



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 5/2023

Jólabjóradaatal Nýju Vínbúðarinnar

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til 55 Mayfair Online Ltd., rekstraraðila Nýju Vínbúðarinnar, dags. 22. desember 2022, vísaði stofnunin til þess að fjöldi ábendinga hafi borist stofnuninni vegna viðskiptahátta félagsins í tengslum við sölu á „Jólabjóradaatali“. Vísaði stofnunin m.a. til þess að markaðssetning félagsins í tengslum við dagatölin kynni að vera villandi með hliðsjón af því hvernig upplýsingagjöf var háttað til neytenda í markaðsefni fyrir umrædd dagatöl. Í tengslum við það vísaði stofnunin til ákvæða 1. mgr. 8. gr., a. og g. liða 1. mgr. og 2. mgr. 9. gr., a. og e. liða 1. mgr. 10. gr. og 13. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í bréfi stofnunarinnar var jafnframt vísað til þess að ákvæði laga nr. 16/2016, um neytendasamninga, kæmu til álita aðallega í tengslum við upplýsingagjöf félagsins um réttinn til að falla frá samningi við fjarsölu, sbr. skyldu g. liðar 1. mgr. 5. gr. laganna. Vísaði stofnunin m.a. til 10. gr. laganna um skyldu seljanda til að birta ákveðnar upplýsingar við fjarsölu. Þá var sérstaklega vísað til ákvæða 16. gr., 17. gr., 3. og 4. mgr. 21. gr., 22. og 23. gr. laganna, í tengslum við inntak réttarins til að falla frá samningi og mismunandi skyldur seljenda þegar upplýsingagjöf er ekki í samræmi við skyldur 1. mgr. 5. gr. laganna. Tilgreindi stofnunin að það kæmi m.a. til skoðunar hvort slíkur skortur hafi verið á upplýsingagjöf félagsins að framlengdur frestur samkvæmt 3. mgr. 17. gr. laganna ætti við, ásamt ákvæði 4. mgr. 22. gr., sem takmarkar rétt seljanda til að taka tillit til rýrnunar á verðgildi vöru ef upplýsingaskylda g. liðar 1. mgr. 5. gr. laganna er ekki uppfyllt. Þá væri jafnframt til skoðunar hvort félaginu beri skylda til að endurgreiða kaupendum allar greiðslur með sama greiðslumiðli og nýttur var við kaupin, sbr. 20. og 21. gr. laganna, leggi hann fram sannanlega tilkynningu um að hann falli frá samningi innan frestsins.

Óskaði stofnunin eftir skýringum og athugasemdum frá félaginu vegna erindisins.



2.

Svar félagsins barst stofnuninni með tölvubréfi, mótt. 28. desember 2022. Í svarinu kemur fram að félagið telji það hafa verið skýrt frá upphafi að í dagatalinu væru hinir ýmsu bjórar auk jólabjóra. Eftir á að hyggja hefði verið betra að vera eingöngu með jólabjóra, sem hægt væri að skoða næstu jól, en þetta árið hefði verið mjög skýrt að þetta væri blanda af bjórum.

Félagið hafi í gegnum tíðina kappkostað við að gera viðskiptavinum sína ánægða og tekið mjög nærri sér alla gagnrýni á þá vöru eða þjónustu sem það bjóði upp á hverju sinni. Gagnrýni þessi sé ekki réttmæt þó að vissulega megi alltaf gera betur, t.d. varðandi verð, umbúðir, vörur, þjónustu o.s.frv. Félagið hafi lagt sig fram við að hafa þetta dagatal glæsilegt og að allir sem komu að gerð dagatalsins séu algjörlega miður sín yfir þessum múgæsingi.

Í bréfi félagsins, sem var meðfylgjandi erindinu, kom hins vegar fram að rétt sé að geta þess að fyrirsögn bréfs Neytendastofu sé ekki rétt og hið sama megi segja um skáletraðan texta innan gæsalappa þar sem standi „jólabjóra dagatal“. Hið rétta sé að dagatalið sem um ræðir hafi verið kynnt „jólabjórdagatal“. Það hafi því verið skýrt að um hafi verið að ræða jóladagatal með blöndu af bjórum.

Nánar um þetta megi sjá í lýsingu vörunnar á heimasíðu félagsins þar sem eftirfarandi hafi komið fram:

„Á bak við hvern og einn af 24 gluggum þessa fallega hannaða adventudagatals er 330 ml dós af bjór sem tryggt er að kæti bragðskynið.“

Fimm stjörnu dagatalið inniheldur blöndu af Pale Ale, bjór, IPA, stouts og gæða jólabjór frá Íslandi, Danmörku og Þýskalandi.“

Það hafi því verið fullkomlega ljóst, bæði af fyrirsögn og kynningu vörunnar, að aldrei hafi staðið til eða verið gefið í skyn af hálfu félagsins að í dagatalinu væru eingöngu jólabjórar eins og megi ráða af bréfi Neytendastofu.

Hvað skilarétt á vörunni varði sé það ljóst að um hafi verið að ræða vöru sem eingöngu hafði líftíma til 1. desember 2022. Varan hafi verið sett í sölu í nóvember og því ljóst að varan rýrnaði og úreldist á nokkrum dögum. Félagið hafi því haft fullan rétt á að hafna því að kaupandi félli frá samningi eftir 1. desember 2022, sbr. d-lið 18. gr. laga nr. 16/2016, um neytendasamninga.

Það sé þó rétt að taka fram að félagið, umfram skyldu, hafi samþykkt að kaupendur skiluðu innihaldi dagatalanna, þ.e. þeim bjórum sem þeir höfðu ekki áhuga á að neyta. Þá hafi öllum kaupendum verið veitt 2.000 kr. inneign hjá seljanda til nota í framtíðarviðskiptum. Með þessu móti hafi félagið komið verulega til móts við kaupendur, umfram skyldu.



Samkvæmt framangreindu telji félagið að erindi Neytendastofu sé byggt á misskilningi um öll lykilatriði er varðar kynningu og framsetningu á vörunni sem hafi verið boðin neytendum. Þá hafi Neytendastofa ekki verið upplýst af þeim sem kvartað hafi hvernig brugðist hafi verið við óskum um skil vörunnar og hversu vel hafi verið tekið á móti kvartendum og lausnir boðnar. Það megi líkja þeirri bylgju sem fór af stað við múgæsingu frekar en að innistæða væri fyrir óánægju kaupenda.

Það sé rétt að taka fram að félagið telji skiljanlegt að ef talið sé að varan hafi verið kynnt sem „jólabjóra dagatal“ að allir bjórar í dagatalinu ættu að vera svokallaðir jólabjórar. Sú hafi þó ekki verið raunin og því ekkert athugavert við kynningu vörunnar sem Jólabjórdagatal sem hafi innihaldið blöndu af ýmsum bjórum, þ.m.t. jólabjóra. Við það hafi verið fyllilega staðið og hafi flestir kaupendur verið ákaflega ánægðir með vöruna.

3.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 5. janúar 2023, var erindi félagsins svarað.

Í bréfinu vísaði stofnunin til þess að í tengslum við d. lið 1. mgr. 18. gr. laga nr. 16//2016 telji stofnunin mikilvægt að litið sé til þess að um bjór sé að ræða. Mat stofnunarinnar velti á líftíma vörunnar, t.a.m. þegar um sé að ræða matvæli sem mygli hratt, heimsendan mat, fersk blóm o.s.frv. Við matið telji stofnunin mikilvægt að líta til ætlaðs endingartíma vörunnar miðað við eðlilegar geymsluáðstæður.

Benti stofnunin á að verði komist að þeirri niðurstöðu að framlengdur frestur samkvæmt 3. mgr. 17. gr. laganna eigi við myndu neytendur eiga rétt til fullrar endurgreiðslu án tillits til verðyrnunar. Myndi það gilda óháð því hvort félagið hafi veitt viðskiptavinum sínum inneign að andvirði 2.000 kr., enda fæli rétturinn til að falla frá samningi í sér fulla endurgreiðslu með sama greiðslumiðli og notaður hafi verið við upprunaleg viðskipti, sbr. 20. og 21. gr. laganna. Væri inneign ekki hæfileg endurgreiðsla í skilningi ákvæðisins nema greiðsla hafi verið framkvæmd með inneign. Telji stofnunin ákvæðin eiga við væri umrædd framkvæmd því ekki umfram skyldu, eins og haldið hafi verið fram í erindi félagsins. Að öðru leyti vísi stofnunin til umfjöllunar um ákvæði laga nr. 16/2016 í bréfi sínu, dags. 22. desember 2022.

Hvað varði mat stofnunarinnar við heimfærslu viðskiptahátta til 9. gr. laga nr. 57/2005 sé ekki einungis metið hvort upplýsingarnar séu beinlínis rangar, heldur sé jafnframt metið, með hliðsjón af samhengi upplýsinga í markaðsefni félagsins, hvort upplýsingarnar hafi verið settar fram með þeim hætti að þær hafi verið villandi fyrir neytendur. Markaðsefnið sé þannig metið í heild sinni. Við matið væri meðal annars litið til þess hvaða væntingar neytandi mætti með réttu hafa til eiginleika umræddrar vöru með hliðsjón af veittum upplýsingum. Þá sé einnig mikilvægt að líta til þess hvort rétt hafi verið að veita ákveðnar upplýsingar, sem ekki hafi verið veittar, þar sem þær teljist skipta neytendum almennt máli og séu líklegar til þess að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti, sbr. 2. mgr. 9. gr. laganna. Við matið sé ekki einungis athugað hvort einstaka upplýsingar hafi verið réttar eða beinlínis rangar, heldur



sé markaðsefnið metið í heild sinni. Í máli þessu muni stofnunin meta hvort félagið hafi staðið þannig að upplýsingagjöf við markaðssetningu dagatalsins að hinn almenni neytandi hefði með réttu mátt ætla að eiginleikar vörunnar væru eins og raunin reyndist.

Stofnunin bendi jafnframt á að við mat á því hvort um sé að ræða brot gegn 1. eða 2. mgr. 9. gr., mun meðal annars vera litið til upplýsingagjafar á heimasíðu félagsins um lögbundin réttindi neytenda, þ. á m. rétt til að falla frá samningi á grundvelli laga nr. 16/2016, eins og skylt er að veita samkvæmt lagaskyldu.

Stofnunin ítreki jafnframt tilvísanir til annarra ákvæða laga nr. 57/2005 í upprunalegu erindi sínu.

Bauð stofnunin félaginu að koma að frekari athugasemdum með hliðsjón af bréfi stofnunarinnar og upprunalegu erindi hennar.

4.

Svar barst stofnuninni með bréfi, dags. 1. febrúar 2023. Í bréfinu vísaði félagið til þess að hvað d. lið 1. mgr. 18. gr. laga nr. 16/2016 varði verði að horfa til þess að um matvöru sé að ræða. Bjór sé matvara og beri að horfa á vöruna sem slíka og komi þannig ákvæði i. liðar 3. mgr. 1. gr. laganna einnig til greina. Varan falli því ekki undir ákvæði laganna per se. Þar að auki sé bjór með takmarkaðan líftíma í þeim skilningi að hann renni hratt út. Þá sé bjór einnig með mismunandi líftíma eftir tegundum. Enn fremur beri að hafa í huga að þegar um jólabjór sé að ræða, eins og var að hluta til í þessu tilviki, þá renni hann sannarlega út um leið og jólin ganga í garð enda verði hann ónýtur löngu fyrir jólahátíð næsta árs. Það sé því ómögulegt annað en að líta svo á að sá bjór sem var í jólabjórdagatali félagsins sé matvara sem hafi skamman líftíma. Að auki verði að horfa til þess að pakkningarnar séu bundnar við jólin og í ljósi skamms líftíma innihaldsins sé átt við þau jól sem gengu í garð í desember síðastliðinn.

Í ljósi þessa sé fráleitt að ætla að framlengdur frestur samkvæmt 3. mgr. 17. gr. laganna geti átt við í þessu tilviki, meðal annars vegna þess að það sé ekki skilaréttur á vörunni.

Varðandi mat á heimfærslu til 9. gr. laga nr. 57/2005 þá sé rétt að áréttta að markaðsefnið hafi verið mjög skýrt. Ekki hafi verið um að ræða Jólabjóra dagatal, eins og m.a.s. Neytendastofa sjálf sagði í fyrra bréfi sínu, heldur var skýrt að um Jólabjórdagatal hafi verið að ræða, s.s. jóladagatal með bjórum í. Þetta sé augljóst. Þá hafi innihaldslýsingin verið mjög skýr hvað innihaldið varði, en það hafi verið blanda af bjórum, bæði jólabjórum og öðrum tegundum.

Vísaði félagið í erindi sínu til eftirfarandi klausu í auglýsingunni: „*Fimm stjörnu dagatalið inniheldur blöndu af Pale Ale, bjór, IPA, stouts og gæða jólabjór frá Íslandi, Danmörku og Þýskalandi.*“



Það sé því fullkomlega ljóst af bæði fyrirsögn og kynningu vörunnar að aldrei hafi staðið til eða gefið í skyn af hálfu félagsins að í dagatalinu væru eingöngu jólabjórar eins og þó megi ráða af texta fyrra erindis Neytendastofu. Það sé lágmarks krafa til stofnunar eins og Neytendastofu að rétt sé með farið og orð og hugtök ekki sveigð eða þeim breytt þannig að í þeim búningi valdi þau misskilningi sem ekki hafi verið til staðar ef rétt sé með farið. Það sé ekkert við orðnotkun og lýsingu vörunnar að athuga eins og hún var sett fram af félaginu. Kjósi Neytendastofa að breyta orðum og texta í eitthvað annað þá sé auðvitað hægt að skrumskæla hvert einasta mál sem komi til kasta stofnunarinnar.

Félagið ítreki að það telji erindi Neytendastofu byggja á misskilningi um öll lykilatriði er varði kynningu og framsetningu á vörunni sem hafi verið boðin neytendum.

Upplýsingar um skilarétt á heimasíðu félagsins séu samkvæmt 9. gr. laga nr. 57/2005, þ.e. að kaupandi geti ekki skilað vöru til Nýju Vínbúðarinnar, valið nýja eða fengið hana endurgreidda. Þetta byggir félagið á því að um matvöru sé að ræða. Sambærilegt ákvæði sé að finna hjá öðrum seljendum matvöru þessarar tegundar.

Með bréfi til Nýju Vínbúðarinnar, dags. 1. febrúar 2023, lýsti stofnunin gagnaöflun lokið og tók málið til ákvörðunar á grundvelli fyrirbyggjandi gagna.

II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta lýtur að skyldu 55 Mayfair Online Ltd., rekstraraðila Nýju Vínbúðarinnar, til að upplýsa neytendur um réttinn til að falla frá samningi samkvæmt lögum nr. 16/2016 á heimasíðu sinni nyjavinbudin.is, áhrif þeirrar skyldu á réttarstöðu neytenda og hvort framsetning upplýsinga til neytenda við markaðssetningu á Jólalbjóradagatali á sömu vefsíðu hafi verið villandi með hliðsjón af ákvæðum laga nr. 57/2005. Í málinu telur Neytendastofa n.tt. að ákvæði g. liðar 1. mgr. 5. gr., sbr. 10. gr. laga nr. 16/2016, um neytendasamninga, ásamt 1. mgr. 8. gr., a. og g. lið 1. mgr. og 2. mgr. 9. gr., a. og e. liði 1. mgr. 10. gr. og 13. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, komi til greina við mat á lögmæti háttsemi félagsins. Telur stofnunin jafnframt koma til skoðunar með hvaða hætti ákvæði 16., 17. og 20. – 22. gr. laga nr. 16/2016 hafa áhrif á rétt neytenda til að falla frá samningi í máli þessu.

Í svörum félagsins var því aðallega haldið fram að ekki væri skylda á félaginu að veita upplýsingar um rétt neytenda til að falla frá samningi þar sem undantekning d. liðar 1. mgr. 18. gr. laga nr. 16/2016 ætti við í málinu. Vísaði félagið meðal annars til þess að varan hefði eingöngu líftíma til 1. desember 2022. Í svörum félagsins var því haldið fram að undantekningarákvæði d. liðar 1. mgr. 18. gr. laganna ætti við um vörur félagsins þar sem að



um matvöru/drykkjarvöru væri að ræða. Með vísan til sama ákvæðis var því haldið fram að varan hefði eingöngu líftíma til 1. desember 2022. Hvað varðar heimfærslu til 9. gr. laga nr. 57/2005 telur félagið að ekki hafi átt að fara á milli mála út frá upplýsingum í markaðsefni að um hafi verið að ræða dagatal með ýmsum tegundum bjóra, en ekki að það hafi aðeins innihaldið jólabjóra. Þá vísaði félagið jafnframt til þess að upplýsingagjöf til neytenda um lögbundinn rétt þeirra til að falla frá samningi hafi ekki farið í bága við ákvæði g. liðar 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Tók félagið jafnframt fram að dagatalið hafi borið heitið *Jólabjórdagatal*, ekki *Jólabjóradaatal*, sem innihélt þannig blöndu af bjórum almennt. Vísaði félagið einnig til i. liðar 3. mgr. 1. gr. til að renna stoðum undir að gildissvið laganna næði ekki yfir umrædda vöru. Í ljósi þess sé fráleitt að framlengdur frestur 3. mgr. 17. gr. eigi við.

2.

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

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

Í 1. mgr. 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. 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 a.–g. lið málgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Í erindi Neytendastofu var vísað til a. og g. staflíða ákvæðisins er þar segir að átt sé við rangar upplýsingar um:



„a. eðli vöru eða þjónustu og hvort varan sé til eða þjónustan fyrir hendi,
[...]
g. lögbundin réttindi neytenda.“

Þá segir í 2. mgr. 9. gr. laganna:

„Viðskiptahættir eru 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 neytenda 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 megi þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr.

Samkvæmt 1. mgr. 10. gr. laganna skal fyrirtæki sem hyggst auglýsa eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum vegna tiltekinnar vöru eða þjónustu, eftir því sem við á og að teknu tilliti til auglýsingamiðilsins sem nýttur er, meðal annars veita upplýsingar um:

„a. helstu eiginleika vörunnar eða þjónustunnar,
[...]
e. rétt til að falla frá kaupum, afþöntun eða skilarétt hafi neytendur slíkan rétt, víki meðferðin frá því sem tíðkast í starfsgreininni.“

Af inntaki ákvæðisins má ljóst vera að fyrirtæki sem hyggjast auglýsa eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum vegna tiltekinnar vöru eða þjónustu ber, eftir því sem við á og að teknu tillits til þess auglýsingamiðils sem nýttur er, að veita upplýsingar um ýmiss atriði, þ. á m. helstu eiginleika vöru og lögbundinn rétt neytenda til að falla frá samningi. Meginreglan er sú að allar upplýsingar sem skipta neytendur verulegu máli skuli koma fram.

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

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

Ákvæði 1. mgr. 13. gr. er matskennt og er það Neytendastofu eða dómstóla að meta hvort viðskiptahættir samræmist góðum viðskiptaháttum á hverjum tíma. Við það mat hefur stofnunin m.a. litið til sjónarmiða annarra laga sem eiga við um starfsemina, þar sem það á við.



Í lögum nr. 16/2016 er að finna ýmsar mikilvægar reglur um rétt neytenda til að fá ákveðnar upplýsingar fyrir og við gerð samnings um sölu á vörum og þjónustu þegar seljandi hefur atvinnu af því að selja vörur eða veita þjónustu. Er lögunum að meginstefnu til ætlað að skýra réttarstöðu neytenda þegar um er að ræða fjarsölusamninga eða samninga gerða utan fastrar starfsstöðvar. Þá er einnig fjallað um rétt neytenda til að falla frá samningi.

Í 5. gr. laganna eru tíundaðar þær upplýsingar sem neytandi á rétt á frá seljanda áður en samningur er gerður utan fastrar starfsstöðvar eða við fjarsölu. Í g. lið 1. mgr. 5. gr. segir að neytandi eigi rétt á upplýsingum innan hæfilegs frests áður en samningur utan fastrar starfsstöðvar eða fjarsölusamningur er gerður um:

„g. skilyrði, tímamörk og tilhögun réttar til að falla frá samningi, ef hann er fyrir hendi, í samræmi við 1. og 2. mgr. 19. gr. laga þessara, ásamt samræmdu stöðluðu uppsagnareyðublaði sem ráðherra gefur út í reglugerð.“

Í 10. gr. laganna er fjallað um skyldu seljanda til að veita upplýsingar eða gera þær aðgengilegar neytanda samkvæmt 1. mgr. 5. gr. Skal það gert með aðferðum sem henta þeim fjarskiptaaðferðum sem eru notaðar á skýru og skiljanlegu málu. Skulu þær vera læsilegar séu þær veittar á varanlegum miðli. Þrátt fyrir ákvæði 11. gr. um takmarkaða upplýsingagjöf í ákveðnum tilvikum er seljanda ávallt skylt að veita upplýsingar þær sem g. liður 1. mgr. 5. gr. kveður á um, sbr. 1. mgr. 11. gr. laganna, áður en gengið er frá samningi.

VI. kafli laganna fjallar síðan um rétt neytenda til að falla frá samningi. Þar er í 16. gr. tekið fram að neytandi skuli eiga rétt á að falla frá samningi utan fastrar starfsstöðvar eða fjarsölusamningi án þess að tilgreina neina sérstaka ástæðu og án þess að bera neinn kostnað umfram þann sem fjallað er um í 3. mgr. 21. gr., 22. gr. og 23. gr. laganna. Í 17. gr. laganna er síðan fjallað um frestinn til að falla frá samningi. Í 1. mgr. ákvæðisins kemur fram að meginreglan sé sú að frestur til að falla frá samningi renni út fjórtán dögum eftir að gengið var frá samningi um kaup á þjónustu eða neytandi tók vöru í vína vörslu. Hvað vörur varðar er í a. – c. liðum 1. mgr. 17. gr. fjallað um við hvaða tímamark fresturinn byrjar að líða við ákveðnar aðstæður. Í 3. mgr. 17. gr. kemur eftirfarandi fram:

„Hafi seljandi ekki látið neytanda í té upplýsingar um rétt til að falla frá samningi, eins og krafist er í g-lið 1. mgr. 5. gr., skal réttur til að falla frá samningi renna út 12 mánuðum eftir að upphaflega frestinum til að falla frá honum lýkur, sbr. 1. mgr.“

Í ákvæðinu er að finna sterkan hvata fyrir fyrirtæki að uppfylla skyldu sína um að birta upplýsingar um réttinn til að falla frá samningi. Standi fyrirtæki ekki við þá skyldu sína hafa neytendur 12 mánuði til að falla frá samningi. Þá er söluaðila við þær aðstæður ekki heimilt að taka tillit til rýrnunar á verðgildi vörunnar, sbr. 2. másl. 4. mgr. 22. gr. laganna.



Um undantekningar frá réttinum til að falla frá samningi er fjallað í 18. gr. laganna. Í d. lið 1. mgr. 18. gr. laganna segir að réttur neytenda til að falla frá samningi taki ekki til:

„afhendingar á vöru sem líklegt er að rýrni eða úreldist fljótt.“

Er ákvæðinu ætlað að ná yfir vörur sem vegna eðlis síns rýrna eða úreldast svo fljótt að það kann að gerast annaðhvort innan frestsins til að falla frá samningi eða stuttu eftir. Í framkvæmd hefur gjarnan verið vísað til matar og/eða drykkja sem vara sem renna hratt út, þ. á m. þær matvörur sem þarf að geyma í kæli, heimsendingu frá veitingastöðum eða fersk blóm.

3.

Í máli þessu er annars vegar til skoðunar hvort Nýja Vínbúðin hafi staðið við skyldur sínar til að upplýsa neytendur um rétt sinn til að falla frá samningi samkvæmt lögum nr. 16/2016, um neytendasamninga. Þá er jafnframt til álita hvort félagið hafi við markaðssetningu á Jólalbjóradagatölum og með því að birta ekki upplýsingar um réttinn til að falla frá samningi brotið gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Mun stofnunin fyrst fjalla um upplýsingagjöf félagsins til neytenda um rétt þeirra til að falla frá samningi og síðan um markaðssetningu á Jólalbjóradagatali.

Áður en lengra er haldið telur stofnunin rétt að ráða úr því hvort skilmálar félagsins falla utan gildissviðs laga nr. 16/2016 á grundvelli i. liðar 3. mgr. 1. gr. laganna, eins og félagið vísar til í svörum sínum. Vísar Neytendastofa til þess að í ákvæðinu er fjallað um sendla sem fara *tíðar og reglubundnar ferðir* með matvöru, drykki eða aðra vöru til *daglega heimilisnota*. Svo að vörur falli utan gildissviðs laganna þurfa bæði framangreind skilyrði að vera uppfyllt. Skilyrði ákvæðisins um tíðar og reglubundnar ferðir sendils er ekki uppfyllt þar sem að viðskipti félagsins snúa að meginstefnu um einstaka kaup neytenda í gegnum vefsíðu félagsins. Jólalbjóradagatöl félagsins voru meðal annars seld með einstaka kaupum. Hið sama má segja um aðrar vörur félagsins. Þá ber að meta hvort viðskipti félagsins við neytendur feli í sér dagleg heimilisnot í skilningi ákvæðisins. Telur Neytendastofa að ákvæðinu er ætlað að ná til aðstæðna þar sem neysla viðkomandi vöru er ætlað að eiga sér stað stuttu eftir afhendingu hennar eða varan sérstaklega útbúin til slíkrar neyslu, t.a.m. þegar skyndibiti er keyptur og sendur matreiddur upp að dyrum. Þrátt fyrir að áfengir drykkir í lokuðum umbúðum kunni að vera neyttir skömmu eftir afhendingu þeirra er tilgangur slíkra kaupa ekki í eðli sínu dagleg heimilisnot þegar drykkirnir eru í lokuðum umbúðum, enda hæglega hægt að geyma þá til lengri tíma til neyslu síðar. Tilgangur ákvæðisins er ekki að undanskilja kaup á öllum matvörum, heldur er áhersla lögð á hversu oft sendingarnar eiga sér stað og hvenær vörunnar ætti almennt séð að vera neytt. Telur stofnunin að við mat á því hvort um dagleg heimilisnot sé að ræði vegi hlutlægir mælikvarðar, eins og t.d. almennur endingartími vörunnar, meira en huglægir mælikvarðar, t.d. ef kaupandi ákveður að neyta vörunnar samdægurs. Þá ber einnig að hafa í huga að þrengjandi lögskýringu ber að beita við ákvæði sem undanþiggja ákveðna háttsemi frá gildissviði laganna. Telur stofnunin ekki síður mikilvægt að hafa í huga



að Nýja Vínbúðin bíður upp á breiðara úrval en aðeins áfenga drykki í lokuðum umbúðum, t.d. nikótín púða og covid sjálfspróf.

Með vísan til framangreinds telur Neytendastofa að lög nr. 16/2016 nái yfir háttsemi Nýju Vínbúðarinnar í máli þessu, bæði í tengslum við kaup neytenda á Jólalbjóradagatali félagsins og almennt um starfsemi félagsins sem netverslun.

4.

Þá kemur til skoðunar hvort skilmálar félagsins hafi falið í sér brot gegn ákvæðum laga nr. 16/2016 og laga nr. 57/2005. Í 9. gr. í skilmálum félagsins er fjallað um skilarétt. Þar kemur fram að kaupandi geti ekki skilað vöru til Nýju Vínbúðarinnar, valið nýja eða fengið hana endurgreidda. Þrátt fyrir það kemur fram grein 9.1. að aðeins sé tekið við vörum í óopnuðum umbúðum. Ef til endurgreiðslu komi innan 14 daga frá kaupum, samkvæmt tilmælum, muni Nýja Vínbúðin endurgreiða kaupanda vöruna á sama hátt og viðskiptavinur notaði við greiðslu. Er inntak ákvæðisins ekki skýrt nánar, t.a.m. hvað sé átt við með 14 daga frestinum og hvenær hann á við. Voru skilmálar félagsins orðréttir eftirfarandi:

„ 9. Skilaréttur

NýjaVínbúðin.is skuldbindur sig til að afhenda kaupanda vöru eða þjónustu fyrir kaupum í samræmi við skilmála þessa og gildandi rétt. Kaupandi getur ekki skilað vöru til NýjaVínbúðina, valið nýja eða fengið hana endurgreidda,

9.1 Aðeins er tekið við vörum í óopnuðum umbúðum

Ef til endurgreiðslu kemur innan 14 daga frá kaupum, skv. tilmælunum, mun NýjaVínbúðin.is endurgreiða kaupanda vöruna á sama hátt og viðskiptavinur notaði við greiðslu – þ.e. með bakfærslu á kredit- eða debetkorti, innlögn á bankareikning eða með inneign hjá NýjaVínbúðin.is sem kaupandi getur ráðstafað að vild í næstu kaupum hjá NýjaVínbúðin.is.“

Samkvæmt lögum nr. 16/2016 er skýr skylda á fyrirtækjum að birta upplýsingar um rétt neytenda til að falla frá samningi ef um fjarsölusamning er að ræða, sbr. g. liður 1. mgr. 5. gr. og 10. gr. laganna. Í máli þessu hélt Nýja Vínbúðin því fram að undantekningarákvæði d. liðar 1. mgr. 18. gr. laganna ætti við um vörur félagsins þar sem að um matvöru/drykkjarvöru væri að ræða. Með vísan til sama ákvæðis var því haldið fram að varan hefði eingöngu líftíma til 1. desember 2022. Hún hafi verið sett í sölu í nóvember og þ.a.l. rýrnað og úrelst á nokkrum dögum. Á þetta fellst Neytendastofa ekki. Þrátt fyrir að bjór sé drykkjarvara skiptir ætlaður endingartími vörunnar máli í samhengi d. liðar 1. mgr. 18. gr. Það er ekki svo að öll matvara/drykkjarvara falli undir ákvæðið og þarf því að meta hvert tilvik fyrir sig út frá almennum endingartíma vörunnar. Þá ber að túlka allar undantekningar frá lögnum þröngt. Neytendastofa vísar til þess að til eru ýmsar tegundir af bjór með mislangan endingartíma. Almennt séð er endingartími bjórs nokkuð langur og ekki hægt að segja sem svo að bjór hvorki rýrni né úreldist hratt, enda yfirleitt hægt að geyma bjór, sér í lagi áfengan bjór, við stofuhita



Í þó nokkurn tíma. Ekki er þó loku fyrir það skotið að undantekningarákvæðið komi til greina við einstaka aðstæður í tilviki bjórs, enda atviksbundið hvort ákvæðið eigi við eða ekki. Miðað við þá bjóra sem hægt var að fá í dagatali félagsins getur félagið ekki takmarkað upplýsingagjöf í skilmálum sínum þannig látið sé ógert að vísa til réttar neytenda til að falla frá samningi, þvert á lagaskyldu. Þá ber einnig að líta til þess að félagið bíður jafnframt upp á fjölbreyttara úrval af vörum en aðeins bjór, t.a.m. léttvín, sterkt áfengi, CBD vörur, Covid próf, kaffi o.s.frv. Stofnunin getur þó ekki útilokað að ákveðnar vörur sem félagið selur kunni undir ákveðnum tilvikum að falla undir einhverja af undantekningum 18. gr. Það ætti þó aðeins við um sérstakar vörur og í takmarkatilvikum. Það hefur ekki áhrif á skyldu félagsins til að upplýsa neytendur um réttinn til að falla frá samningi skv. g. liður 1. mgr. 5. gr., sbr. 10. gr. laganna. Félagið getur því ekki komið sér undan skyldu til að fjalla um réttinn til að falla frá samningi í skilmálum sínum þrátt fyrir að undantekningar 18. gr. laganna kunni að eiga við í takmarkatilvikum.

Hvað varðar Jólabjóradaatal félagsins sérstaklega fellst stofnunin hvorki á að varan hafi rýrnað né orðið úreld 1. desember 2022, þrátt fyrir að vera markaðssett sem dagatal til notkunar yfir jólin. Er það mat stofnunarinnar að fyrirtæki geti ekki komið sér undan réttinum til að falla frá samningi með því að sameina mismunandi vörur í einn pakka og markaðssetja þær sameiginlega í tengslum við ákveðna hátíð eða annað tímabundið ástand. Í málum sem þessum er það því endingartíma hinna smærri eininga sem skiptir höfuð máli, þ.e. bjórs í máli þessu. Þá ber að líta til þess að þrátt fyrir að vera ætlað til notkunar frá 1. til 24. desember er ekkert því til fyrirstöðu að kassinn sé opnaður eftir hentisemi kaupanda.

Í ljósi framangreinds hafnar Neytendastofa því að undantekningarákvæði d. liðar 1. mgr. 18. gr. laga nr. 16/2016 leiði til þess að félagið hafi ekki þurft að veita neytendum upplýsingar um réttinn til að falla frá samningi. Hafnar stofnunin því jafnframt að Jólabjóradaatal félagsins hafi fallið undir sama ákvæði. Félaginu hafi því borið að veita kaupendum upplýsingar um réttinn til að falla frá samningi samkvæmt g. lið 1. mgr. 5. gr. laganna, sbr. 10. gr. sömu laga. Með því að birta ekki umræddar upplýsingar hafi félagið þ.a.l. brotið gegn g. lið 1. mgr. 5. gr., sbr. 10. gr. laga nr. 16/2016.

Bendir stofnunin jafnframt á að birti fyrirtæki ekki upplýsingar samkvæmt g. lið 1. mgr. 5. gr. gildir 12 mánaða frestur, sbr. 3. mgr. 17. gr. laganna. Byrjar sá frestur að líða eftir að 14 daga frestur samkvæmt 1. mgr. 17. gr. rennur út. Til að rjúfa 12 mánaða frestinn þurfa fyrirtæki að bæta úr upplýsingagjöf gagnvart hverjum og einum neytanda sem keypti vöruna á grundvelli ófullnægjandi upplýsingagjafar, sbr. 4. mgr. 17. gr. laganna.

Neytendastofa beinir þeim fyrirmælum að Nýju Vínbúðinni að koma upplýsingum um rétt neytenda til að falla frá samningi í viðunandi horf til samræmis við ákvæði g. liðar 1. mgr. 5. gr. gr., sbr. 10. gr. laga nr. 16/2016.



5.

Næst ber að athuga hvort framsetning á markaðsefni í tengslum við umrætt Jólalbjóradagatal hafi verið þess eðlis að brotið hafi verið gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Eins og fram hefur komið bar dagatalið heitið „Jólalbjóradagatal“ á heimasíðu félagsins. Þrátt fyrir það er dagatalið sjálft merkt með stórum rauðum stöfum sem „Jólalbjóradagatal“, sem sést meðal annars á mynd sem er birt á heimasíðu félagsins. Við meðferð málsins hélt félagið því meðal annars fram að upplýsingar á vefsíðunni hafi hvergi tekið fram að aðeins væri um jólalbjór að ræða, heldur þvert á móti tekið fram að jafnframt væri um „bjór“ eða ræða, sbr. tilvitnaðar klausur úr lýsingu við vöruna. Þrátt fyrir að hvergi hafi verið tekið fram að aðeins hafi verið um jólalbjór að ræða telur Neytendastofa að líta þurfi til markaðssetningarinnar í heild sinni við mat á því hvort neytendur hefðu með réttu mátt gera ráð fyrir að aðeins væri að finna jólalbjóra í dagatalinu. Í fyrsta lagi bar dagatalið sjálft heitið Jólalbjóradagatal. Að mati Neytendastofu er með orðinu „jólalbjóra“ ekki hægt að skilja innihald vörunnar með öðrum hætti en að í dagatalinu væri aðeins að finna jólalbjóra enda hefði félagið geta valið vörunni nafn sem innihéldi ekki nafnið „jólalbjóra“. Í öðru lagi er almennt fjallað um jólalbjóra í lýsingu dagatalsins á vefsíðu félagsins. Tilvísun til almennra tegunda bjóra er ekki nægileg til að neytendur gætu áttað sig á að dagatalið gæti innihaldið aðra bjóra en jólalbjóra, þ. á m. Víking Gylltan og Slots. Í lýsingunni er þvert á móti farið mörgum orðum um jólalbjóra og farið yfir ýmsan fróðleik þeim tengdum. Þá er í lýsingunni að finna langt yfirlit yfir 39 bjóra sem neytendur gætu búist við að fá í dagatalinu sem taldi aðeins upp jólalbjóra. Í þriðja lagi mætti neytandi með hliðsjón af verði dagatalsins ætla að aðeins væri um jólalbjóra að ræða, enda jólalbjórar almennt dýrari en bjórar sem eru í almennri sölu, sér í lagi þeir bjórar sem notaðir voru í umræddu dagatali.

Séu allir framangreindir þættir metnir saman telur Neytendastofa það liggja ljóst fyrir að neytendur hafi með réttu mátt ganga út frá því að svokallað „Jólalbjóradagatal“ félagsins innihéldi aðeins jólalbjóra. Með hliðsjón af þeim upplýsingum sem félagið veitti neytendum í markaðsefni fyrir umrætt dagatal hefði fyrirtækinu verið rétt að taka sérstaklega fram að dagatalið innihéldi ekki aðeins jólalbjóra. Hefur félagið því ekki greint frá upplýsingum sem telja megja að almennt skipti máli fyrir neytendur sem eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti, sbr. 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Með sambærilegum hætti hefði félagið átt að veita upplýsingar um eiginleika dagatalsins, n.tt. að ekki væri aðeins um jólalbjóra að ræða, við kynningu vörunnar þar sem hún var seld á vefsíðu félagsins, sbr. a. lið 1. mgr. 10. gr. laganna.

Þá kom sérstaklega fram í skilmálum félagsins að neytendur hefðu ekki skilarétt, þrátt fyrir að verslun við félagið fari að nær öllu leyti fram á netinu. Með því að birta rangar upplýsingar um lögbundin réttindi neytenda hefur félagið því jafnframt brotið gegn 1. mgr. 8. gr. og g. lið 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.

Með vísan til alls framangreinds hefur Nýja Vínbúðin með viðskiptaháttum sínum brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., 2. mgr. 9. gr. og a. lið 1. mgr. 10. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.



Telur Neytendastofa rétt, með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 að banna Nýju Vínbúðinni að viðhafa framangreinda viðskiptahætti.

III.

Ákvörðunarorð:

„55 Mayfair Online ltd., 57 Berkeley Square, London, Englandi, rekstraraðili Nýju Vínbúðarinnar, hefur brotið gegn 10. gr., sbr. g-lið 1. mgr. 5. gr. laga nr. 16/2016, um neytendasamninga, með því að veita neytendum ekki upplýsingar um rétt neytenda til að falla frá samningi. Neytendastofa beinir þeim fyrirmælum að Nýju Vínbúðinni að koma upplýsingum um rétt neytenda til að falla frá samningi í viðunandi horf til samræmis við ákvæði g. liðar 1. mgr. 5. gr., sbr. 10. gr. laga nr. 16/2016.

55 Mayfair Online ltd., 57 Berkeley Square, London, Englandi, rekstraraðili Nýju Vínbúðarinnar, hefur brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., 2. mgr. 9. gr. og a. lið 1. mgr. 10. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, með því að birta ekki upplýsingar um rétt neytenda til að falla frá samningi samkvæmt lögum nr. 16/2016.

55 Mayfair Online ltd., 57 Berkeley Square, London, Englandi, rekstraraðili Nýju Vínbúðarinnar, hefur brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og g. lið 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, með því að veita neytendum rangar upplýsingar um rétt þeirra til að skila vörum keyptum á vefsíðu félagsins.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Neytendastofa Nýju Vínbúðinni að viðhafa framangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar.“

Neytendastofa, 19. maí 2023

Þórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir