



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 45/2018

Auglýsingar Sölufélags garðyrkjumanna

I.

Málsmeðferð

1.

Neytendastofu barst erindi Innnes ehf., dags. 29. maí 2018, þar sem fyrirtækið kvartaði yfir meintum brotum Sölufélags garðyrkjumanna ehf. á lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með auglýsingaherferð sinni á innlendu grænmeti og ávöxtum.

Í erindinu segir að Innnes starfi við heildsölu matvæla og flytji meðal annars inn grænmeti og ávexti. Í maímánuði árið 2018, hafi auglýsingaherferð hafist á vegum Sölufélags garðyrkjumanna, sem sé sölu- og dreifingaradili grænmetis og ávaxta fyrir innlenda framleiðendur. Auglýsingarnar hafi verið spilaðar í sjónvarpi, útvarpi og á netinu. Þær séu rangar, villandi og tilraun til þess að reyna skaða vörur Innnes og brjóti þar með gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Bent sé á að auglýsingar hafi verið gerðar um gúrkur, tómata, sveppi og jarðaber. Auglýsingarnar séu eftirfarandi:

1. Auglýsing um agúrkur, þar sem viðskiptavinur gangi um í verslun, taki upp agúrku sem á standi „Imported“ (ísl. innflutt), leggi hana upp að eyra og þá heyrir að sturtað sé niður úr klósetti en þegar hann taki upp íslenska agúrku, framleidda af Sölufélagi garðyrkjumanna og leggi hana upp að eyra heyrir falleg tónlist og sé þá lesinn upp eftirfarandi texti: „*Grænmeti sem ber merkið okkar er ræktað með hreinu íslensku vatni. Hvaða vatn fer í gegnum grænmetið þitt? Íslenskt grænmeti, þú veist hvaðan það kemur.*“

2. Auglýsing um tómata, þar sem viðskiptavinur gangi um í verslun, sjái pakka af tómötum sem á standi „Imported“ (ísl. innflutt), heyrir þá hljóð í þungavinnuvélum og vélagný. En þegar hann komi að tómötum sem Sölufélag garðyrkjumanna selji, heyrir falleg tónlist og lesinn sé upp eftirfarandi texti: „*Grænmeti sem ber merkið okkar er ræktað með hreinu íslensku vatni. Hvaða vatn fer í gegnum grænmetið þitt? Íslenskt grænmeti, þú veist hvaðan það kemur.*“



3. Auglýsing um sveppi, þar sem viðskiptavinur gangi um í verslun, taki upp öskju með sveppum sem á standi „Imported“ (ísl. innflutt), opni öskjuna og finni ólykt og hendi henni frá sér. En þegar viðskiptavinurinn taki upp öskju af sveppum sem Sölufélag garðyrkjumanna selji heyrir falleg tónlist og lesinn sé upp eftirfarandi texti: „Grænmeti sem ber merkið okkar er ræktað með hreinu íslensku vatni. Hvaða vatn fer í gegnum grænmetið þitt? Íslenskt grænmeti, þú veist hvaðan það kemur.“

4. Auglýsing um jarðaber, þar sem viðskiptavinur gangi um í verslun, taki upp öskju af jarðaberjum og þá heyrir kvenmannsöskur. Þegar viðskiptavinurinn taki upp öskju af jarðaberjum sem Sölufélag garðyrkjumanna selji og lyfti miðanum þá sjáist bóndi sem brosi og veifi og svo sé lesinn upp eftirfarandi texti: „Grænmeti sem ber merkið okkar er ræktað með hreinu íslensku vatni. Hvaða vatn fer í gegnum grænmetið þitt? Íslenskt grænmeti, þú veist hvaðan það kemur.“

Auglýsingarnar hafi nú þegar verið birtar í þó nokkur skipti í fjölmiðlum og unnt sé að nálgast að minnsta kosti eina þeirra á netinu. Þá hafi Fréttablaðið fjallað um auglýsingarnar í frétt þann 9. maí 2018, þar sem haft sé eftir markaðsstjóra Sölufélags garðyrkjumanna að fyrirtækið viti að skilaboðin séu ögrandi. Þá sé haft eftir henni í fréttinni:

„Við erum að vekja athygli á þeim eiginleikum sem íslenska grænmetið hefur upp á að bjóða. Við vitum að það er ræktað með hreinu íslensku vatni og grænmeti er 96 prósent vatn“.

Þá bendi hún á að víða um heim sé skortur á vatni og íslenskir neytendur geti illa vitað hvar vatnið sem sé notað hafi legið. Einnig bendi hún á að auglýsingin eigi að vekja fólk til umhugsunar um hvaða vatn fari í gegnum grænmetið sem það borði og segi orðrétt að fyrirtækið sé „*ekkert að rúlla yfir innflutt grænmeti almennt, þó við notum þessa aðferð*“.

Ljóst sé því að Sölufélag garðyrkjumanna hafi verið fullkomlega meðvitað um hver tilgangurinn væri með þessum nýju auglýsingum og hvaða hughrif vöknudu við sýningu á þeim. Samhliða kvörtun þessari væri lögð inn beiðni um lögbann við sýningu auglýsinganna til embættis Sýslumannsins á höfuðborgarsvæðinu.

Innnes tiltaki að umræddar auglýsingar fyrir íslenskt grænmeti feli í sér brot á ákvæðum laga nr. 57/2005. Þær feli í sér ósmekklegar og fráleitar ásakanir í garð innflutts grænmetis. Innnes flytji inn allar umræddar vörur, þ.e. gúrkur, tómata, jarðaber og sveppi.

Gefið sé í skyn í auglýsingu fyrir gúrkur að óhreint vatn, klóakvatn eða skólpvatn, sé notað til ræktunar. Í því felist undirliggjandi fullyrðing um að hreinlætis sé ekki gætt við ræktun og framleiðslu á innfluttum gúrkum. Þá sé í auglýsingu um tómata spilað hljóð með vinnuvélum og þungaflutningum og þar með gefið í skyn að innfluttir tómatar séu ræktaðir við mengandi aðstæður. Í auglýsingu um sveppi sé látið að því liggja að innfluttir sveppir séu illa lyktandi og



ógeðslegir og loks sé í auglýsingu um jarðaber látið í það skína að aðstæður þeirra sem vinna við ræktunina séu ekki mannsæmandi og að fólk vinni í neyð, með því að láta heyrast kvenmannsöskur. Um herferð sé að ræða líkt og komi fram í umfjöllun Fréttablaðsins og því beri að horfa á auglýsingarnar í samhengi enda séu þær allar gerðar með sambærilegum hætti.

Bendir Innnes á að umræddar auglýsingar brjóti gegn 4. mgr. 6 gr. laga nr. 57/2005, sem kveði á um að fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti, þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á. Að mati fyrirtækisins sé sú fullyrðing sett fram í auglýsingunum að innflutt grænmeti sé ræktað úr skólpmatni sbr. auglýsingu um gúrkur, við mengandi aðstæður sbr. auglýsingu um tómata, að innfluttar vörur séu ógeðfelldar og lykta illa sbr. auglýsingu um sveppi og að lokum, að brotið sé á réttindum starfsfólks sem sinni ræktuninni sbr. auglýsingu um jarðaber. Af framsetningu auglýsinganna sé augljóst að þetta sé ætlunin og þeim ætlað að vekja þessi hughrif eins og talsmaður sölufélags hafi staðfest í viðtali við Fréttablaðið. Þessar fullyrðingar séu augljóslega rangar og alfarið ósannaðar.

Þá vísi Innnes til 5. og 8. gr. laga nr. 57/2005, um bann við óréttmætum viðskiptaháttum. Í 5. gr. laganna komi fram bann við óréttmætum viðskiptaháttum og að bannið gildi áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fari fram eða þjónusta sé veitt. Í 1. mgr. 8. gr. laganna segi svo að viðskiptahættir séu óréttmætir ef þeir brjóti í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða séu líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Að mati fyrirtækisins brjóti umræddar auglýsingar gegn ákvæðunum enda geti það ekki talist góðir viðskiptahættir að halda því fram að vörur samkeppnisaðilans séu ræktaðar upp úr skólpmatni eða klósettvatni, við mengandi aðstæður, af þeim sé vond lykt og brotið sé á réttindum starfsfólks sem sinni ræktuninni. Með því sé verið að reyna hafa áhrif á neytendur og raska fjárhagslegri hegðun þeirra með ólöglegum hætti.

Þá tiltaki Innnes að í 9. gr. laganna sé kveðið á um að viðskiptahættir séu villandi ef þeir séu líklegir til að blekkja neytendur eða séu með þeim hætti að neytendum séu veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Þannig sé í a. og b. lið ákvæðisins tekið fram 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“.*

Þá sé því haldið fram að innflutt grænmeti og ávextir séu ræktaðir úr skólpmatni, við mengandi aðstæður, af því sé vond lykt og að brotið sé á réttindum starfsfólks sem sinni ræktuninni. Með því sé verið að lýsa tilteknu eðli vörunnar og einkennum hennar með blekkjandi hætti gagnvart neytendum. Reynt sé að villa um eða blekkja neytendur með því að veita þeim rangar upplýsingar um eðli og einkenni á innfluttu grænmeti og ávöxtum, þar á meðal vöru Innnes.



Þá vísar Innnes til 14. gr. laga nr. 57/2005, sem kveður á um að óheimt sé að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem marki séu 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 atvinnustarfssemi sem lög þessi taka til. Þær upplýsingar sem settar séu fram í auglýsingunum séu villandi og rangar og ætlunin með þeim sé augljóslega sú að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vörunnar með því að kasta rýrð á aðrar vörur sem eru á markaðnum. Því feli auglýsingar félagsins í sér skýrt brot gegn 14. gr. laganna, að mati Innnes.

Innnes tilgreinir ennfremur að í 2. mgr. 15 gr. laganna sé tiltekið að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varði, leyfðar að uppfylltum eftirfarandi skilyrðum:

„a. þær séu ekki villandi,

[...]

e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, vöruheiti, önnur auðkenni vöru, þjónustu, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing“.

Af hálfu Innnes sé á því byggt að auglýsingarnar brjóti gegn a. og e. lið 2. mgr. 15. gr. laganna. Auglýsingarnar feli í sér samanburð þótt ekki sé reynt að vanda til hans eða haga framsetningu með eðlilegum hætti. Samanburðurinn komi fram í þeirri fullyrðingu að gúrkur sem Sölufélag garðyrkjumanna selji séu ræktaðar úr íslensku, heilbrigðu vatni en innfluttar gúrkur úr skólþvatni. Að sama skapi sé því haldið fram að innfluttir tómatar, séu ræktaðir við mengandi aðstæður en tómatar sem Sölufélag garðyrkjumanna selji, við heilbrigðar aðstæður. Þá sé því haldið fram að innfluttir sveppir lykti illa en sveppir sem Sölufélag garðyrkjumanna selji geri það ekki. Að lokum tiltekur Innnes að settur sé fram sá samanburður að við ræktun á innfluttum jarðaberjum sé farið illa með starfsfólk en við ræktun á jarðaberjum Sölufélags garðyrkjumanna sé svo ekki og þeir sem sinni ræktuninni séu ánægðir. Með auglýsingunum séu gefnar villandi upplýsingar um samkeppnisaðila auk þess sem reynt sé að kasta rýrð á vörumerki samkeppnisaðila og sýna þeim lítilsvirðingu.

Krefst Innnes þess að Neytendastofa beiti Sölufélagi garðyrkjumanna viðeigandi viðurlögum vegna auglýsinganna og að stofnunin beiti ákvæði a. liðar 1. mgr. 22. gr. laganna og sektu fyrirtækið fyrir brot sín gegn lögnum, sem séu skýr og umfangsmikil og beri með sér að fyrirtækið hafi haft skýran ásetning um að brjóta gegn lögnum.



II. Málsmeðferð

1.

Erindi Innnes var sent Sölufélagi garðyrkjumanna til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 4. júní 2018. Svar félagsins barst Neytendastofu með bréfi, dags. 6. júlí 2018. Í bréfinu segir að fyrirtækið sé einkahlutafélag, stofnað af garðyrkjubændum. Rekstrarþættir félagsins lúti að umsýslu á vörum og umbúðum, pökkun á grænmeti og kartöflum, flutningaþjónustu, vöruþróun og markaðsmálum. Rekstri félagsins sé þannig háttáð að grænmetisbændur um land allt leggi inn uppskeru til félagsins sem leggi svo allan metnað sinn í að koma vörunni á sem bestan og ódýrastan hátt til neytenda. Með öflugri stjórn og skilvirku og einföldu markaðskerfi skili um 90% af heildsöluverði vörunnar sér til framleiðenda. Markmiðin séu einföld og byggji á reynslu og þekkingu framleiðenda, sölu- og markaðsfólks ásamt gæðavitund íslenskra neytenda.

Sölufélag garðyrkjumanna hafni því alfarið að umræddar auglýsingar fyrir íslenskt grænmeti feli í sér brot á ákvæðum laga nr. 57/2005. Markmiðið með hinum umþrættu auglýsingum hafi fyrst og fremst verið að upplýsa íslenska neytendur á skemmtilegan og myndrænan hátt um gæði og ferskleika íslenskra afurða, ekki að koma höggi á innflytjendur erlends grænmetis og ávaxta.

Margþættar ástæður séu fyrir því að íslenskt grænmeti og ávextir séu í hæsta gæðaflokki á heimsvísu. Ræktunin grundvallist á ómengdu vatni, hreinu lofti og jarðvegi án allra aukaefna. Af landfræðilegum ástæðum sé nánast engin þörf á því að notast við skordýraeitur og unnt sé að beita lífrænum lausnum, svo sem vespum sem ráðist á flugur sem herji á tómata og gúrkur. Þá geri nálægð við markaðinn það að verkum að ávallt líði stuttur tími frá framleiðslu til dreifingar og við pökkun sé notast við loftskiptar umbúðir sem stuðli að ferskleika, bragðgæðum og aukinni endingu.

Mikil vitundarvakning hafi orðið á síðustu árum um mikilvægi þess að þekkja uppruna og vinnsluferli þeirra matvæla sem komi á markað hér á landi. Kröfur um rekjanleika matvæla aukist með degi hverjum, hvort sem um ræðir grænmeti eða ávexti, eða aðrar matvörur á borð við fisk og kjöt. Sölufélag garðyrkjumanna leggi því ríka áherslu á rekjanleika sinna afurða svo neytendur geti verið öruggir um að þeir séu að kaupa íslenska vöru og geti séð nákvæmlega frá hvaða ræktanda vara kemur. Sérstaða íslensks grænmetis og ávaxta sé því augljós og því til samræmis sýni reynsla félagsins að íslenskir neytendur kjósi íslenskt grænmeti umfram innflutta vöru sé hin íslenska í boði.

Þá frábiðji Sölufélag garðyrkjumanna sér öllum ásökunum Innnes um ósannaðar, rangar og/eða villandi fullyrðingar í hinum umþrættu auglýsingum. Staðreyndin sé sú að ólíkt því sem eigi við um íslenska grænmetis- og ávaxtarækt séu víða um heim misbrestir á því að gætt sé að kröfum um góða framleiðsluhætti og viðunandi aðbúnað verkafólks við ræktun. Meðfylgjandi



erindinu sé að finna fjölda gagna sem renni stoðum undir þennan málatilbúnað félagsins að þessu leyti.

Sölufélag garðyrkjumanna vísi til niðurstaða rannsókna Eurofins í Danmörku sem sýni að meindýraeitur greinist ekki íslenskum agúrkum og tómötum. Samskonar rannsókn á dönskum agúrkum greini hins vegar leifar af meindýraeitrunu *Propamocarb* (0.060 mg/kg) og *azoxystrobin* (0.014 mg/kg).

Þá vísi félagið til erlends og íslensks fréttáflutnings frá árunum 2016 og 2017 þar sem greint sé frá rannsókn danska matvælaeftirlitsins á þvagi barna. Rannsóknin sýni að leifar skordýraeiturs með lífrænu fosfati hafi fundist í þvagi 90% þeirra 144 barna sem rannsóknin tók til. Óljóst sé hvaðan eitrið komi en rannsakendur hafi talið að við innflutta ávexti og grænmeti sé að sakast þar sem notkun viðkomandi efna sé ólögleg í Danmörku. Þá bendi bandarískar rannsóknir til þess að lífræn fosföt hafi neikvæð áhrif á taugaþroska og námsárangur barna.

Sölufélag garðyrkjumanna vísi einnig til skýrslu Verkfræðistofu Jóhanns Indriðasonar ehf., dags. 5. janúar 2015, um kolefnisspor garðyrkjunnar en í skýrslunni sé kolefnisspor innlendrar garðyrju borið saman við kolefnisspor við ræktun innfluttra garðyrkjuafurða eins og tómata, gúrkna, salats, kartaflna, blómplantna og garðplantna. Fyllsta hlutleysis hafi verið gætt til að fegra ekki hlut íslenskrar garðyrkju og af þeim sökum hafi ávallt verið gert ráð fyrir bestu þekktum stafsvenjum í erlendri ræktun. Niðurstöður skýrslunnar í stuttu máli séu þær að íslensk garðyrkja skilji eftir sig minna kolefnisspor í samanburði við innfluttar samkeppnisvörur. Svo dæmi sé tekið þá losi flutningur á salati rúmlega þrefalt meira kolefni (kg CO₂/eining af afurð) samanborið við íslenska ræktun.

Rétt sé að leggja áherslu á að því fari fjarri að tilvitnuð gögn feli í sér tæmandi talningu enda sé um alvarlegt og útbreitt vandamál að ræða. Gögnin sýni þó svo ekki sé villst um að hinar umþrættu auglýsingar byggji á raunverulegum og sannreynanlegum dæmum. Með hliðsjón af framangreindu telji félagið að færðar hafi verið sönnur á þær fullyrðingar um ágæti íslensk grænmetis og ávaxta sem fram komi í hinum umþrættu auglýsingum sbr. áskilnað 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Af því leiði að auglýsingarnar geti ekki talist fela í sér óréttmæta eða viðskiptahætti í skilningi 5., 8. og 9. gr. laganna. Bendi Sölufélag garðyrkjumanna á að í samanburðarauglýsingum séu leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind séu í a. – h. liðum 2. mgr. 15. gr. laganna, en þar á meðal sé áskilið að samanburðurinn sé ekki villandi og að um sé að ræða sannreynanlega eiginleika. Félagið byggji á því að með hliðsjón af framangreindu sé skilyrðum ákvæðisins fullnægt í máli þessu.

Hvað varði sérstaklega málsástæður Innnes um að auglýsingarnar gefi villandi upplýsingar um samkeppnisaðila og kasti rýrð á vörumerki samkeppnisaðila, sbr. e. lið 2. mgr. 15. gr. laganna, þá sé lögð sérstök áhersla á að hvergi í auglýsingunum sé vísað sérstaklega til tiltekinnar framleiðenda eða innflytjenda grænmetis. Ekki sé því hægt að ætla Sölufélagið



garðyrkjumanna að hafa verið að veða sérstaklega að tilteknum samkeppnisaðilum eða kasta rýrð á vörumerki þeirra, þ.m.t. kvartanda og vörumerki hans. Í þessu samhengi megi benda til ákvörðunar Neytendastofu frá 24. september 2015, í máli nr. 35/2015. Áréttað sé að markmið félagsins með hinum umþrættu auglýsingum hafi verið að upplýsa íslenska neytendur um gæði og ferskleika íslenskra afurða en ekki að kasta rýrð á samkeppnisaðila. Sölufélag garðyrkjumanna tiltaki að vissulega hafi mátt haga framsetningu þeirra skilaboða, sem ætlunin var að koma á framfæri, á annan hátt en gert var, m.a.a til að koma í veg fyrir þann misskilning sem kvörtun í þessu máli grundvallist á. Af þeim sökum hafi félagið tekið einhliða ákvörðun um að taka umþrættar auglýsingar úr birtingu og fyrirhugar ekki frekari birtingar á auglýsingunum í óbreyttu formi, óháð niðurstöðu í málinu. Þá sé í þessu sambandi rétt að taka fram að það myndband af gúrkauglýsingu sem kvartandi vísi til og sé að finna á myndbandasíðu Youtube, sé ekki á vegum félagsins og því hafi fyrirtækið ekki tók á að fjarlægja það.

Þá telji Sölufélag garðyrkjumanna í öllu falli rétt að benda á að auglýsingarnar sættu afar takmarkaðri birtingu en auglýsing fyrir gúrkur hafi birst einu sinni þann 8. maí 2018, auglýsing fyrir sveppi tvisvar þann 12. og 18. maí 2018, auglýsing fyrir jarðaber einu sinni þann 13. maí 2018 og auglýsing fyrir tómata einu sinni þann 25. maí 2018. Aðrar birtingar varði auglýsingu fyrir papriku en engin kvörtun hafi verið lögð fram vegna hennar.

Með hliðsjón af framangreindu ítrekar Sölufélag garðyrkjumanna mótmæli við málatilbúnað Innnes og fer fram á að málið verði látið niður falla. Fari svo ólíklega að Neytendastofa telji félagið hafa gerst brotlegt við ákvæði laga nr. 57/2005 með hinum umþrættu auglýsingum þá sé þeirri kröfu Innnes um að stofnunin leggi sektir á fyrirtækið á grundvelli 1. mgr. 22. gr. laganna sérstaklega mótmælt. Með hliðsjón af atvikum málsins og meðalhófsreglu stjórnisýsluréttar, sbr. 12. gr. stjórnisýslulaga nr. 37/1993, sé ekki tilefni til að beita sektum vegna meintra brota. Í því samhengi beri sérstaklega að líta til þess að hversu takmarkaðri birtingu auglýsingarnar sættu og þeirrar staðreyndar að birtingu auglýsinganna hafi verið hætt um leið og Sölufélagi garðyrkjumanna var gert viðvart um kvörtunina.

2.

Bréf Sölufélags garðyrkjumanna var sent Innnes til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 17. júlí 2018. Svar Innnes barst Neytendastofu með bréfi, dags. 2. ágúst 2018. Í bréfinu mótmælir Innnes málatilbúnaði Sölufélags garðyrkjumanna.

Innnes bendir á ummæli framkvæmdastjóra Sölufélags garðyrkjumanna er birst hafi á vefmiðlinum www.visir.is þann 15. júní 2018 en þar hafi eftirfarandi verið haft eftir honum:

„Við lögðum upp með nokkra lykilþætti sem er aðgengi að hreinu vatni, nálægð við markaðinn og kolefnisfótspor matvælananna sem og vinnuréttarsjónarmið. Hér eru greidd rétt laun fyrir vinnuna,“ segir Gunnlaugur. „Við vildum hafa þetta skemmtilegt og húmor í þessu. En samkvæmt þessu hafa ekki allir húmor fyrir þessu. Erum við komin á þann



stað að ekkert megi segja? Við erum ekki að skaða neinn heldur aðeins að vekja umræðu um mikilvæga þætti.“ Gunnlaugur bætir við að húmor sé nú ekki refsiverður. „Ef við megum ekki hafa húmor á þá að henda Mið-Íslandi og Ara Eldjárn í fangelsi?“

Af þessum ummælum sem og ummælum markaðsstjóra félagsins, dags. 9. maí s.l., þar sem m.a. hafi komið fram að skilaboðin væru ögrandi, sé ljóst að Sölufélag garðyrkjumanna hafi verið meðvitað um tilgang auglýsinganna og hvaða hughrif vöknudu við sýningu á þeim. Ummæli þessi bendi til þess að við gerð auglýsinganna hafi ekki verið stuðst við nein gögn eða rannsóknir sem rennt gætu stöðum undir þær fullyrðingar sem birst hafi í auglýsingunum heldur hafi tilgangurinn fyrst og fremst verið að reyna kasta rýrð á vörur samkeppnisaðila. Eftir á sé svo ýmislegt reynt til þess að verja birtingu auglýsinganna þótt þau sjónarmið rími ekki alveg innbyrðis. Framkvæmdastjóri félagsins tali um að þetta hafi verið grín, en markaðsstjórinn tali um að þetta hafi verið gert til að ögra. Í svarbréfi félagsins til Neytendastofu sé hins vegar á því byggt að auglýsingarnar byggji á staðreyndum og gögnum. Grundvöllur auglýsinganna virðist þannig ekki ljós og skýringarnar séu afar misvísandi.

Þá byggji svarbréf Sölufélags garðyrkjumanna á því að með auglýsingunum hafi átt „á skemmtilegan og myndrænan hátt“ að benda á gæði íslensks grænmetis og ávaxta umfram þær vörur sem t.d. Innnes flytji inn. Innnes geti ekki sætt sig við að hinn meinti skemmtilegi og myndræni háttur feli í sér ósmekklegar og fráleitir áskanir í garð innflutts grænmetis og ávaxta.

Því fari fjarri að þau gögn sem lögð séu fram með svarbréfi Sölufélags garðyrkjumanna teljist sönnun á fullyrðingum auglýsinganna í skilningi laga nr. 57/2005, líkt og haldið sé fram af hálfu félagsins en gögnin samanstandi mestmegnis af fréttum frá innlendum og erlendum fréttamiðlum, án þess að nokkur tilraun sé gerð til að taka það fram hvernig þessar fréttir tengist innflutningi á grænmeti og ávöxtum til Íslands eða tilteknum vörum. Innnes tiltaki að því er varði skýrslu Verkfræðistofu Jóhanns Indriðasonar ehf., þá fjalli hún um kolefnisspor grænmetis, blóma og garðplantna á Íslandi. Efni þeirrar skýrslu réttlæti ekki með neinum hætti efni auglýsinganna eða renni stöðum undir innihald þeirra.

Innnes telji það fráleitt að fjalla með svo almennum hætti um þau skjöl sem lögð hafi verið fram með svarbréfinu og halda því fram að auglýsingarnar byggji á raunverlegum og sannreynanlegum dæmum um innflutt grænmeti og ávexti til Íslands, með vísan til þeirra gagna. Ítrekað sé að auglýsingarnar séu mjög villandi og byggji ekki á sannreynanlegum dæmum um eiginleika þeirra vörur sem Innnes flytji inn.

Ennfremur bendi Innnes á að Sölufélag garðyrkjumanna hafi ekki gert umræddar upplýsingar og gögn (sem sanni á engan hátt fullyrðingar þeirra) aðgengilegar fyrir neytendur, heldur sé látið nægja að slengja fram með mjög niðrandi hætti í auglýsingum hljóðum og myndmáli gagnvart vörum samkeppnisaðila, þar á meðal Innnes.



Innes tiltaki að svarbréf Sölufélags garðyrkjumanna sé athyglisvert ef horft sé á umræddar auglýsingar en augljóst sé af áhorfi þeirra hvert markmið auglýsinganna sé. Þar sé látið liggja að því með myndmáli og tali að innflutt grænmeti og ávextir sé ræktað með óhreinu vatni við slæmar aðstæður, öfugt við íslenskt grænmeti og ávexti. Augljóslega sé með þessu verið að gera samanburð og fjalla um vörur samkeppnisaðilanna með niðrandi hætti, án þess að fyrir því liggi nokkur sönnun.

Ef marka megi svarbréf Sölufélags garðyrkjumanna þá virðist sem félagið túlki ákvæði laga nr. 57/2005, þannig að ef tiltekin vara samkeppnisaðila sé ekki nefnd berum orðum á nafn, þá eigi lögin ekki við. Í þessu felist að fyrirtæki gætu í auglýsingum og markaðsefni talað með niðrandi hætti um vörur á vegum samkeppnisaðila sinna ef þau bara gæti þess að tala almennt og nefni ekki tiltekið vörumerki á nafn. Þessi túlkun fái ekki staðist enda væri með henni verið að fara á svig við ákvæði laganna.

Erindi Sölufélag garðyrkjumanna verði vart skilið á annan veg en að fallist sé á að framsetning auglýsinganna hafi verið ósmekklega enda hafi auglýsingunum verið breytt í kjölfar þess að kvörtunin hafi komið fram, þannig að fullyrðingar í garð innflutts grænmetis og ávaxta voru klipptar út og nú sé birtingu auglýsinganna hætt. Það breyti þó ekki þeirri staðreynd að auglýsingarnar feli í sér samanburð og ekki hafi verið reynt að vanda til hans eða haga framsetningu með eðlilegum hætti í samræmi við lög nr. 57/2005.

3.

Bréf Innes var sent Sölufélagi garðyrkjumanna til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 8. ágúst 2018. Svar félagsins barst Neytendastofu með bréfi, dags. 19. september 2018. Í bréfinu segir að heilt yfir telji fyrirtækið að ekkert nýtt efnislega komi fram í bréfi Innes frá 2. ágúst 2018 en engu að síður gefi athugasemdir Innes ástæðu til að koma eftirfarandi áréttungum á framfæri.

Sölufélag garðyrkjumanna ítreki fyrri mótmæli sín og hafni því alfarið að umræddar auglýsingar feli í sér brot á ákvæðum laga nr. 57/2005. Í erindi Innes sé vísað til ummæla fyrirvarsmanns Sölufélags garðyrkjumanna á opinberum vettvangi, annars vegar ummæla framkvæmdastjóra, sem birt voru á vefmiðlinum Vísí þann 15. júní 2018, og hins vegar til ummæla markaðsstjóra, sem birt hafi verið á heimasíðu Fréttablaðsins þann 29. maí 2018. Innes dragi þær ályktanir að af tilvitnuðum ummælum megi ráða að við gerð auglýsinganna hafi „*ekki verið stuðst við nein gögn eða rannsóknir sem rennt gætu stöðum undir þær fullyrðingar sem birtust í auglýsingunum heldur hafi tilgangurinn fyrst og fremst verið að reyna að kasta rýrð á vörur samkeppnisaðila*“. Þá sé ýjað að því að tilvitnuð ummæli séu í ósamræmi við málalíbúnað félagsins eins og hann birtist í athugasemdum þess frá 6. júlí 2018.

Sölufélag garðyrkjumanna hafni þessu alfarið og bendi á að ekkert í tilvitnuðum ummælum styðji fjarstæðukenndar ályktanir Innes. Bent sé á að í viðtali við framkvæmdastjóra félagsins komi skýrt fram að áhersla hafi verið lögð á nokkra lykilþætti við gerð auglýsinganna, þ.e



„aðgengi að hreinu vatni, nálægð við markaðinn og kolefnisfótspor matvælananna sem og vinnuréttarsjónarmið“. Þá komi skýrt fram að ekki hafi staðið til að „skaða neinn heldur aðeins vekja umræðu um mikilvæga þætti“. Vilji hafi staðið til að hafa smá húnur í framsetningu skilaboðanna, en líkt og fram hafi komið í athugasemdum hafi markmið félagsins með hinum umþrættu auglýsingum fyrst og fremst verið að upplýsa neytendur á skemmtilegan og myndrænan hátt um gæði og ferskleika íslenskra afurða.

Hvað varði tilvitnun til orða markaðsstjóra Sölufélags garðyrkjumanna um að skilaboðin með auglýsingum hafi átt að vera „ögrandi“ sé ljóst að orðin hafi verið tekin úr samhengi. Séu þau skoðuð í samhengi komi skýrt fram að við auglýsingagerðina hafi megináhersla verið lögð á „hreinkleika íslenska vatnsins, lágt kolefnisfótspors íslensks grænmetis, þá staðreynd að varnarefni séu ekki notuð við framleiðsluna og síðast en ekki síst vinnuumhverfi og kjör þeirra sem á Íslandi vinna við grænmetisræktun“. Þá komi skýrt fram að auglýsingarnar eigi að vekja fólk til umhugsunar en ekki hafi staðið til að „rúlla yfir innflutt grænmeti almenn“. Ekkert í tilvitnuðum ummælum sem Innnes vísi til gefi til kynna að til hafi staðið að koma höggi á innflytjendur erlends grænmetis og ávaxta eða kasta rýrð á vörur þeirra.

Þá segi í erindi Innnes að skilja megi athugasemdir Sölufélags garðyrkjumanna frá 6. júlí 2018, á þann veg að „ef tiltekin vara samkeppnisaðila sé ekki nefnd berum orðum á nafn eigi löggin ekki við“. Félagið hafni þessari framsæknu túlkun á athugasemdum sínum og bendi á að umfjöllunin hafi að þessu leyti verið skýr um að hún ætti við um meint brot við e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Í því samhengi sé fyrri tilvísun til ákvörðunar Neytendastofu frá 24. september 2015, í máli nr. 35/2015, ítrekuð. Í því máli sagði m.a. í niðurstöðukafla ákvörðunarinnar:

„Í auglýsingunni er ekki vísað með beinum hætti til Símans eða þeirrar þjónustu sem Síminn veitir. Þá getur stofnunin ekki fallist á að kastað sé rýrð á vörumerki símans eða þá þjónustu sem félagið veitir og því er ekki um að ræða brot gegn e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005“.

Í þessu samhengi sé ítrekað að hvergi í hinum umþrættu auglýsingum sé vísað sérstaklega til tiltekinna framleiðanda eða innflytjenda grænmetis, hvorki Innnes né annarra. Ljóst sé því að atvik í máli þessu séu með sama hætti og í ákvörðun Neytendastofu í máli nr. 35/2015 hvað þennan þátt málsins varðar og því engar forsendur til að komast að öndverðri niðurstöðu.

Að lokum, með hliðsjón af öllu framansögðu og fyrri athugasemdum, ítreki Sölufélag garðyrkjumanna mótmæli við málatilbúnað Innnes og fari fram á að málið verði látið niður falla. Fari svo ólíklega að stofnunin telji félagið hafa gerst brotlegt við ákvæði laga nr. 57/2005 með hinum umþrættu auglýsingum þá sé sérstaklega mótmælt kröfu Innnes um að Neytendastofa leggi sekt á það á grundvelli a. liðar 1. mgr. 22. gr. laganna en fyrirtækið telji með hliðsjón af atvikum málsins og meðalhöfsreglu stjórnisýsluréttar, sbr. 12. gr. stjórnisýslulaga nr. 37/1993, ekki tilefni til þess að beita sektum vegna meintra brota. Í því



samhengi beri sérstaklega að horfa til þess hversu takmarkaðri birtingu auglýsingarnar sættu og þeirrar staðreyndar að birtingu auglýsinganna hafi verið hætt um leið og Sölufélagi garðyrkjumanna var gert viðvart um kvörtun.

4.

Bréf Sölufélags garðyrkjumanna var sent Innnes til upplýsingar með bréfi Neytendastofu, dags. 26. september 2018. Með bréfi stofnunarinnar var aðilum málsins tilkynnt um lok gagnaöflunar og að málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.

III.

Niðurstaða

1.

Mál þetta varðar kvörtun Innnes ehf. vegna auglýsinga Sölufélags garðyrkjumanna ehf. á grænmeti og ávöxtum en Sölufélag garðyrkjumanna er sölu- og dreifingaraðili grænmetis og ávaxta fyrir innlenda framleiðendur. Snýr kvörtunin að því að Innnes telji Sölufélag garðyrkjumanna hafa brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., a. og b. lið 1. mgr. 9. gr., 14. gr. og 2. mgr. 15. gr., sbr. 5. og 8. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með auglýsingum sem séu rangar, villandi og tilraun til þess að reyna skaða vörur Innnes. Auglýsingarnar sem varði gúrkur, tómata, sveppi og jarðaber, feli í sér ósmekklegar og fráleitir ásakanir í garð innflutts grænmetis og ávaxta en Innnes flytur inn allar umræddar vörur. Að mati Innnes sé í auglýsingunum sett fram sú fullyrðing að innflutt grænmeti sé ræktað úr skólþvatni (auglýsing um gúrkur), við mengandi aðstæður (auglýsing um tómata), að innfluttar vörur séu ógeðfelldar og lykti illa (auglýsing um sveppi) og loks að brotið sé á réttindum starfsfólks sem sinni ræktuninni (auglýsing um jarðarber). Af framsetningu auglýsinganna sé augljóst að þetta sé ætlunin og þeim ætlað að vekja þessi hughrif hjá áhorfendanum. Innnes gerir þá kröfu að Neytendastofa beiti Sölufélagi garðyrkjumanna sektum fyrir brot gegn lögum nr. 57/2005. Í bréfi Neytendastofu, dags. 4. júní 2018, kom fram að stofnunin teldi 15. gr. laganna í heild sinni geta átt við um erindið.

Sölufélag garðyrkjumanna hafnar því alfarið að umræddar auglýsingar fyrir íslenskt grænmeti feli í sér brot á ákvæðum laga nr. 57/2005 og fer fram á að málið verði látið niður falla en til vara er því mótmælt að fyrirtækinu verði beitt sektum eins og krafist sé í kvörtun Innnes. Félagið frábiður sér öllum ásökunum um ósannaðar, rangar og/eða villandi fullyrðingar í auglýsingunum. Staðreyndin sé sú að ólíkt því sem eigi við um íslenska grænmetis- og ávaxtarækt þá séu víða um heim misbrestir á því að gætt sé að kröfum um góða framleiðsluhætti og viðunandi aðbúnað verkafólks við ræktun eins og gögn sýni fram á. Sölufélag garðyrkjumanna telji að færðar hafi verið sönnur á þær fullyrðingar um ágæti íslensks grænmetis og ávaxta sem koma fram í hinum umþrættu auglýsingum, sbr. 4. mgr. 6. gr. laganna. Af því leiði að auglýsingarnar geti ekki talist fela í sér óréttmæta eða villandi viðskiptahætti í skilningi 5., 8., eða 9. gr. laganna. Þá séu samanburðarauglýsingar leyfðar að



uppfylltum nánari skilyrðum, sbr. a.- h. liða 2. mgr. 15. gr., en þar á meðal sé áskilið að samanburðurinn sé ekki villandi og að um sé að ræða sannreynanlega eiginleika, sem sé skilyrði sem fullnægt sé í máli þessu. Þá sé hvergi vísað sérstaklega til tiltekinna framleiðanda eða innflytjanda grænmetis. Því sé ekki hægt að ætla félaginu að hafa verið að veða sérstaklega að tilteknum samkeppnisaðila eða kasta rýrð á vörumerki þeirra.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 leggur 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. laganna segir:

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

Ákvæði 8. gr. er í III. kafla laganna og 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 1. mgr. 9. gr. laganna, sem einnig er í III. kafla þeirra, er um það fjallað að viðskiptahættir séu 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. Samkvæmt a. og b. liðum er átt 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.“*

Í 2. mgr. 9. gr. laganna er enn fremur kveðið á um að viðskiptahættir séu 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 neytanda 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.

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 gagnvart keppinautum auglýsanda eða 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 heyri þar undir. Í umfjöllun um ákvæðið segir t.d. að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrðir að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð og falli því undir ákvæði laganna. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. liðum 2. mgr. 15. gr. Í erindi Innnes var sérstaklega vísað til a. og e. liða. Ákvæðin eru svohljóðandi:

„a. þær séu ekki villandi,

[...]

e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, vöruheiti, önnur auðkenni, vöru, þjónustu, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing,“

3.

Þegar horft er til hinna umþrættu auglýsinga er mál þetta varðar, og kvörtun Innnes lítur að, má ljóst vera að ekki er vísað með beinum hætti til Innnes eða annarra samkeppnisaðila Sölufélags garðyrkjumanna á markaði. Auglýsingarnar eiga allar það sammerkt að viðskiptavinur gengur um verslun, tekur upp grænmeti eða ávöxt sem á stendur „imported“ sem útleggst á íslensku sem innflutt vara. Í auglýsingunum heyrast hljóð í vinnuvélum og vélagný, kvenmannsöskur, eins og sturtað sé úr klósetti og ólykt þegar viðskiptavinurinn er með hinar innfluttu vörur. Þegar viðskiptavinurinn tekur upp vörur Sölufélags garðyrkjumanna heyrir hins vegar falleg tónlist eða brosandandi veifandi bóndi ásamt því að lesinn er upp textinn: „Grænmeti sem ber merkið okkar er ræktað með hreinu íslensku vatni. Hvaða vatn fer í gegnum grænmetið þitt?



Íslenskt grænmeti, þú veist hvaðan það kemur“. Að mati Neytendastofu er augljóst með hliðsjón af framangreindu að vísað er í auglýsingunni til innflutts grænmetis og ávaxta á íslenskum markaði og gefið í skyn að aðstæður við ræktun, hreinlæti og gæði þess sé óviðunandi og ábótavant. Í auglýsingunum felst því óhjákvæmilega samanburður á grænmeti og ávöxtum Sölufélags garðyrkjumanna við innflutt grænmeti og ávexti samkeppnisaðila á hinum íslenska markaði. Samkvæmt framansögðu er því um samanburðarauglýsingar að ræða í skilningi 1. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2015. Samanburðarauglýsingar þurfa, að því er samanburð varðar, að uppfylla öll skilyrði 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 og koma þau því næst til skoðunar.

Neytendastofa fellst ekki á þá skýringu Sölufélags garðyrkjumanna að tilgangur umræddra auglýsinga sé einvörðungu sá að upplýsa neytendur um gæði og ferskleika íslenskra afurða. Telur Neytendastofa telur að með samanburðarauglýsingunum sé gefið til kynna að innflutt grænmeti sé ræktað við mengandi og óásættanlegar aðstæður og hreinlætis jafnvel ekki gætt, ólíkt því ef íslensk framleiðsla félagsins verði fyrir valinu. Hvergi er að finna frekari skýringar um það á hverju framangreint er byggt. Í auglýsingunum er ekki að finna neinar hlutlægar upplýsingar sem renna stoðum undir hinar umdeildu fullyrðingar, til að mynda með stjórnnumerkingu eða á annan skýran hátt. Þá er neytandinn ekki upplýstur um hvar eða hvernig hann geti staðreynt slíkar hlutlægar upplýsingar sem stutt gætu fullyrðinguna í auglýsingunum. Að mati Neytendastofu eru auglýsingarnar neikvæðar og lítilsvirðandi í garð keppinauta á markaði. Þrátt fyrir að málsgögn Sölufélags garðyrkjumanna bendi til þess að gæði, ferskleiki og aðbúnaður starfsfólks ræktunar kunni að vera ábótavant í einhverjum löndum þá er alhæfing þess efnis einfaldlega ótæk. Þá segir jafnframt í 1. mgr. 15. gr. berum orðum að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinautar eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Með hliðsjón af framangreindu telur Neytendastofa að með samanburðarauglýsingunni sé kastað rýrð á vörur Innnes. Samanburðarauglýsingarnar brjóta því gegn e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Með vísan til framangreinds telur Neytendastofa jafnframt um að ræða villandi samanburð sem brýtur gegn a. lið 2. mgr. 15. gr. laganna.

Samkvæmt 2. mgr. 9. gr. laganna eru viðskiptahættir 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 neytanda um að eiga viðskipti. Í auglýsingunum er ekki greint frá upplýsingum sem útskýrt gætu þá viðskiptahætti sem um er deilt, sbr. ofangreinda umfjöllun. Neytendastofa telur að um sé að ræða upplýsingar sem skipti neytendur almennt máli við val á því hvaða grænmeti og ávexti það kaupir og að upplýsingarnar séu til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytanda um að eiga viðskipti. Því telur Neytendastofa að auglýsingarnar séu villandi og brjóti að þessu leyti gegn 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Einnig verður að telja að auglýsingarnar fari gegn 4. mgr. 6. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laganna þar sem ekki hafa verið færðar sönnur fyrir umræddri fullyrðingu, þær fela í sér óréttmæta viðskiptahætti, brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og eru líklegar til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda.



Eins og framan greinir eru auglýsingarnar villandi. Neytendastofa telur þær til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn vara og brjóta gegn 14. gr. laga nr. 57/2005.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 að banna Sölufélagi garðyrkjumanna að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti og beinir þeim fyrirmælum til fyrirtækisins að fjarlægja auglýsingarnar þar sem þeim hefur verið komið á framfæri.

Neytendastofa telur, m.a. með hliðsjón af umfangi brotsins, jafnræðis- og meðalhófsreglu stjórnsýslulaga, ekki tilefni til þess að beita Sölufélagi garðyrkjumanna sektum á grundvelli a. liðar 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Sölufélag Garðyrkjumanna ehf., 104 Reykjavík, hefur brotið gegn 4. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr., 14. gr. og a. og e. liðum 2. mgr. 15. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með birtingu villandi samanburðarauglýsinga.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Neytendastofa Sölufélagi garðyrkjumanna ehf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, beinir Neytendastofa þeim fyrirmælum til Sölufélags Garðyrkjumanna ehf. að fjarlægja samanburðarauglýsingarnar þar sem þeim hefur verið komið á framfæri innan tveggja vikna frá dagsetningu ákvörðunar þessarar. Verði ekki farið eftir fyrirmælunum má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.“

Neytendastofa, 21. desember 2018

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Pórunn Anna Árnadóttir