



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 35/2025

Verð í auglýsingum Á. Óskarssonar og Co. á samfélagsmiðlum.

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til Á. Óskarssonar og Co. ehf., dags. 28. júlí 2025, gerði stofnunin grein fyrir því að hún hafi orðið vör við auglýsingar félagsins á samfélagsmiðlum þar sem vöruflokkar voru auglýstir með þeim hætti að greint var frá lægsta verði vöruflokks en birt mynd af talsvert dýrari vöru, auk auglýsinga þar sem vörur voru auglýstar á verði sem ekki stóð neytendum til boða. Þá vísaði stofnunin til skjáskota af fyrrnefndum auglýsingum sem voru meðfylgjandi bréfinu.

Vakti stofnunin athygli Á. Óskarssonar og Co. á ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Taldi stofnunin að umrædd ákvæði kæmu til álita í málinu.

Óskaði stofnunin eftir skýringum og/eða öðrum athugasemdum fyrirtækisins við erindi stofnunarinnar.

2.

Svar Á. Óskarssonar og Co. barst Neytendastofu með tölvubréfi, dags. 13. ágúst 2025. Í bréfinu kom fram að þær auglýsingar sem stofnunin gerði athugasemdir við voru gerðar fyrir félagið af markaðsfyrirtæki og að í ljósi athugasemda stofnunarinnar hafi markaðsfyrirtækið verið beðið um að taka auglýsingarnar strax úr birtingu og fara yfir þær til þess að tryggja að þær uppfylli allar kröfur. Þá kom jafnframt fram að markaðsfyrirtækið hafi verið beðið um að senda athugasemdir og/eða spurningar ef þörf væri á.

Meðfylgjandi fyrrnefndu bréfi var afrit af tölvupósti sem Á. Óskarsson og Co. sendi markaðsfyrirtækinu. Í bréfinu var markaðsfyrirtækið beðið um að stöðva birtingu auglýsinganna strax og fara yfir framsetningu þeirra til að tryggja að auglýsingarnar séu skv. öllum kröfum. Þá var markaðsfyrirtækið beðið um að koma athugasemdum og spurningum



sem það vill spyrja Neytendastofu að, ef einhverjar, til Á. Óskarssonar og Co. ehf. sem kæmi þeim áfram.

3.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 29. september 2025, var Á. Óskarsson og Co. tilkynnt um lok gagnaöflunar og að málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.

II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta lýtur að auglýsingum Á. Óskarssonar og Co. á samfélagsmiðlum þar sem vörflokkar voru auglýstir með þeim hætti að greint var frá lægsta verði vörflokksins en birt mynd af talsvert dýrari vöru. Þá birti félagið einnig auglýsingar þar sem tilteknar vörur og vörflokkar voru auglýstir á verði sem ekki stóð neytendum til boða.

Í svörum félagsins var m.a. tekið fram að auglýsingarnar hafi verið gerðar fyrir félagið af þriðja aðila og að hann hafi verið beðinn um að taka auglýsingarnar strax úr birtingu og yfirfara þær þannig að þær uppfylli allar kröfur sem gerðar eru til auglýsinga.

Undir meðferð málsins voru fyrrnefndar auglýsingar Á. Óskarssonar og Co. teknar úr birtingu.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Í 5. gr. er lagt almennt bann 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 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 samkvæmt 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. laganna er kveðið á um að viðskiptahættir teljist 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. Í erindi Neytendastofu var vísað til d. liðar 1. mgr. 9. gr. laganna, þar sem segir að átt sé við rangar upplýsingar um:

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

Þá segir í 2. mgr. 9. gr. laganna að:

„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.“

Samkvæmt 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 meg þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr.

3.

Í máli þessu liggur fyrir að Á. Óskarsson og Co. birti auglýsingar á samfélagsmiðlum þar sem söluvaran körfuboltaspjald og vöruflokkurinn jógaþýtur var auglýst á lægra verði en neytendum stóð til boða. Þá voru vöruflokkarnir: fótboltar, körfuboltar, frísbí gólf og padel, auglýstir með þeim hætti að birt var mynd af vöru innan auglýsts vöruflokkssins og fyrir neðan hana kom fram heiti vöruflokkssins og lægsta verð vöruflokkssins sem birt var sem „verð frá“. Við nánari skoðun Neytendastofu kom í ljós að þær vörur sem myndbirtar voru í auglýsingunum voru umtalsvert dýrari en auglýst lægsta verð vöruflokkssins.

Í svörum Á. Óskarssonar og Co. kom m.a. fram að þriðji aðili hafi búið til auglýsingarnar og hafi verið beðinn um að taka þær strax úr birtingu.

Þegar seljendur vekja athygli á sér, söluvörum eða þjónustu sinni með auglýsingu bera þeir ábyrgð á því að þær upplýsingar sem þar komi fram séu réttar. Þá ber þeim einnig að huga að því hvort framsetning auglýsinga kunni að vera villandi gagnvart neytendum, jafnvel þótt gefnar séu upp réttar upplýsingar. Það er mat Neytendastofu að framsetning auglýsinga Á. Óskarssonar og Co. á samfélagsmiðlum þar sem auglýstir eru vöruflokkar með þeim hætti að lægsta verð vöruflokkssins er birt sem „verð frá“ og mynd notuð af umtalsvert dýrari vöru sé villandi enda kunni það að vekja þau hughrif hjá neytendum að hægt sé að fá myndbirta vöru á lægra verði en raunin er sbr. d. lið 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Þá er það mat stofnunarinnar að Á. Óskarsson og Co. hafi viðhaft villandi viðskiptahætti með því að auglýsa



söluvöruna körfuboltaspjald og vöruflokkinn jógaðýnur á verði sem stóð neytendum ekki til boða sbr. d. lið 1. mgr. 9. gr. fyrrnefndra laga.

Með vísan til framangreinds hefur Á. Óskarsson og Co. brotið gegn d. lið 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, en viðskiptahættir sem brjóta í bága við 9. gr. teljast óréttmætir skv. 1. mgr. 8. gr. og 5. gr. fyrrnefndra laga.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 að banna Á. Óskarsson og Co. ehf. að viðhafa framangreinda viðskiptahætti.

III.

Ákvörðunarorð:

„Á. Óskarsson og Co. ehf., Þverholti 8, 270 Mosfellsbæ, hefur með birtingu auglýsinga á samfélagsmiðlum, þar sem ýmist var birt rangt verð á söluvörum félagsins eða það sett fram á villandi hátt brotið gegn d. lið 1. mgr. 9. gr. og 1. mgr. 8. gr. sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

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

Neytendastofa, 28. nóvember 2025

Þórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir