með hvort slík tilgreining sé yfirleitt tæk.

Af hálfu Griffils er ekki hægt að fallast á þau sjónarmið Egilsson að verðkönnun Morgunblaðsins frá 21. ágúst 2009 sé ekki marktæk á þeim grundvelli að þar hafi eingöngu verið gerður samanburður á örfáum titlum. Egilsson ætti að vera ljóst að við gerð verðkannana sé ekki um að ræða tæmandi samanburð á öllum vörum sem til sölu séu. Fremur miðist slíkar kannanir við að gera verðsamanburð á tilteknum sambærilegum vörutegundum sem talist geti sambærilegar og á boðstólum séu á meðal keppinauta á þeim tímamarki sem könnunin sé framkvæmd.

Egilsson vísi til verðkönnunar sem starfsfólk Office1 hafi framkvæmt sem sanni að fullyrðing Griffils um að félagið sé alltaf ódýrari standist ekki. Byggir Egilsson á því að sú könnun hafi verið mun markvissari en könnun Morgunblaðsins. Griffill telur umrædda tilvísun algjörlega tilgangslausa. Þá verði að telja varhugavert að Egilsson skuli kasta rýrð á könnun sem framkvæmd sé af óvilhøllu dagblaði en leggi þess í stað áherslu á eigin verðkönnun án þess að gera frekari grein fyrir forsendum þeirrar könnunar.

Vísað er á bug viðbáru Egilsson um að fullyrðing Griffils um að fyrirtækið sé almennt ódýrara en keppinautar eigi ekki við rök að styðjast. Sem dæmi er nefnt að Krónan hafi boðið upp á ódýrari vörur en Griffill í ágúst s.l. Í því sambandi er á það bent að Krónan teljist ekki beinn keppinautur Griffils á sviði ritfanga og skólavara enda bjóði Krónan ásamt sambærilegum verslunum árstíðarbundið ritföng og skólavörur til sölu. Þá beri að líta til þess að þær vörur sem Krónan hafi boðið upp á að hausti séu ekki sambærilegar þeim vörum sem Griffill bjóði til sölu, hvorki að því er varði tegund né gæði. Samanburður að því leyti sé því vart tækur.

Þrátt fyrir að verðkönnun Dr. Gunna sem birtist í lok ágúst s.l. í Fréttablaðinu leiði í ljós að tiltekin orðabók hafi verið um 41% ódýrari í Office1 en í Griffli breyti það ekki þeirri staðreynd að þær vörur sem Griffill hafi á boðstólum séu almennt ódýrari en þær vörur sem keppinautar



bjóði. Gildi það sama um þær vörur sem vísað sé til í könnun Dr. Gunna þar sem glögg komi fram að vörur Griffils voru ódýrari að undanskilinni þeirri orðabók sem vísað er til.

Óljós sé sú endurtekna tilvísun Egilsson til þess að Penninn og Griffill séu rekin undir sömu kennitölu og því sé um sama fyrirtæki að ræða. Ljóst sé að virk samkeppni ríki á milli verslana Griffils og Eymundsson sem reknar séu innan samstæðu Pennans þrátt fyrir að um tengdan aðila sé að ræða. Alþekkt sé að fyrirtæki sem rekin séu innan sömu samstæðu stafi á samkeppnismarkaði. Gleggsta dæmið því til sönnunar séu Hagar hf. sem reki verslanir Bónuss, Hagkaups og 10-11 og Kaupás hf. sem reki verslanir Nóatúns og Krónunnar.

6.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 3. nóvember 2009, var aðilum málsins tilkynnt að gagnaöflun málsins væri lokið og það yrði því tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.

Með bréfi Neytendastofu til Pennans, dags. 6. nóvember 2009, var með vísan til bréf stofnunarinnar, dags. 25. ágúst 2009, bent á það mat stofnunarinnar að ákvæði 11. gr. laga nr. 57/2005 gæti einnig komið til álita í málinu og fyrirtækinu því gefinn kostur á að koma að skýringum eða athugasemdum við það.

Svar Pennans barst Neytendastofu með bréfi, dags. 19. nóvember 2009. Í bréfinu kemur fram að Penninn átti sig ekki á tilvísun Neytendastofu til ákvæða 11. gr. laga nr. 57/2005. Eins og auglýsingin beri skýrlega með sér var hvorki auglýst útsala né sala á lækkuðu verði. Í auglýsingunni sé einungis að finna auglýstar vörur og verð þeirra. Auglýsingin beri jafnframt með sér gildistíma auglýsingar ásamt upplýsingum um að um takmarkað magn sé að ræða. Að vísu komi fram í mjög smáu letri á hlið auglýsingarinnar að „tilboðin gildi dagana 24. og 25. ágúst“ en hönnuður auglýsingarinnar hafi fyrir mistök bætt tilvitnun í „tilboð“ inn í auglýsinguna sem sé orðalag úr eldri auglýsingu með breyttum dagsetningum. Því hafi ekki verið um að ræða ásetning Pennans á því að blekkja neytendur. Í ljósi þessa sé ekki unnt að fallast á það að auglýsingin eins og hún birtist feli í sér tilkynningu til neytenda um að umræddar vörur hafi verið á sérstöku útsöluverði eða lækkuðu verði. Auglýsingin sé því með engu móti villandi.

Því er þess farið á leit við Neytendastofu að ekki verði aðhafst frekar í málinu enda hafi ekki verið brotið gegn ákvæðum 11. gr. laga nr. 57/2005. Jafnframt er á því byggt að engan viðhlítandi rökstuðning sé að finna í bréfi Neytendastofu að hvaða marki Neytendastofa telji að auglýsingin brjóti gegn framangreindu lagaákvæði og því sé engan veginn hægt að glöggva sig á þeim forsendum sem liggja að baki ályktuninni um að auglýsingin fari í bága við tilgreint ákvæði. Gera verði þá kröfu til Neytendastofu sem stjórnvalds að hún geri með ákveðnum og skýrum hætti grein fyrir því með hvaða hætti stofnunin telji auglýsinguna brjóta í bága við tilgreind



lagaákvæði þannig að Pennanum sé kleift að skilja hvað búi að baki og sé unnt að meta réttarstöðu sína.

Að öðru leyti er vísað til og ítrekuð fyrri rök.

III. Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Egilsson ehf. yfir auglýsingum Griffils með fullyrðingum um að Griffill sé „*Alltaf ódýrari*“ og að hjá Griffli séu „*Lang langflestir titlar á einum stað*“. Þá hefur Neytendastofa gert athugasemdir við auglýsingar Griffils þar sem kynntar eru námsbækur á tilboði án þess að fram komi fyrra verð þeirra. Auk þess gerði stofnunin athugasemd við að vísað væri með villandi hætti til verðkönnunar Morgunblaðsins. Var í erindunum vísað til ákvæða 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr., 11. gr., 14. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu og til ákvæða reglna nr. 366/2008 um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

Af hálfu Pennans hefur verið á það bent að skv. fjölmörgum verðkönnunum óháðra aðila sé Griffill almennt ódýrari en keppinautar. Griffill sé eina ritfangaverslunin sem kaupir og selji verkefnabækur sem séu vel með farnar og lausnir hafi verið strokaðar úr. Því sé fjöldi titla hjá þeim mun meiri en keppinautum. Þá er því hafnað að auglýsing þar sem vísað er til verðkönnunar Morgunblaðsins sé villandi. Í auglýsingunni sé hvoru tveggja vakin athygli á niðurstöðum könnunar Morgunblaðsins og kynnt úrval af ódýrum ritföngum fyrir skóla. Ekki hafi verið um að ræða tilboð heldur hafi neytendum með auglýsingunni verið gert kleift að taka afstöðu til þess verðs sem vörurnar eru seldar á.

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. laga nr. 57/2005 segir að fyrirtæki verði að geta fært sönnur á fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum og með öðrum hætti.



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 með frumvarpi til laga nr. 50/2008, 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. laga nr. 57/2005 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 úrskurði áfrýjunarnefndar neytendamála nr. 9/2009 er enn fremur um það fjallað að ekki sé skilyrði skv. ákvæðinu að ásetningur auglýsanda sé að blekkja neytendur.¹ Í a.-g. lið málgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Í d. lið greinarinnar segir að ekki megi veita rangar upplýsingar um:

„verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértíloboð eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum,“

Í 11. gr. laganna er fjallað um útsölu eða aðra sölu, þar sem selt er á lækkuðu verði, og verðmerkingar í tengslum við slíka sölu. Ákvæðið 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.“

Í greinargerð með frumvarpi til samkeppnislaga nr. 8/1993 segir um ákvæði 30. gr., sem er efnislega samhljóða núgildandi ákvæði 11. gr. laga nr. 57/2005, að ákvæðinu sé umfram allt ætlað að tryggja það að um raunverulega verðlækkun sé að ræða og að kaupendur geti áttað sig á verðmuninum.

¹ Úrskurður áfrýjunarnefndar neytendamála nr. 9/2009 frá 4. desember 2009 *Heimsferðir hf. gegn Neytendastofu*. Í lokamálslið 26. málgreinar segir: „Í þessu sambandi skal sérstaklega tekið fram að það er ekki skilyrði í 1. og 2. mgr. 9. gr. að vilji söluaðila standi til þess að blekkja eða leyfa upplýsingum.“



Í bréfi Neytendastofu til Pennans, dags. 25. ágúst 2009, er vísað með almennum hætti til reglna nr. 366/2008 um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði auk þess sem vísað er sérstaklega til ákvæðis 1. mgr. 8. gr. reglnanna, sem segir:

„Óheimilt er að auglýsa takmarkað magn vöru nema tilgreint sé hversu mikið magn standi neytendum til boða.“

Samkvæmt ákvæðinu verður í auglýsingum að tilgreina magn vöru sem fánlegt er á auglýstu tilboði sé það takmarkað.

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 um 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 heyra þar undir. Í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 107/2000, þar sem ákvæðið kom fyrst fram í lögum, segir t.d. að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrði að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð og falli því undir ákvæði laganna.

Ákvæði a. liðar 2. mgr. 15. gr. er svohljóðandi:

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

a. þær séu ekki villandi“

3.

Af hálfu Pennans hefur verið á það bent að fullyrðingin „Alltaf ódýrari“ sé ekki í efsta stigi lýsingarorðs og þannig sé ekki fullyrt að Griffill sé alltaf ódýrastur. Vegna þessa vill Neytendastofa benda á að þó stofnunin hafi almennt gert strangari kröfur til sönnunar á fullyrðingum í efsta stigi lýsingarorðs ber fyrirtækjum, skv. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 að



geta sannað allar fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum þeirra óháð því hvort um efsta stig lýsingarorðs sé að ræða eða ekki.

Í gögnum málsins hefur verið á það bent að Griffill sé lágvöruverslun sem sé ódýrari en keppinautar. Verðkannanir sem gerðar hafi verið af ýmsum aðilum, s.s. samtökum og fjölmiðlum, sýni fram á að verð á vörum hjá Griffli sé lægra en hjá keppinautum. Í mörgum tilvikum sé Griffill ekki bara ódýrari heldur ódýrastur og því hafi Griffill frekar stillt orðum sínum í hóf. Í bréfunum hefur einnig verið vísað til þess að almennt tíðkist að lágvöruverslanir auglýsi með sambærilegum hætti.

Lögð hafa verið fram ýmis gögn því til stuðnings að ýmsar verðkannanir, sem framkvæmdar hafa verið af óháðum aðilum, sýni að þær vörur sem skoðaðar hafa verið séu ódýrari hjá Griffli. Þrátt fyrir að einhverjir keppinautar bjóði ódýrari vörur en Griffill selji fyrirtækið ávallt ódýrari vörur en keppinautarnir. Neytendastofa telur fullyrðingu Griffils „*Alltaf ódýrari*“ vera setta fram í samræmi við það og því ekki brjóta gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Vegna fullyrðingarinnar „*Lang langflestir titlar á einum stað*“ sem vísar til fjölda bóka á skiptibókamarkaði hefur af hálfu Pennans verið bent á að hjá Griffli sé eini skiptibókamarkaðurinn sem taki við vinnuheftum.

Að mati Neytendastofu hefur ekki verið sýnt fram á með fullnægjandi hætti að skiptibókamarkaður Griffils sé með lang langflesta titla. Þó fjöldi titla kunni að vera meiri hjá Griffli en keppinautum þykir Neytendastofu ljóst að áhersluforskeytin *lang langflestir* sé ekki í samræmi við staðreyndir málsins. Þar sem ekki hafa verið færðar fullnægjandi sönnur á fullyrðinguna „*Lang langflestir titlar á einum stað*“ brýtur hún gegn ákvæði 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Vegna þessa er fullyrðingin jafnframt til þess fallin að raska fjárhagslegri hegðun neytenda og vera ósanngjörn gagnvart keppinautum og brýtur því einnig gegn ákvæðum 5., 8. og 14. gr. laga nr. 57/2005.

4.

Í auglýsingu Griffils sem birtist m.a. í Fréttablaðinu þann 24. ágúst 2009, voru kynntar ýmsar vörur og verð þeirra auk þess sem fullyrt var, með vísan til verðkönnunar Morgunblaðsins, að Griffill byði langódýrustu námsbækurnar. Á spássíu auglýsingarinnar segir að um tilboð sé að ræða sem gildi í tvo daga og magn vöru á tilboði sé takmarkað. Í gögnum málsins hefur verið bent á að tilgangur auglýsingarinnar hafi verið sá að vekja athygli neytenda á hagstæðu verði Griffils og það lagt í hendur neytenda að meta hversu hagstætt verðið sé. Tilboðsvísun á spássíu hafi verið mistök af hálfu auglýsingastofunnar þar sem notast hafi verið við eldra form af auglýsingunni en ekki ásetningur Griffils til að blekkja neytendur. Því hafi ekki verið um sérstakt tilboð að ræða.



Í bréfi Pennans , dags. 19. nóvember 2009, kemur fram að félagið átti sig ekki á tilvísun stofnunarinnar til 11. gr. laga nr. 57/2005 auk þess sem ekki komi fram rökstuðningur stofnunarinnar á því hvers vegna hún telji ákvæðið eiga við um auglýsinguna. Með bréfi Neytendastofu til Pennans, dags. 25. ágúst 2009, óskaði stofnunin skýringa Griffils á athugasemdum stofnunarinnar við auglýsinguna. Í því bréfi var fjallað um skyldur til að greina frá venjulegu verði vöru samhliða tilboðsverði hennar en fyrir mistök láðist að vísa í ákvæði 11. gr. Í síðara bréfi stofnunarinnar, dags. 6. nóvember 2009, sem svarað var með áður nefndu bréfi Griffils, dags. 19. nóvember 2009, var vísað til fyrra bréfs stofnunarinnar og tekið fram að stofnunin teldi ákvæði 11. gr. laganna einnig eiga við.

Eins og fram kom í umfjöllun um ákvæði laga nr. 57/2005 hér að framan ber í tilboðsauglýsingum að greina frá venjulegu verði vöru sem auglýst er á tilboði samhliða tilboðsverði, sbr. 11. gr. laganna. Í auglýsingu Griffils kom fram að um tilboð væri að ræða, þó það hafi verið í smáu lettri. Að mati Neytendastofu gátu neytendur því ekki gert ráð fyrir öðru en að um tilboð væri að ræða sem hefði takmarkaðan gildistíma. Auglýsendur bera ábyrgð á því sem fram kemur í auglýsingum þeirra og geta því almennt ekki firrt sig ábyrgð vegna mistaka. Að mati Neytendastofu er í tilfelli því sem hér um ræðir ekki um augljós mistök að ræða sem neytendum megi vera ljós og því verður Penninn sem rekstraradili Griffils að bera ábyrgð á því að í auglýsingunni komi fram að um tilboð sé að ræða. Þá hefur ekki verið sýnt fram á að um venjulegt verð á vörunum hafi verið að ræða. Verðframsetning auglýsingar Griffils, sem birtist m.a. í Fréttablaðinu þann 24. ágúst 2009, er því til þess fallin að veita neytendum rangar upplýsingar um það hvort um sértíloboð sé að ræða og brýtur því gegn ákvæðum 5. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr. laga nr. 57/2005. Þá er í auglýsingunni ekki greint frá magni þeirrar takmörkuðu vöru sem í boði var á tilboði og brýtur því auglýsingin einnig gegn ákvæði 8. gr. útsölureglna nr. 366/2008.

5.

Í bréfi Neytendastofu til Pennans, dags. 25. ágúst 2009, var einnig gerð athugasemd við auglýsingu Griffils, sem birtist m.a. í Fréttablaðinu þann 24. ágúst 2009, vegna þess sem stofnunin taldi villandi tilvísun í niðurstöður verðkönnunar Morgunblaðsins á námsbókum. Verðkönnunin hafi tekið til sjö kennslubóka fyrir framhaldsskólastig en í auglýsingu Griffils séu birtar námsbækur sem ekki voru hluti af verðkönnuninni. Af hálfu Griffils er því hafnað að um villandi framsetningu sé að ræða. Með auglýsingunni sé ekki fullyrt að allar námsbækur séu ódýrastar hjá Griffli, heldur er vísað til verðkönnunar Morgunblaðsins. Þá er því hafnað að þær bækur sem kynntar séu í auglýsingunni geti fallið undir fullyrðinguna enda sér þar um að ræða stílabækur, sem teljist í flokki ritfanga, en ekki námsbækur.



Í auglýsingu Griffils er vísað til verðkönnunar Morgunblaðsins samhliða því sem kynntar eru bækur sem notaðar eru til náms. Í auglýsingunni er ekki fjallað um hvaða námsbækur verðkönnun Morgunblaðsins tók til og því telur stofnunin líklegt að sá sem ekki þekkir verðkönnunina hafi ástæðu til að ætla að þær bækur sem kynnar eru í auglýsingunni hafi verið hluti af verðkönnuninni. Að mati Neytendastofu er því um að ræða viðskiptahætti sem eru til þess eru fallnir að raska fjárhaglegri hegðun neytenda og blekkja þá með röngum upplýsingum um verð vörunnar. Auglýsingin brýtur því gegn ákvæðum 5. gr., 8. gr. og d. lið 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005.

6.

Með vísan til alls þess sem fram hefur komið og ákvæða 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 bannar Neytendastofa Pennanum birtingu auglýsinga með fullyrðingu um lang langflesta titla skiptibóka, birtingu tilboðsauglýsinga án þess að auk tilboðsverðs komi fram fyrra verð, birtingu tilboðsauglýsinga þar sem greint er frá því að um takmarkað magn sé að ræða án þess að greint sé frá fjölda þeirra og birtingu auglýsinga með villandi tilvísun til verðkannana.

Í erindi Egilsson er þess krafist að lagðar verði sektir á Pennann vegna auglýsinga Griffils. Eins og að framan hefur verið rakið fela auglýsingarnar í sér brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Neytendastofa telur umfang brotsins, auk þess sem að um fyrsta brot Griffils er að ræða, vera þess eðlis að ekki sé ástæða til þess að lagðar verði stjórnvaldssektir á Pennann vegna brotanna.



IV.

Ákvörðunarorð:

„Penninn á Íslandi hf., Álfheimum 74, Reykjavík, rekstraraðili Griffils, hefur brotið gegn ákvæðum 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með fullyrðingunni „Lang langflestir titlar á einum stað“ í auglýsingum Griffils.

Penninn á Íslandi hf., rekstraraðili Griffils, hefur brotið gegn ákvæðum 5. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með því að auglýsa tilboðsverð á vörum án þess að greint sé frá venjulegu verði þeirra.

Penninn á Íslandi hf., rekstraraðili Griffils, hefur brotið gegn ákvæði 8. gr. reglna nr. 366/2008 um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði með því að auglýsa takmarkað magn af útsöluvörum án þess að greint sé frá því hversu mikið magn sé í boði.

Penninn á Íslandi hf., rekstraraðili Griffils, hefur brotið gegn ákvæðum 5. gr., 8. gr. og d. lið 1. mgr. 9. gr. með villandi tilvísun í verðkönnun Morgunblaðsins samhliða auglýsingu á bókum til náms sem ekki voru hluti af verðkönnuninni.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu bannar Neytendastofa Pennanum á Íslandi hf. birtingu auglýsinga sambærilegar þeim sem greint er frá hér að framan.

Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 30. desember 2009

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir