



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 46/2011

Tax Free auglýsingar Húsasmiðjunnar

I.

Erindið

Neytendastofu barst kvörtun Byko, dags. 14. júní 2010, vegna Tax Free auglýsinga Húsasmiðjunnar ehf. Í bréfinu kemur fram að Byko telji auglýsingar Húsasmiðjunnar brjóta gegn ákvæðum 5., 8., 9. og 11. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, sem og ákvæðum reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

Um sé að ræða auglýsingar þar sem Húsasmiðjan auglýsi „Tax Free“, ýmist af tilteknum vörum eða vöruflokkum og í sumum tilvikum af öllum vörum í verslunum Húsasmiðjunnar. Í bréfinu eru gerðar athugasemdir við auglýsingarnar í fimm liðum.

Í fyrsta lagi telji Byko að með því að auglýsa Tax Free sé í raun verið að vísa til þess að veittur sé ákveðinn prósentuafsláttur sem nemi þeim virðisaukaskatti sem lagður sé á vörur af þessu tagi, eða 25,5%. Engin prósentuafsláttur sé hins vegar gefin upp í auglýsingunum, sbr. 4. gr. reglna nr. 366/2008, sem Byko telji villandi og líklegar til að blekkja neytendur, sbr. d. liður 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005.

Í öðru lagi telji Byko ljóst að umræddar auglýsingar gefi í skyn að lækkun á verði vöru nemi því sem nemi álögðum virðisaukaskatti, eða 25,5%. Í raun sé hins vegar aðeins um að ræða lækkun á verði vörunnar um 20,32%. Slíkt sé rétt þegar virðisaukaskattur sé reiknaður af verði vöru en þetta komi ekki fram í hinum umkvörtnuðu auglýsingum eins og þó sé skylt, sbr. 2. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005. Auglýsingarnar séu því villandi að þessu leyti og líklegar til að blekkja neytendur, sbr. d. liður 1. mgr. 9. gr. sömu laga.

Í þriðja lagi komi hvergi fram í auglýsingunum hvert hið upphaflega verð þeirra vara er sem boðnar séu með Tax Free afslætti, eða nefnd viðeigandi dæmi, sbr. 11. gr. laga nr. 57/2005 og 3.



gr. reglna nr. 366/2008. Byko telji auglýsingarnar villandi að þessu leyti og til þess fallnar að blekkja neytendur, sbr. d. liður 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005.

Í fjórða lagi telji Byko ámælisvert að í sumum tilvikum séu auglýsingarnar settar fram með þeim hætti að gefið sé í skyn að vara sé seld án virðisaukaskatts. Húsasmiðjunni, sem og öðrum, beri að greiða til ríkissjóðs virðisaukaskatt af þeim vörum sem þar séu seldar. Engin heimild sé til að afnema hann af einstökum vörutegundum. Byko telji þær auglýsingar þar sem ekki sé sérstaklega tiltekið hvernig þessu sé háttað því villandi að þessu leyti. Byko telji jafnframt að Húsasmiðjunni beri að tiltaka í öllum auglýsingum að virðisaukaskattur af vörunni sé greiddur í ríkissjóð, annars séu þær til þess fallnar að blekkja neytendur, sbr. 9. gr. laga nr. 57/2005.

Í fimmta lagi er á það bent að skv. lögum nr. 50/1988, um virðisaukaskatt, beri ekki allar vörur og þjónusta 25,5% virðisaukaskatt, heldur beri sumar 7% skatt, en það eigi m.a. við um ýmsar vörutegundir sem seldar séu í Húsasmiðjunni. Enginn greinarmunur virðist gerður á þessu í hinum umkvörtuðu auglýsingum, sem kunní að valda misskilningi hjá neytendum einkum þar sem ekki sé gefin upp neinn prósentuafsláttur í auglýsingunum.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi Byko var sent Húsasmiðjunni til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 15. júní 2010. Í bréfinu kom fram að auk þeirra ákvæða sem vísað væri til í erindinu teldi Neytendastofa ákvæði 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 geta komið til álita í málinu enda væri kvartað yfir framsetningu auglýsinganna.

Svar Húsasmiðjunnar er dagsett 12. júlí 2010. Þar segir um fyrsta kvörtunarliðinn að Húsasmiðjan vilji vekja athygli á því að með Tax Free hugtakinu sé verið að bjóða neytendum vörur á sama verði og viðkomandi verslun selji vöruna á sjálf. Tax Free sé alþjóðlegt heiti yfir afsláttarvöru og eigi rætur sínar að rekja til fríhafnarverslunar. Notkun hugtaksins sé þó ekki einskorðuð við fríhafnir þar sem það sé alþjóðlegt fyrirbæri og þekkt víða um heim. Eins og alkunna sé leggi hið opinbera 25,5% álag ofan á verð sem verslunin selji vörur sínar á og taki þannig til sín stóran hluta af viðskiptum aðila með skattlagningu. Hugmyndin með Tax Free sé að skapa neytendavænt umhverfi til hagsbóta fyrir neytendur þar sem þeim gefist tímabundið kostur á að versla líkt og engin væru afskipti hins opinbera og sé þannig í raun um að ræða afsláttartilboð fyrir neytendur. Að því leytinu til sé þetta sambærilegt við kjör ferðamanna sem komi til landsins og geti fengið virðisaukaskatt á vörum endurgreiddan á leið úr landi, en það fyrirkomulag sé einnig auglýst og kynnt sem Tax Free verslun og sé þekkt um allan heim.



Auglýsingar Húsasmiðjunnar vísi því einfaldlega til þess að viðkomandi söluaðili slái af vörunni þá fjárhæð sem samsvari hlutdeild hins opinbera í söluverði vörunnar en að sjálfsögðu á sinn kostnað og staðin séu skil á öllum gjöldum lögum samkvæmt.

Þá vilji Húsasmiðjan koma þeim sjónarmiðum á framfæri vegna athugasemda Byko um að engin prósentu sé gefin í auglýsingunum, að fyrir liggi að lækkun vörunnar nemi álagningu virðisaukaskatts á vöru eins og hann sé ákveðinn í lögum nr. 50/1988. Samkvæmt 1. mgr. 14. gr. laganna komi fram að virðisaukaskattur á flestar vörur og þjónustu skuli vera 25,5% en 7% á einstaka vörur og þjónustu. Afsláttur ráðist af skattþrepi en í langflestum tilvikum séu vöruflokkar með 25,5% skattþrepi auglýstir á Tax Free dögum.

Um annan kvörtunarlið segir í bréfi Húsasmiðjunnar að Húsasmiðjan telji að umfjöllun Byko á eðli virðisaukaskatts og einföldum prósentuútreikningi feli í sér rakalausán útrúning. Til að svara athugasemdum Byko varðandi þennan lið ítreki Húsasmiðjan að virðisaukaskattur sé lagður ofan á það verð vöru sem verslun hyggist selja vöruna á. Húsasmiðjan hafi aldrei auglýst 25,5% afslátt, heldur einungis að virðisaukaskattur sé afnuminn. Auglýsingar Húsasmiðjunnar geti á engan hátt talist villandi fyrir neytendur eða að blekkingar séu viðhafðar.

Þá vilji Húsasmiðjan koma því á framfæri að lög nr. 50/1988 hafi verið birt í stjórnartíðindum í samræmi við lagasjónarmið og reglur um birtingu laga og stjórnvaldsfyrirmæla. Þá megi einnig bæta við að mikil umfjöllun hafi skapast í kjölfar hækkunar virðisaukaskatts eftir að Alþingi hafi samþykkt lög um ráðstafanir í skattamálum, hinn 21. desember 2009, þar sem meðal annars hafi verið kveðið á um að efra þrep virðisaukaskatts skyldi hækkað úr 24,5% í 25,5%. Samkvæmt framansögðu ætti almenningi og Byko að vera efni laganna kunnugt og þar með hlutfall virðisaukaskatts. Á því verði ekki byggt að auglýsingar Húsasmiðjunnar um afnám virðisaukaskatts án þess að afsláttarprósenta fylgi með, feli í sér brot á áðurnefndum reglum eða sé líkleg til að blekkja neytendur eða fela í sér rangar upplýsingar. Þá megi heldur ekki líta svo á að neytendur geri sér ekki grein fyrir því hvað virðisaukaskattur sé, hvaða hlutverki hann gegni og hvað hann feli í sér. Þessu til viðbótar hafi íslenska ríkið undanfarið auglýst endurgreiðslu á virðisaukaskatti til eigenda íbúðarhúsnæðis sem þeir greiði af vinnu manna á byggingarstað vegna nýbygginga, endurbóta og viðhalds. Til þess að öðlast þessa endurgreiðslu frá skattyfirvöldum verði að fylla út viðeigandi eyðublöð hjá skattyfirvöldum. Almenningsi sé því meira en fullljóst að þegar 25,5% séu greitt til ríkissjóðs af virðisaukaskattskyldri vinnu, fáist til baka frá ríkinu 20,32% af þeirri fjárhæð sem innt hefur verið af hendi. Samkvæmt framansögðu sé því ekki hægt að halda því fram að auglýsingar Húsasmiðjunnar séu villandi að þessu leyti né líklegar til að blekkja neytendur. Hér verði jafnræði að ríkja þegar metið sé efni auglýsinga fyrirtækja annars vegar og hins opinbera hins vegar.



Í bréfi Húsasmiðjunnar segir við þriðja kvörtunarlið Byko að Tax Free dagar Húsasmiðjunnar nái alltaf til tiltekinna vöruflokka en ekki einstakra vörutegunda. Auglýsingar Húsasmiðjunnar felí þannig aðeins í sér þau skilaboð til neytenda að það séu Tax Free dagar í Húsasmiðjunni, en einstaka vörur séu ekki birtar með og án afsláttarins, enda ekki afsláttur af einstökum vörum, heldur vöruflokkum og jafnvel stundum nokkrum vöruflokkum sem telji mörg þúsund vörunúmer. Þannig væri augljóslega afar íþyngjandi fyrir verslanir að þurfa að auglýsa alla sína vöruflokka sem þeir byðu á tímabundnu afsláttartilboði hverju sinni. Hinn virki neytandi geti alltaf farið í einhverja verslun Húsasmiðjunnar og ávallt staðreynt upprunalegt verð vörunnar, sbr. fyrirmæli reglna nr. 366/2008. Þá sé neytendum bæði kunnugt um upprunalegt verð vörunnar og þann afslátt sem veittur sé. Þess skuli getið að við samningu auglýsinganna hafi Húsasmiðjan ætíð passað upp á vöruflokkana sem auglýstir séu. Megi vísa til þess að þegar auglýstur hafi verið afsláttur af öllum reiðhjólum sé átt við öll reiðhjól, ekki einstaka tegundir. Hið sama gildi um þær auglýsingar sem varði gasgrill og útileguvörur. Auglýsingarnar og fyrirkomulag Húsasmiðjunnar á Tax Free dögum sé því í fullu samræmi við 3. gr. reglna nr. 366/2008.

Um fjórða kvörtunarliðinn segir að notkun hugtaksins Tax Free sé ekki einvörðungu bundið við Ísland. Víða erlendis þekkist svokallaðar „Tax Free Weekends“ þar sem verslanir lækki verð á tilteknu vörutegundum, jafnvel öllum vörum í viðkomandi verslun, með þeim hætti að útsöluverð vöru sé lækkað um jafngildi söluskatts eða virðisaukaskatts. Virðisaukaskatturinn sé óbeinn skattur sökum þess að hann sé innheimtur af seljanda vöru eða þjónustu en ekki þeim sem borgi skattinn. Uppgjörstímabil virðisaukaskatts á Íslandi sé á tveggja mánaða fresti. Fyrirtæki í atvinnurekstri þurfi að sýna fram á að innistæða sé fyrir greiðslu virðisaukaskatts fyrir uppgjörstímabilið að öðrum kosti sé verslunum og fyrirtækjum gert að sæta álagi til viðbótar því gjaldi sem standa beri skil af. Að auki reiknist dráttarvextir frá gjalddaga hafi ekki verið greitt innan mánaðar frá gjalddaga. Það gefi því auga leið að stórt fyrirtæki á borð við Húsasmiðjuna verði að standa samviskusamlega að skilum á virðisaukaskatti á uppgjörstímabilum, að öðrum kosti geti það ekki haldið áfram atvinnurekstri sínum. Enn á ný skuli það ítrekað að Tax Free hugtakið vísi einfaldlega til þess að viðkomandi söluaðili slái af vörunni þá fjárhæð sem samsvari hlutdeild hins opinbera í söluverði vörunnar. Neytendur þurfi ekki að óttast, þrátt fyrir orðnotkunina, að hið opinbera fái ekki hlutdeild sína í söluverði vörunnar. Þessu til viðbótar megi benda á að það eina sem skipti neytendur máli sé að verðið sé það sama og varan í raun skattfrjáls og auglýsingar Húsasmiðjunnar þar sem auglýst sé Tax Free nái mörg ár aftur í tímann og virkur neytandi muni skoða auglýsingarnar í heild sinni á hverju tímabili sem boðið sé upp á umrætt afsláttartilboð. Þó vilji Húsasmiðjan koma því á framfæri við Neytendastofu að fyrirtækið sé meira en reiðubúið til þess að setja skýringar um að fyrirtækið greiði virðisaukaskatt í ríkissjóð í öllum sínum auglýsingum er varði Tax Free daga Húsasmiðjunnar en áréttað sé að félagið telji það vera augljósan hlut.



Um fimmta kvörtunarliðinn segir að Byko vilji í þessum lið enn og aftur halda á lofti vanþekkingu neytenda á virðisaukaskatti og hvaða hlutverki hann gegni. Líkt og neytendur geri sér fulla grein fyrir þá gildi 7% skattþrepið eingöngu um þá þjónustu og vörur sem tæmandi séu taldar í 2. mgr. 14. gr. laga nr. 50/1988. Það gefi auga leið að þær vörur og þjónusta sem þar séu nefnd eigi að öllu jöfnu ekki við í tilviki byggingavöruverslunar eins og Húsasmiðjunnar, nema að undanskyldri sölu á t.d. drykkjarvörum og matvöru sem hvorki hafi verið, né sé auglýst í Tax Free auglýsingum fyrirtækisins.

Í bréfinu er einnig komið á framfæri almennum athugasemdum. Þar segir að Neytendastofa hafi talið ákvæði 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 einnig geta komið til álita í málinu. Í því ákvæði sé vísað til þess að auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skuli ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað sé til óviðkomandi mála. Afstaða Húsasmiðjunnar til þessa sé sú að ekki fáiast séð að auglýsingarnar séu ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra þar sem um sé að ræða fyrirbæri sem alþekkt sé um allan heim og enginn hafi einkarétt á. Líkt og áður hafi komið fram þekkt víða erlendis svokallaðar „Tax Free Weekends“. Húsasmiðjan hafi aldrei og á engan hátt sett fram upplýsingar um Tax Free daga í verslunum sínum, þar sem fram komi upplýsingar sem ekki geti talist réttar að öllu leyti gagnvart neytendum. Þær geti heldur ekki talist villandi nema útreikningur á virðisaukaskatti verði í heild sinni almennt talinn flókinn og villandi. Það sjónarmið sé ekki viðurkennt. Hér sé um að ræða auglýsingar verslunar sem séu til þess fallnar að skapa neytendavænt umhverfi fyrir neytendur og þar sem neytandinn geti fullvissað sig um að virðisaukaskattur sé afnuminn af vörum honum til hagsbóta og á kostnað Húsasmiðjunnar.

Tax Free dagar og helgar Húsasmiðjunnar eigi sér fyrirmynd um allan heim. Notkun þess sé engum bönnuð og enginn eigi einkarétt á hugmyndinni. Með Tax Free dögum sé neytendum á ákveðnu tímamarki boðið upp á afslátt sem svari til afnáms virðisaukaskatts á vöru, líkt og heitið bendi réttilega til. Ekki felist í því nein blekking gagnvart neytendum og engum röngum upplýsingum sé komið á framfæri til neytenda. Neytendur geti staðreynt upprunalegt verð í versluninni og með auðveldum hætti fundið út hversu mikill afslátturinn sé í krónum talið. Neytendur geti því tekið upplýsta ákvörðun um það hvort þeir telji fýsilegt að festa kaup á vöru sem merkt sé með þessum hætti. Hugtakið Tax Free sé einnig, líkt og áður hafi verið rakið, alþjóðlegt og sé ekki einskorðað við fríhafnir þó það eigi upphaflega rætur sínar að rekja til fríhafnarverslunar.

Að lokum sé dregin athygli að því að Húsasmiðjan hafi auglýst með þessum hætti um nokkurra ára skeið og engar kvartanir borist frá neytendum. Í þessu tilviki sé hér einvörðungu um að ræða kvörtun frá keppinauti sem byggir á haldslausum rökum.



Í niðurlagi bréfs Byko komi fram að fyrirtækið telji ljóst að með umræddum auglýsingum hafi Húsasmiðjan brotið gegn meginreglum laga nr. 57/2005 sem og reglum nr. 366/2008. Vegna þessa telji Húsasmiðjan rétt að vekja athygli á auglýsingum Byko þar sem auglýst sé m.a. 100% endurgreiðsla á virðisaukaskatti af keyptri vinnu. Í auglýsingunni sé hvergi að finna virðisaukaskattprósentu né hvernig endurgreiðslan sé fundin út, þess þá heldur hvar endurgreiðslan skuli innt af hendi aftur til neytandans. Þá sé jafnframt lofuð 100% endurgreiðsla á virðisaukaskatti af keyptri vinnu til þeirra sem ráðist nú í framkvæmdir á byggingarstað. Samkvæmt lögum nr. 92/2010 um breytingar á lögum nr. 90/2003, um tekjuskatt, komi skýrt fram að skattaávilnun vegna endurbóta og viðhalds eigi einungis við um viðhald og endurbætur á íbúðar- og frístundahúsnæði til eigin nota, auk viðhalds og endurbóta á útleigðu íbúðarhúsnæði utan atvinnurekstrar. Þá sé boðinn afsláttur á einstökum vörutegundum en ekki vöruflokkum sem sýni ekki fram á upprunalegt verð vöru fyrir afsláttar. Húsasmiðjan sé ekki að kvarta yfir auglýsingum Byko en vilji með þessari tilvísun draga fram ósamræmi í málflutningi Byko.

Það sé hins vegar von Húsasmiðjunnar að litið verði til alls framangreinds við meðferð málsins sem upphaflega megi rekja til eins stærsta keppinautar Húsasmiðjunnar á markaði. Þá vilji Húsasmiðjan koma því á framfæri að fyrirtækið sé reiðubúið til þess að setja frekari skýringar um prósentuhlutfall í auglýsingar sínar telji Neytendastofa það nauðsynlegt gagnvart neytendum.

2.

Bréf Húsasmiðjunnar var sent Byko til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 26. ágúst 2010. Svar barst með bréfi, dags. 7. september 2010. Í bréfinu er vegna skýringa Húsasmiðjunnar ítrekað að fyrirmæli 4. gr. reglna nr. 366/2008 séu alveg skýr um að þegar prósentuafsláttur sé veittur skuli taka fram hvert prósentuhlutfall lækkunarinnar sé og tilgreina skýrt fyrra verð vörunnar. Því sé ekki fyrir að fara í umræddum auglýsingum Húsasmiðjunnar. Að mati Byko séu skýringar Húsasmiðjunnar einungis tilraun til að snúa út úr skýrum lagafyrirmælum sem gilda um afslætti af vörum og þjónustu.

Ákvæði 2. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005 séu alveg skýr um það að hafi vara eða þjónusta ekki þá eiginleika að hægt sé að gefa upp verð fyrirfram á einfaldan hátt verði að upplýsa hvernig það sé fundið út. Í auglýsingunum komi ekki fram nákvæm afsláttarprósenta. Tilvísun um að verið sé að bjóða Tax Free afslátt geti því engan vegin talist nægjanleg tilgreining í skilningi ákvæðisins. Umfjöllun Húsasmiðjunnar um að almenningi mega vera ljóst hvert hlutfall virðisaukaskatts sé og að jafnræði verði að ríkja þegar metið sé efni auglýsinga fyrirtækja annars vegar og hins opinbera hins vegar eigi því að mati Byko ekki erindi inn í umræðuna enda séu fyrirmæli 2. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005 fyllilega skýr um hvernig tilhögun auglýsinganna skuli háttað.

Af hálfu Húsasmiðjunnar hafi verið bent á að það sé verulega íþyngjandi fyrir verslun að þurfa að auglýsa verð á einstökum vörum með og án afsláttar. Eins og fram hafi komið í erindi Byko



verði að ætla að í 11. gr. laga nr. 57/2005 og 3. gr. reglna nr. 366/2008 felist að nefna verði viðeigandi verðlækkunarprósentu svo neytendum sé ljóst hver raunveruleg verðlækkun sé eða nefna dæmi um einstakar vörur. Ella séu auglýsingarnar villandi og til þess fallnar að blekkja neytendur. Að sjálfsögðu sé ekki miðað við að upprunalegt verð vara í vöruflokkum sé tilgreint í auglýsingum þegar afsláttur náí til vöruflokka.

Því næst vilji Byko koma því á framfæri að fyrirtækið hafni því að um útúrsnúning sé að ræða þegar bent sé á að tiltaka þurfi í auglýsingunum að virðisaukaskattur sé greiddur af vörunni til ríkissjóðs. Að öðrum kosti megi hinum almenna neytanda augljóslega ekki vera ljóst hvort virðisaukaskattur sé greiddur af vörunni til ríkissjóðs.

Að lokum telji Byko þá fullyrðingu Húsasmiðjunnar að fyrirtækið hafi aldrei boðið vörur sem beri 7% virðisaukaskatt á Tax Free afslætti eigi ekki við rök að styðjast. Sé þá til þess að líta að í sumum auglýsingum Húsasmiðjunnar komi fram að allar vörur séu á Tax Free afslætti og því augljóst að drykkjar- og matvörur, sem vissulega fáist í Húsasmiðjunni, séu einnig auglýstar án tilgreiningar á því að þær beri 7% virðisaukaskatt en ekki 25,5%.

3.

Bréf Byko var sent Húsasmiðjunni til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 10. október 2010. Svar barst með bréfi, dags. 17. september 2010, þar sem segir að Byko virðist ganga út frá því að virðisaukaskattsprósenta á Íslandi sé annað hvort leyndarmál, eða ekki mega gera kröfu til þess að almenningur þekki efni gildandi laga. Grundvallaratriði sé að þegar auglýstur sé Tax Free afsláttur eða að virðisaukaskattur sé afnuminn fari ekki á milli mála hvaða afslátt sé verið að bjóða á vörunni. Afslátturinn jafngildi álögðum virðisaukaskatti og sé enginn misskilningur um það efni. Mjög algengt sé bæði hérlandis sem og erlendis að boðin séu Tax Free viðskipti og um alþjóðlega viðurkennt verslunarfyrirbæri að ræða. Ef auglýsingar Húsasmiðjunnar um Tax Free teldust brjóta í bága við lög fæli sú niðurstaða í sér að slík verslun almennt teldist brjóta í bága við lög á Íslandi. Engin dæmi séu hins vegar um það annarsstaðar í heiminum. Þvert á móti viti viðskiptavinir nákvæmlega að hverju þeir gangi í slíkum viðskiptum, og út á hvað þau gangi. Rök Byko um annað sé ekki hægt að meta öðruvísi en svo að um útúrsnúning sé að ræða og þessu sé haldið fram af fyrirtækinu gegn betri vitund.

Því sé hafnað sem röngu, sem fram komi í bréfi Byko, að ætla verði af ákvæði 11. gr. laga nr. 57/2005 og 3. gr. reglna nr. 366/2008 að nefna verði verðlækkunarprósentu vara og taka einstök dæmi um áhrif verðlækkana í auglýsingum, því annars séu auglýsingarnar til þess fallnar að blekkja. Ekki verði séð að nokkurt hald sé í þessum röksemdum. Ef boðinn sé flatur afsláttur af öllum vörum í versluninni hafi engan sérstakan tilgang að nefna einstök dæmi um verðlækkun. Ítrekað sé að þegar viðskiptavinurinn komi í verslunina sé fyrra verð vörunnar tilgreint með skýrum hætti. Fjöldi dæma sé um að auglýstar séu útsöluvörur, t.d. í sjónvarpi og útvarpi, án þess



að tekin sé einstök dæmi um verðlækkningar. Einfaldlega sé verið að vekja athygli á því að útsala eða verðlækkun sé í gangi í viðkomandi verslun. Í fullyrðingu Byko felist að verslun megi ekki auglýsa að útsala sé hafin í verslun og sé í gangi nema taka einstök dæmi um afslátt. Slíkt eigi enga stoð í lögum eða reglum.

Hvað varði birtingu athugasemda um að virðisaukaskattur renni í ríkissjóð, þá sé engan rökstuðning að finna í kvörtun Byko um það, að hvaða leyti það atriði snúi að neytendum og í hverju meint blekking gagnvart neytendum felist. Vakin sé athygli á því að 9. gr. laganna sé hluti af III. kafla, um fjárhagslega vernd neytenda. Þetta atriði snerti ekki á nokkurn hátt fjárhagslega vernd neytenda. Ákvæði 9. gr. eigi einnig ekki við nema telja megi að meint blekking sé líkleg til að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Augljóslega hafi þetta umkvörtunatriði Byko engin áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti.

Hvað varði fullyrðingar Byko um 7% virðisaukaskatt á mat og drykkjarvöru þá sé rétt að taka tvennt fram. Í fyrsta lagi sé ekki seldur matur í verslunum Húsasmiðjunnar heldur sé um að ræða sælgæti og gos. Þessi viðskipti séu hins vegar svo lítill hluti, bæði almennt séð og sem hluti af veltu Húsasmiðjunnar, að það mælist í broti úr prósentu, sama hvaða viðmið sé stuðst við. Í öðru lagi sé tekið fram við þessar vörur í versluninni að afsláttur sé ekki veittur af verði þeirra.

4.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 11. október 2010, var Byko sent bréf Húsasmiðjunnar til upplýsinga auk þess sem aðilum málsins var tilkynnt að gagnaöflun þess væri lokið. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Byko yfir útsölu auglýsingum Húsasmiðjunnar með yfirskriftinni Tax Free. Telur Byko auglýsingarnar brjóta gegn ákvæðum 5., 8., 9., 10. og 11. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, sem og ákvæðum reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Byko gerir athugasemdir við að í auglýsingunum sé þess ekki getið hver prósentulækkunin sé, gefið sé í skyn að prósentulækkunin sé meiri en raun beri vitni, upphaflegt verð komi ekki fram í auglýsingunum, ætla megi af auglýsingunum að virðisaukaskatti sé ekki skilað af vörunum og að ekki sé gerður greinarmunur á því að tiltekna vörur beri 7% virðisaukaskatt, þó flestar beri þær 25,5%.



Af hálfu Húsasmiðjunnar er því alfarið hafnað að auglýsingarnar brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 eða reglna nr. 366/2008. Alkunna sé að hið opinbera leggi 25,5% virðisaukaskatt á verð á vörum og þjónustu sem verslanir selja og með Tax Free dögum sé Húsasmiðjan að bjóða afslátt af vörum sínum sem nemi þeirri fjárhæð sem hið opinbera leggi á vörurnar. Húsasmiðjan hafi aldrei auglýst 25,5% afslátt heldur einfaldlega getið þess að veittur sé afsláttur sem nemi virðisaukaskatti. Afslátturinn nái ávallt til annað hvort tiltekinna vöruflokka eða allra vara í verslun Húsasmiðjunnar og því sé ómögulegt að tilgreina fyrra verð á öllum vörum í auglýsingum um Tax Free, þær upplýsingar fái neytendur hins vegar í verslunum Húsasmiðjunnar. Afar fáar vörur í Húsasmiðjunni beri 7% virðisaukaskatt og þær hafi aldrei verið boðnar á Tax Free afslætti, upplýsingar um það komi skýrt fram í verslununum þegar auglýstur hafi verið afsláttur af öllum vörum. Þá er því hafnað að auglýsingarnar séu villandi að því leyti að gefið sé í skyn að virðisaukaskatti sé ekki skilað til hins opinbera.

2.

Í erindi Byko var vísað til ákvæða 5. gr., 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr. laga nr. 57/2005 auk 3. og 4. gr. reglna nr. 366/2008. Þá var í síðara bréfi Byko einnig vísað til ákvæða 2. mgr. 10. gr. laga nr. 57/2005. Af hálfu Neytendastofu var á það benti að ákvæði 2. mgr. 6. gr. sömu laga gæti einnig átt við um erindið og komi því til álita í málinu.

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 2. mgr. 6. gr. segir:

„Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.“

Í greinargerð með ákvæðinu þar sem það kom fyrst fram í lögum segir að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

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 Byko er auk almennrar tilvísunar til 9. gr. vísað sérstaklega til d. liðar þar sem segir:

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

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.

Í 10. gr. laganna eru tilgreindar þær upplýsingar sem veita skal í auglýsingum, þó að teknu tilliti til þess auglýsingamiðils sem nýttur er. Skv. greinargerð með ákvæðinu er meginreglan sú að veita skuli allar þær upplýsingar sem virkilegu máli skipta fyrir neytendur. Ákvæða 2. mgr. 10. gr. sem er svohljóðandi:

„Hafi vara eða þjónusta þá eiginleika að ekki sé hægt að gefa upp verð fyrir fram á einfaldan hátt verður að upplýsa hvernig verðið sé fundið út. Þar sem það á við skal veita allar upplýsingar um kostnað við frakt, afhendingu eða flutningsgjald, en sé það ekki hægt á einfaldan hátt þarf að upplýsa um að þessi kostnaður geti bæst við verð.“



Ákvæði 11. gr. laganna, sem er í III. kafla þeirra, er svohljóðandi:

„Útsölu eða aðra sölu, þar sem selt er á lækkuðu verði, má því aðeins auglýsa eða tilkynna að um raunverulega verðlækkun sé að ræða. Þess skal gætt að greinilegt sé með verðmerkingum hvert hið upprunalega verð vörunnar var.“

Tilgangur ákvæðisins er sá að koma í veg fyrir að neytendur séu blekkir í auglýsingum eða upplýsingum um útsölur. Verðlækkun verður að felast í því að seljandi bjóði vöru á lægra verði en samskonar vörur eru venjulega seldar á. Seljendum er því samkvæmt ákvæðinu ekki heimilt að auglýsa verðlækkun nema raunveruleg verðlækkun hafi átt sér stað.

Með heimild í lögnum hefur Neytendastofa sett reglur um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði nr. 366/2008. Ákvæði 3. gr., þar sem fjallað er um fyrra verð, er svohljóðandi:

„Þegar auglýst er lækkað verða á vöru eða þjónustu skal fyrra verð vera það verð sem varan var seld á áður en til lækkunar kom.

Seljandi skal geta sannað að vara eða þjónusta hafi verið seld á því verði sem tilgreint er sem fyrra verð.“

Ákvæði 3. gr. eru til fyllingar ákvæðum 11. gr. laga nr. 57/2005 þar sem kveðið er á um að verðlækkun skuli vera raunveruleg.

Ákvæði 4. gr. reglnanna ber yfirskriftina prósentuafsláttur og er svohljóðandi:

„Þegar veittur er prósentuafsláttur reiknast hann af fyrra verði. Taka skal fram hvert prósentuhlutfall lækkunarinnar er og skal tilgreina skýrt fyrra verð. Lækki verð vöru eða þjónustu enn frekar á meðan á útsölu eða annarri sölu stendur, sbr. 1. gr., skal koma skýrt fram hvort aukinn afsláttur reiknast frá upphaflegu eða lækkuðu verði. Sé veittur aukinn afsláttur þegar sex vikur eru liðnar af útsölu skal líta á fyrra útsöluverð sem fyrra verð, sbr. 2. og 3. gr.“

3.

Með erindi Byko er kvartað yfir mjög mörgum auglýsingum Húsasmiðjunnar. Auglýsingarnar hafa það þó allt sammerkt að í þeim er annað hvort tiltekið að á ákveðnu tímabili séu Tax Free dagar í Húsasmiðjunni eða að virðisaukaskattur sé afnuminn í tiltekinn tíma. Auglýsingarnar eiga ýmist við um allar vörur Húsasmiðjunnar eða tiltekinna vöruflokka. Í sumum auglýsingum kemur fram að þrátt fyrir Tax Free afslátt sé virðisaukaskatti skilað til ríkissjóðs, en í öðrum auglýsingum er þess látið ógetið.



Af hálfu Byko hefur því verið haldið fram að neytendum séu veittar rangar upplýsingar með auglýsingunum þar sem þeir telji að um sé að ræða verðlækkun upp á 25,5% en lækkunin sé einungis 20,32%. Því beri í auglýsingunum að tilgreina prósentulækkunina sem og fyrra verð á vörunum. Húsasmiðjan hefur bent á að lækkunin samsvari þeirri krónutölu sem virðisaukaskatturinn sé og því sé rétt að reikna lækkun upp á 20,32%. Almennur neytandi viti hversu hár virðisaukaskattur sé og geti því gert sér grein fyrir því um hversu mikinn afslátt sé að ræða. Þá væri mjög íþyngjandi fyrir Húsasmiðjuna að þurfa að tilgreina í auglýsingum sínum fyrra verð á öllum útsöluvörum enda séu þær mjög margar.

Neytendastofu berast reglulega fyrirspurnir og ábendingar símleiðis frá neytendum í tengslum við Tax Free auglýsingar Húsasmiðjunnar og annarra verslana sem boðið hafa slíkan afslátt. Í mörgum tilvikum varða fyrirspurnirnar það að neytendur hafi einungis fengið um 20% afslátt af vörum með Tax Free afslætti, en ekki 25,5% eins og þeir töldu eiga að vera. Þrátt fyrir að ætla megi að flestir neytendur séu meðvitaðir um prósentuhlutfall virðisaukaskatts virðast neytendur oft ekki gera sér grein fyrir því hvernig reikna skuli virðisaukaskatt af verði vöru. Í ljósi þess og ákvæða 4. gr. reglna nr. 366/2008, þar sem lögð er skylda til að tilgreina prósentuhlutfall lækkunarinnar, telur Neytendastofa nauðsynlegt að þess sé getið bæði á sölustað sem og í auglýsingum fyrir Tax Free að prósentuafslátturinn nemi 20,32%. Stofnunin telur í því sambandi ekki fullnægjandi að vísa til þess að um sé að ræða afslátt sem samsvari virðisaukaskatti. Að mati Neytendastofu er framsetning auglýsinganna ósanngjörn gagnvart neytendum, sbr. 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, þar sem ekki kom fram með nægilega skýrum hætti hver prósentuafslátturinn er, þó þess sé vissulega getið að virðisaukaskattur sé afnuminn og verð vöru lækkað sem því nemur. Af sömu ástæðu telur stofnunin auglýsingarnar einnig fela í sér villandi upplýsingar um verð og þann afslátt sem veittur er, sbr. d. liður 1. mgr. 9. gr. laganna og þar með einnig 5. og 8. gr. sömu laga.

Neytendastofa hefur einnig fengið fyrirspurnir frá neytendum vegna notkunar á hugtakinu Tax Free. Ekki voru gerðar athugasemdir við það í erindi Byko og af hálfu Neytendastofu er notkun hugtaksins sem slíks ekki í andstöðu við ákvæði laga nr. 57/2005 ef hún er að öðru leyti í samræmi við góða viðskiptahætti skv. lögnum.

Neytendastofa getur ekki fallist á það með Byko að Húsasmiðjunni hafi borið skylda til að tilgreina fyrra verð á útsöluvörum í auglýsingunum eins og auglýsingarnar hafa verið settar fram. Á fyrirtækjum liggur ekki afdráttarlaus skylda til að geta verðs í öllum auglýsingum. Því telur stofnunin að þegar kynntur er afsláttur af ýmist öllum vörum eða tilteknum vöruflokki án þess að kynnt sé sérstaklega tilboðsverð einstakra vara, hvíli ekki skylda á auglýsanda að tilgreina fyrra verð. Sé afsláttarverðs getið í auglýsingunum ber þó skylda til að tilgreina einnig fyrra verð.



Samkvæmt ákvæðum laga nr. 50/1988, um virðisaukaskatt, ber seljendum vöru eða þjónustu að skila til ríkissjóðs virðisaukaskatti af sölu á vöru og þjónustu, séu þau ekki sérstaklega undanskilin í 2. mgr. 2. gr. laganna. Fyrirtæki geta ekki skorast undan þeirri skyldu sinni og eins og fram kom í gögnum Húsasmiðjunnar liggja við því háar fésektir sé virðisaukaskatti ekki staðin skil innan tilskilins tíma. Neytendastofa fær ekki séð með hvaða hætti það hafi áhrif á fjárhagslega hegðun eða fjárhagslega hagsmuni neytenda, skv. lögum nr. 57/2005, þó þess sé ekki getið í auglýsingum Húsasmiðjunnar um Tax Free að afslátturinn sé á kostnað Húsasmiðjunnar og staðið sé skil á virðisaukaskatti af vörunum. Skattyfirvöld fylgja eftir skyldu til að standa skil á virðisaukaskatti og því ljóst að fyrirtækinu ber að standa skil á þeim hluta söluverðs sem renna á í ríkissjóð. Hins vegar telur Neytendastofa að það sé til fyrirmyndar við gerð auglýsinga að tilgreint sé að skil séu gerð á greiddum sköttum lögum samkvæmt. Hér þarf einnig að hafa í huga að neytendur þekkja að Tax Free verslun sé almennt einungis leyfð í fríhöfnum og sem sérstök þjónusta hjá tilteknum verslunum fyrir erlenda ferðamenn.

Eins og ítrekað hefur komið fram var í nokkrum auglýsingum Húsasmiðjunnar kynnt að veittur væri Tax Free afsláttur af öllum vörum í verslun. Vegna athugasemda Byko um að sumar vörur beri einungis 7% virðisaukaskatt hefur í svörum Húsasmiðjunnar verið á það benti að það eigi einungis við um gosdrykki og sælgæti sem sé mjög lítil hluti af söluvörum Húsasmiðjunnar og þær vörur séu aldrei seldar með Tax Free afslætti. Upplýsingar um það komi skýrt fram í verslunum Húsasmiðjunnar. Eðli málsins samkvæmt mega neytendur vegna orðalags auglýsinganna ætla að hinn auglýsti afsláttur eigi við um allar söluvörur Húsasmiðjunnar. Í því tilviki sem hér um ræðir og eins og málum er hér háttáð, þegar þær vörur sem afslátturinn á ekki við eru mjög lítil hluti af söluvörum auglýsanda og í raun utan þeirra vöruflokka sem verslunina sérhæfir sig í, telur Neytendastofa að hægt sé að auglýsa afslátt af öllum vörum en undanskilja gos og sælgæti. Það er þó mat Neytendastofu að þegar auglýstur er Tax Free afsláttur af öllum vörum verði, án undantekningar, að greina verður frá því í auglýsingunum ef þær vörur eru undanskildar. Því telur Neytendastofa ekki fullnægjandi að einungis á sölustað sé þess getið að afslátturinn eigi ekki við um tilteknar vörur. Neytendastofa telur form auglýsinganna því ósanngarnt gagnvart neytendum, sbr. 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, auk þess sem fullyrðingin felur í sér villandi upplýsingar skv. d. lið 1. mgr. 9. gr. sömu laga, sbr. 5. og 8. gr. laganna.



IV.

Ákvörðunarorð:

„Húsasmiðjan hf., Holtavegi 10, Reykjavík, hefur með birtingu auglýsinga um Tax Free afslátt, án þess að tilgreina prósentuhlutfall afsláttarins, brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og d. liðar 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk ákvæða 4. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

Húsasmiðjan hf. hefur með birtingu auglýsinga um Tax Free afslátt af öllum vörum, án þess að greina frá því að afslátturinn eigi ekki við gos og sælgæti, brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og d. liðar 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Húsasmiðjunni hf. bannað að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti.

Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.“

Neytendastofa, 15. júlí 2011

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir