



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 33/2014

Auglýsingar Skeljungs hf. „ókeypis þjónusta“

I.

Erindið

Með bréfi, dags 4. febrúar 2013, barst Neytendastofu kvörtun Olíuverzlunar Íslands hf. (Olís) yfir auglýsingum Skeljungs hf. sem varða „ókeypis þjónustu“ á bensínstöðvum Shell. Að mati Olís brjóta auglýsingarnar í bága við ákvæði 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Málavextir séu þeir að að um nokkurt skeið hafi Skeljungur haft uppi auglýsingar í strætisvagnaskýlum á höfuðborgarsvæðinu sem séu svohljóðandi:

„HJÁ SHELL. Starfsmaður dælir fyrir þig en þú greiðir sama verð og í sjálfsafgreiðslu. ÓKEYPIS ÞJÓNUSTA HJÁ SHELL starfsmaður dælir fyrir þig en þú greiðir sama verð og í sjálfsafgreiðslu“

Einnig megi finna auglýsingu frá Skeljungu á youtube.com sem beri heitið:

„ókeypis þjónusta á bensínstöðvum Shell“

Skeljungur hafi um nokkurt skeið markaðssett stöðvar Shell með ofangreindum hætti. Auglýsingar hafi verið settar upp á 100 fletum í strætisvagnabiðskýlum á höfuðborgarsvæðinu og séu allar með yfirskriftinni „Ókeypis þjónusta“. Það orðalag sé mjög villandi og fullyrðingin einfaldlega röng og brjóti í bága við lög nr. 57/2005. Í auglýsingunum sé fullyrt að um sé að ræða „ókeypis þjónustu“ en jafnframt að greiða þurfi sama verð og í sjálfsafgreiðslu. Það orki tvímælis að greiða fyrir eitthvað sem sé ókeypis.

Þá sé 95 oktana bensín að jafnaði dýrast á stöðvum Shell. Sem dæmi hafi sjálfsafgreiðsluverð hjá Olís og N1 þann 30. janúar 2013, verið 255,60 kr. en hjá Shell 257,90 kr. Samkvæmt þessu sé neytandinn jafnframt að greiða fyrir þjónustu. Þannig sé hugsanlegt að auglýsingarnar geri það að verkum að neytendur taki ákvarðanir um að eiga viðskipti við Shell á grundvelli rangra upplýsinga. Í því samhengi sé ótækt að Skeljungu sé heimilt að



auglýsa „ókeypis þjónusta“ enda slíkt ósanngjarnt gagnvart keppinautum og neytendum. Í þessu samhengi var vísað til 5. gr. og 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005.

Í auglýsingum Skeljungs komi fram með hástöfum „ÓKEYPIS ÞJÓNUSTA HJÁ SHELL“. Það sé hins vegar ljóst að þessi þjónusta sé ekki í boði á öllum stöðvum Shell. Í heildina séu fimmtán Shell stöðvar á landinu og sé þjónustan ekki veitt á fimm stöðum úti á landsbyggðinni. Því sé Skeljungur að veita villandi og rangar upplýsingar sbr. 14. gr. laga nr. 57/2005 auk þess að brjóta gegn 2. mgr. 6. gr. sömu laga.

Þá sé þjónustutíminn takmarkaður á þeim tíu stöðvum sem Skeljungur auglýsi „ókeypis þjónustu“. Á virkum dögum sé algengast að þjónustutíminn sé frá 7:30 til 19:30 og um helgar eitthvað styttri. Því liggi fyrir að þegar viðskiptavinur komi fyrir eða eftir þennan tíma sé engin „ókeypis þjónusta“ í boði og dæli hann sjálfur á hæsta sjálfsafgreiðsluverði.

Sönnunarbyrðin hvíli á Skeljungum um réttmæti fullyrðingarinnar sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005.

Auglýsingar sem kveði á um „ókeypis þjónustu“ geti haft veruleg áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda sbr. 8. gr. laga nr. 57/2005. Þegar Skeljungur auglýsi „ókeypis þjónustu hjá Shell“ sé verið að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda með fullyrðingu sem sé röng enda liggi fyrir að neytandinn greiði sjálfsafgreiðsluverð á bensínstöð sem geti auðveldlega sett kostnað við að veita umrædda þjónustu inn í verðið með samsvarandi hækkun. Engin leið sé að greina hvort þjónustan sé í raun ókeypis.

Samkvæmt ofangreindu liggi fyrir að Skeljungur hafi með háttsemi sinni brotið gegn ákvæðum 5. gr., 6. gr., 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005. Jafnframt sé um ræða brot á 20. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.

II.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu, dags 13. febrúar 2013, var Skeljungum sent erindi Olís til umsagnar. Svar Skeljungs barst með bréfi, dags 20. febrúar 2013. Í bréfinu segir að Skeljungur reyni að fremsta megni að orða auglýsingar þannig að þær séu skýrar og skapi ekki hættu á ruglingi fyrir neytendur. Leiki vafi á réttmæti orðalags auglýsinga sé það borið undir lögmann félagsins en vegna leyfis hafi það ekki verið gert í þessu tilfalli. Lögmaðurinn hafi þegar mælt með því við Skeljung að orðalagi auglýsinganna yrði breytt og að frekar væri notast við orðalag sem Neytendastofa hafi mælt með, þ.e. að þjónustan væri innifalín.



Um og upp úr mánaðamótunum janúar – febrúar 2013, hafi heiti á auglýsingu, sem hafi birst á samskiptavefnum Youtube verið breytt, auglýsingar í strætisvagnabiðskýlum fjarlægðar og skilti við Smárann breytt. Skeljungur hafði því hætt hinni umdeildu orðnotkun áður en félaginu hafi orðið ljóst að erindi vegna hennar lægi fyrir hjá Neytendastofu. Í raun hafi henni að megin stefnu til verið hætt áður en kvörtun Olís hafi verið send.

Af þessu tilefni sé vísað til niðurstöðu Neytendastofu í máli þar sem Skeljungur kvartaði undan auglýsingum OB um „*besta verðið*“ (tilv. 2010/1419). Þar hafi það verið niðurstaða Neytendastofu að þar sem Olís hefði hætt birtingu auglýsinganna væri ekki ástæða til að aðhafast frekar í málinu að svo stöddu. Með vísan til jafnræðisreglu 11. gr. stjórnsýslulaga nr. 37/1993 telji Skeljungur því að mál þetta skuli fá sömu afgreiðslu.

Skeljungur vilji þó koma á framfæri að viðskiptamaður Shell þurfi ekki að kaupa vöru af Skeljungu til þess að fá þjónustuna. Geti hann komið með sína eigin olú, bensín, rúðuvökva, rúðupurrkur eða hvað sem er og fengið þá þjónustu starfsmanna Skeljungs sem hann þurfi á að halda. Þá geti neytandinn fengið þjónustu án þess að koma með nokkurn hlut og t.d. látið athuga með olú og fengið rúðupvott. Það sé því í raun og veru um ókeypis þjónustu að ræða. Sé það orðalag réttara en að segja að þjónustan sé innifalin þar sem ekki sé þörf á kaupum til þess að fá þjónustuna.

Þá sé það ekki svo að kostnaði við þjónustuna sé velt út í verðlag eldsneytisins eða annarra vara. Til að mynda sé enginn verðmunur á dísel í sjálfsafgreiðslu hjá Olís og með þjónustu hjá Shell. Sá verðmunur sem sé á bensíni um tvær krónur, stafí af íblöndunarefnum í V-power bensíni Skeljungs.

Þá sé augljóst verðgildi falið í þjónustunni sem viðskiptavinir þurfi ekki að greiða fyrir. Sem dæmi megi nefna þjónustu við eldsneytisafgreiðslu. Þjónustugjald Skeljungs við eldsneytisafgreiðslu hafi verið sex krónur á lítra. Hin olúfélögin N1 og Olís, sem bjóði upp á slíka þjónustu virðist einnig hafa metið kostnað við þjónustu á sex krónur lítrann.

Þá sé bent á það í bréfi Olís að þjónusta sé ekki veitt á öllum bensínstöðvum Shell. Hafi Skeljungur tekið tillit til þessarar ábendingar og látið breyta öllu auglýsingaefni á þann veg að orðið bensínstöðvar verði tekið út og orðið þjónustustöðvar sett inn í staðinn. Þá séu þær fimm stöðvar úti á landi sem vísað sé til í erindinu mjög litlar sjálfsafgreiðslustöðvar með takmarkaðri sölu. Þeir fáu neytendur sem fari þar hjá þekki til stöðvanna og búist ekki við þjónustu á þeim. Hér sé því ekki um að ræða eitthvað sem raski verulega fjárhagslegri hegðun neytenda sbr. 8. gr. laga nr. 57/2005 eða sé yfir höfuð líklegt til þess að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti við Skeljung. Þá fái Skeljungur ekki heldur séð hvernig með þessu sé brotið gegn 2. mgr. 6. gr. laganna. Benda megi á að Olís auglýsir ábót á kaffi á hvaða Olís stöð sem er en Skeljungur efi að mögulegt sé að fá slíka ábót á Innri-Múla á Barðaströnd og víðar. Hins vegar segi ekki í auglýsingum Skeljungs að þjónustan fái á hvaða Shellstöð sem er.



Að mati Skeljungs sé almennt ekki hægt að búast við því að auglýst þjónusta sé veitt allan sólarhringinn. Opnunartími og/eða þjónusta allan sólarhringinn sé undantekning í íslensku viðskiptalífi og sé þá auglýst sérstaklega.

Þjónustutími hjá Skeljungu sé í takt við opnunartíma stöðvanna og nái yfir annaðhvort allan eða langstærstan opnunartíma stöðvanna. Einu undantekningarnar þar á séu þær fjórar stöðvar sem séu opnar allan sólarhringinn. Þar sé þjónustutíminn frá 7:30 til 19:30 virka daga og frá 7:30 eða 9:00 til 19:30 um helgar, eftir stöðvum. Það sé sá tími sem stærstur hluti eldsneytiskaupa fari fram. Skeljungur telji því að hér sé ekki um að ræða eitthvað sem raski verulega eða sé líklegt til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda, sbr. 8. gr. laga nr. 57/2005. Því síður telji Skeljungur að þetta skipti máli fyrir neytendur eða sé til þess fallið að hafa áhrif á ákvörðun neytenda til að eiga viðskipti við Skeljung.

2.

Bréf Skeljungs var sent Olís til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 28. febrúar 2013. Svar barst með bréfi, dags. 12. mars 2013. Þar er ítrekað að það sé villandi gagnvart neytendum að auglýsa „ókeypis þjónustu“.

Í auglýsingum þar sem notuð séu orð sem kveði á um ókeypis eða fría þjónustu þegar í reynd þurfi að greiða fyrir aðra vöru til að fá fría eða ókeypis þjónustu sé um villandi framsetningu að ræða. Slíkar auglýsingar brjóti í bága við ákvæði laga nr. 57/2005. Vísað sé til dóms Hæstaréttar nr. 347/1990 þar sem fram komi að hlutur sé ókeypis sé hann látinn af hendi án endurgjalds eða skuldbindingar. Sé vara auglýst sem ókeypis sé verið að gera lítið úr kostnaðarþætti í þeim tilgangi að hafa áhrif á eftirspurn eftir annarri vöru og slíkt sé villandi. Í auglýsingum þeim sem kvartað sé yfir megi sjá mynd af manni sem hafi tak á bensíndælu. Megi því ætla að auglýsingin snúist aðallega um bensín og olúafgreiðslu.

3.

Bréf Olís var sent Skeljungu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 14. mars 2013. Svar barst með bréfi dags. 19. mars. 2013. Þar segir að sá munur sé á nefndum Hæstaréttardómi og kringumstæðum í þessu máli að afhending hinnar meintu ókeypis filmu hafi verið háð greiðslu fyrir framköllunarþjónustu. Með þeim rökum hafi auglýsing á ókeypis filmu verið háð greiðslu fyrir framköllunarþjónustu. Þjónusta útimanna Skeljungs sé ekki háð nokkurri greiðslu.

Hvaða mynd hafi verið valin af auglýsingastofu í auglýsingarnar breyti engu í þessu samhengi. Ekkert sé villandi við myndina. Útimenn veiti þá þjónustu að dæla eldsneyti af bensíndælum án þess að greitt sé sérstaklega fyrir það eða kostnaðinum hleypt út í verðlagið.



4.

Með bréfi Neytendastofu, dags 9. apríl 2013, var málsaðilum tilkynnt að gagnaöflun væri lokið í málinu. Skrá yfir gögn málsins fylgdi bréfinu.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu er um að ræða kvörtun Olíuverzlunar Íslands hf. (Olís) yfir auglýsingum Skeljungs hf. sem varða ókeypis þjónustu á bensínstöðvum Shell. Auglýsingarnar voru birtar um nokkurt skeið í strætisvagnaskýlum á höfuðborgarsvæðinu og einnig mátti finna auglýsingu um ókeypis þjónustu á bensínstöðvum Shell á samskiptavefnum Youtube. Olís hefur bent á að þjónustan sé ekki ókeypis enda þurfi að greiða sama verð fyrir eldsneyti og í sjálfsafgreiðslu. Það orki tvímælis að greiða fyrir eitthvað sem sé ókeypis. Auk þess sé þjónustan ekki í boði á öllum stöðvum Shell og þjónustutíminn takmarkaður. Þá geti auglýsingar af þessu tagi haft áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda. Að mati Olís brjóti auglýsingarnar í bága við 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, og 20. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir. Sönnunarbyrðin fyrir réttmæti fullyrðinganna hvíli á Skeljungi sbr. 4. mgr. 6. gr. sömu laga.

Í gögnum frá Skeljungi kom fram að texti auglýsinganna var ekki lagður fyrir lögfræðing fyrir en eftir að þær voru birtar. Lögfræðingur fyrirtækisins hefði þá lagt til að orðalagi auglýsinga yrði breytt og notað orðalagið að þjónustan væri innifalin, um leið og hann frétti af auglýsingunum. Hafi auglýsingar í strætisvagnabiðskýlum verið teknar niður og auglýsingu á Youtube verið breytt og skilti við Smárann breytt. Með vísan til jafnræðisreglu 11. gr. stjórnarsýslulaga, nr. 37/1993, fór Skeljungur fram á að málið yrði felld niður. Tekið er fram að neytandi þurfi ekki að kaupa vöru af Skeljungi til þess að fá þjónustuna. Kostnaði við þjónustuna sé ekki velt út í verðlagið. Í tilefni þess að bent hafi verið á að þjónustan væri ekki veitt á öllum stöðvum Shell hafi auglýsingunum verið breytt. Í auglýsingum Shell segi hvergi að þjónustan sé veitt á öllum stöðvum fyrirtækisins. Þá sé ekki hægt að búast við því að auglýst þjónusta sé veitt allan sólarhringinn. Slíkur opnunartími sé undantekning í íslensku viðskiptalífi og þá auglýst sérstaklega. Því séu auglýsingar Skeljungs ekki brot á ákvæðum laga nr. 57/2005 eða reglugerð nr. 160/2009.

2.

Í lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er fjallað um það hvaða viðskiptahættir teljast óréttmætir og eru þar af leiðandi bannaðir. 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. laganna er almennt bann lagt 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.

Í 2. mgr. 6. gr. er tilgreint að auglýsingar megi ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.

Í 4. mgr. 6. gr. segir:

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

Í III. kafla laga nr. 57/2007 er fjallað um vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda. Í 1. mgr. 8. gr. 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 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 keppinauti auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.



20. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009 um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir hljóðar svo:

„Villandi viðskiptahættir:

...

20. Að lýsa vöru með orðunum „ókeypis“, „frítt“, „án endurgjalds“ eða ámóta orðalagi ef neytandinn þarf að greiða eitthvað annað en óhjákvæmilegan kostnað við að senda svar við viðskiptaháttum þessum og sækja eða greiða fyrir afhendingu hlutarins“.

3.

Í þeim auglýsingum Skeljungs sem kvörtun Olís snýr að segir:

„HJÁ SHELL. Starfsmaður dælir fyrir þig en þú greiðir sama verð og í sjálfsafgreiðslu. ÓKEYPIS ÞJÓNUSTA HJÁ SHELL starfsmaður dælir fyrir þig en þú greiðir sama verð og í sjálfsafgreiðslu“

„ókeypis þjónusta á bensínstöðvum Shell“

Í máli þessu hefur komið fram að flestar starfsstöðvar eru mannaðar og hlutfallslega fáar eru ómannaðar. Að mati Neytendastofu verður ekki fallist á það að orðalag auglýsinga Skeljungs gefi í skyn að þjónustan sé veitt á öllum bensínstöðvum Shell. Af texta má telja að neytendur hafi, við birtingu auglýsinganna, gert sér grein fyrir því að til þess að þjónusta verði veitt þurfi starfsmaður að vera á bensínstöðinni. Fram hefur þó komið í málinu að Skeljungur hafi breytt orðalagi auglýsinganna. Þá verður heldur ekki fallist á að auglýsingarnar beri með sér að þjónustan sé veitt allan þann tíma sem opið er, til dæmis þar sem opið er allan sólarhringinn. Verður að taka mið af hefðbundnum opnunartíma enda í flestum tilvikum auglýst sérstaklega þegar veitt er þjónusta utan hefðbundins opnunartíma.

Í tölvutækri gerð íslenskrar orðabókar segir um hugtakið ókeypis: „án greiðslu“. Af 20. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009 um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir, sem tíundaður er hér að framan, er ljóst að til þess að hlutur eða þjónusta sé ókeypis eigi neytandi ekki að þurfa að greiða neitt annað en óhjákvæmilegan kostnað við að senda svar við viðskiptaháttunum og sækja eða greiða fyrir afhendingu hlutarins.

Af fyrri fullyrðingunni í auglýsingum Shell má ráða að Shell bjóði upp á þá þjónustu að starfsmaður dæli eldsneyti á bifreið viðskiptavinar en hann greiði sama verð fyrir eldsneytið og í sjálfsafgreiðslu. Þjónustan sé ókeypis. Jafnframt virðist ein auglýsingin bera með sér að öll þjónusta á bensínstöðvum Shell sé ókeypis. Ljóst er að ef eldsneyti er dælt á bifreið af starfsmanni Shell að neytandinn þarf að greiða fyrir eldsneytið og að mati Neytendastofu verður ekki annað ráðið en að þjónusta starfsmanns Shell við dælinguna sé innifalin í því verði sem viðskiptavinurinn greiðir, þó svo verð eldsneytisins sé það sama og í



sjálfsafgreiðslu. Neytandinn þarf að greiða fyrir eldsneyti til þess að fá þá þjónustuna og af því leiðir að þjónustan er ekki ókeypis.

Hvað viðkemur seinni fullyrðingunni verður ekki annað ráðið en að öll þjónusta á bensínstöðvum Shell sé ókeypis. Þjónusta sú sem veitt er á bensínstöðvum, þ.á.m. Shell er oftast í tengslum við kaup viðskiptavinar á vöru á bensínstöðinni. Þó svo í gögnum málsins komi fram að viðskiptavinir Shell geti keypt vörur annars staðar og fengið þjónustuna hjá Skeljungu telur Neytendastofa að slíkir viðskiptahættir séu afar sjaldgæfir og óvenjulegir, enda sú þjónusta ekki auglýst sérstaklega. Af því leiðir að ókeypis þjónusta á bensínstöðum Shell er ekki til staðar nema í algerum undantekningartilvikum.

Af framangreindu leiðir að auglýsingar Skeljungs eru ósanngjarnar gagnvart keppinautum og neytendum, líklegar til þess að raska fjárhagslegri hegðun neytenda og til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn. Eru auglýsingarnar því brot á 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þar sem þjónustan er almennt ekki ókeypis eru auglýsingarnar brot á 20. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009. Þar sem Skeljungu hefur ekki tekist að færa fyrir því nægileg rök að þjónustan sé ókeypis eru auglýsingarnar jafnframt brot á 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005.

Í máli þessu hefur Skeljungur óskað eftir að viðurlögum verði ekki beitt og vísað í því sambandi til þess að fyrirtækið hætti að auglýsa með framangreindum hætti áður en mál þetta hófst hjá Neytendastofu auk þess sem vísað er til jafnræðisreglu 11. gr. stjórnarsýslulaga nr. 37/1993 um að viðurlögum hafi ekki verið beitt í eldra máli vegna auglýsinga Olís. Í tilvitnuðu máli Olís var um að ræða fullyrðingu í auglýsingum sem fyrirtækinu tókst ekki að færa sönnur á en í því máli sem hér er til umfjöllunar er um að ræða auglýsingu sem brýtur gegn viðskiptaháttum sem undir öllum kringumstæðum teljast óréttmætir.

Viðurlög þjóna mikilvægu forvarnarhlutverki og ákvörðun um beitingu viðurlagaúrræða er sjálfstæð ákvörðun með hliðsjón af kringumstæðum og málsatvikum hverju sinni þar sem gætt er að framangreindri jafnræðisreglu stjórnarsýslulaganna auk meðalhófsreglu sbr. 12. gr. stjórnarsýslulaga nr. 37/1993. Í ljósi atvika í máli þessu þ.m.t. talið því að auglýsingarnar voru teknar úr birtingu af eigin frumkvæði og að langur tími hefur liðið frá því að brotin áttu sér stað svo og með hliðsjón af töfum málsins hjá stofnuninni telur Neytendastofa ekki rétt að leggja stjórnvaldssekt á Skeljung.



IV.

Ákvörðunarorð:

„Skeljungur hf. hefur með auglýsingum sínum um „ókeypis þjónustu“ brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk ákvæðis 20. tl. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.

Neytendastofa, 28. júlí 2014

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir