



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 56/2016

Fullyrðingar í auglýsingum og merking á umbúðum Andrex salernispappírs

I.

Erindið

1.

Með bréfi Papco ehf., dags. 26. maí 2015, barst Neytendastofu kvörtun vegna auglýsinga John Lindsay hf. á salernispappírslúllum með slagorðinu „*meira á hverri rúllu*“. Í bréfinu segir að auglýsingarnar, sem hafi meðal annars birst í Ríkissjónvarpinu, útskýri hins vegar ekki við hvað sé átt. Papco telji að umræddar auglýsingar feli í sér óréttmæta viðskiptahætti og brjótí gegn 2. og 4. mgr. 6. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr., 14. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þess sé krafist að Neytendastofa banni notkun umræddra auglýsinga í samræmi við heimild í 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005. Papco krefjist þess að auglýsingarnar verði bannaðar undir eins þar sem líklegt sé að þær verði birtar í auglýsingatímum Ríkisútvarpsins þar til Neytendastofa banni birtingu þeirra.

Papco vísi til þess að félagið hafi þegar kvartað til Neytendastofu yfir sambærilegum viðskiptaháttum John Lindsay með erindi, dags. 4. nóvember 2014. Hafi því máli lokið þannig að fyrirtækið hafi hætt að auglýsa með ólögum hætti og hafi Neytendastofa tilkynnt um að málið hafi þess vegna verið fellt niður, sbr. bréf Neytendastofu til Papco, dags. 23. janúar 2015. Með vísan til þessa krefjist Papco þess að Neytendastofa ljúki þessu máli með formlegum hætti í stað þess að fella málið niður eins og síðast hafi verið gert. Sérstaklega sé vísað til heimildar í 22. gr. laganna til þess að leggja stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjótí gegn lögnum.

2.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 22. júní 2015, til Papco, óskaði Neytendastofa eftir því að láttin yrðu í té afrit af umkvörtuðum auglýsingum eða vísað til þess hvar þær megi finna á haldbæru formi.

Með bréfi Papco, dags. 9. júlí 2015, benti Papco Neytendastofu á að í skjáauglýsingu John Lindsay sé staðhæft að á salernispappírslúllum þeim sem John Lindsay hafi til sölu, þ.e. rúllum af gerðinni Andrex, hafi „*meira á hverri rúllu*“. Í texta skjáauglýsingarinnar sjálfrar komi sú



staðhæfing hins vegar ekki fram heldur komi hún fram í texta sem lesinn sé yfir á meðan auglýsingin sé á skjánum. Ekki hafi verið útskýrt í auglýsingunni hvernig auglýsandinn geti haldið því fram eða hvernig útreikningum að baki fullyrðingunni um meira á hverri rúllu sé háttað. Skjámynd auglýsingarinnar fylgi með bréfinu auk lista yfir birtingu auglýsinganna í Ríkissjónvarpinu.

Papco telji að með birtingu umræddra auglýsinga sé John Lindsay að brjóta gegn 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005 þar sem óheimilt sé að veita neytendum rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að hafa viðskipti og þá sérstaklega gegn d. lið viðkomandi greinar þar sem veittar séu villandi upplýsingar um magn á hverri salernispappírurúllu og neytendum þannig talin trú um að í auknu magni felist verðhagræði.

Þá vísar Papco jafnframt til 2. og 4. mgr. 6. gr. sömu laga þar sem fram komi að auglýsingar skuli ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum vegna forms þeirra og að fyrirtæki skuli geta fært sönnur á þær fullyrðingar sem fram komi í auglýsingu. Papco telji að umrædd skjáauglýsing John Lindsay brjóti gegn báðum framangreindum atriðum.

Aukinheldur telji Papco að umrædd auglýsing brjóti gegn V. kafla laganna þar sem þær innihaldi ófullnægjandi og villandi upplýsingar um hina auglýstu vöru sem séu til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn auk þess sem þær vísi óbeint til Papco og því sé um að ræða samanburðarauglýsingu í skilningi 14. og 15. gr. laganna. Slíkar auglýsingar megi samkvæmt efni laganna ekki vera villandi og megi ekki gera samanburð á eiginleikum vöru sem eru ekki sannreynanlegir. Þá megi slíkar auglýsingar ekki kasta rýrð á vöru keppinautar, sem Papco telji að sé gert með því að láta að því liggja að Andrex sé rýrari en vara keppinautarins. Í ljósi ofangreindra atriða telji Papco að um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða í skilningi laganna. Þess sé krafist að Neytendastofa banni notkun umræddra auglýsinga í samræmi við heimild í 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005. Papco krefjist þess að auglýsingarnar verði bannaðar undir eins þar sem líklegt sé að þær verði birtar í auglýsingatímum Ríkisútvarpsins þar til Neytendastofa banni birtingu þeirra.

3.

Með bréfi Papco, dag. 20. júlí 2015, barst Neytendastofu viðbótarkvörtun. Í bréfinu kom fram að John Lindsay dreifi Andrex salernispappír í 12 rúllu pakkningum í verslanir þar sem pakkningum sé stillt upp í hillum verslana með merkingunum „3 rolls free“ og gefi þar með neytendum til kynna að þeir séu að fá 12 rúllur á verði níu rúllna. Mynd af umræddum pakkningum sé send með erindinu. Papco telji að með dreifingu pakkninganna sé John Lindsay að brjóta gegn lögum nr. 57/2005. Með því að selja framangreinda vöru í umræddum umbúðum telji Papco að John Lindsay sé að fullyrða að vara sín sé seld á hagstæðara verði en vara samkeppnisaðila sinna. Þannig veiti fyrirtækið neytendum rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti, sbr. d. lið 1. mgr. 9. gr. laganna, þar sem John Lindsay sé að veita villandi upplýsingar um aðferð við útreikning á verði og neytendum talin trú um að í útreikningunum felist verðhagræði. Þá sé Papco ekki kunnugt um að John Lindsay



þjóði upp á nýu rúllu þakkingar af sömu vöru á sama verði og umræddar 12 rúllu þakkingar og geti því ekki með réttu haldið því fram að 3 rúllur séu fríar í 12 rúllu þakkingu.

Þá vísi Papco jafnframt til 2. og 4. mgr. 6. gr. laganna þar sem fram komi að viðskiptaaðferðir skuli ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum vegna forms þeirra og að fyrirtæki skuli geta fært sönnur á þær fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti. Papco telji að með dreifingu varanna í umræddum umbúðum sé John Lindsay að brjóta gegn báðum framangreindum atriðum.

Papco telji að fullyrðingar um þrjár ókeypis rúllur á umbúðunum brjóti gegn V. kafla laganna þar sem þær innihaldi ófullnægjandi og villandi upplýsingar um boðna vöru sem séu til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn auk þess sem þær vísi óbeint til Papco og því sé um að ræða samanburðarauglýsingu í skilningi 14. gr. og 15. gr. laganna. Slíkar auglýsingar megi samkvæmt efni laganna ekki vera villandi og megi ekki gera samanburð á eiginleikum vöru sem ekki séu sannreynanlegir en eins og gerð sé grein fyrir séu nýu rúllu þakkingar Andrex salernispappírs á sama verði og umræddar 12 rúllu þakkingar ekki fánlegar í búðum hérlandis. Þá megi slíkar auglýsingar ekki kasta rýrð á vöru keppinautar sem Papco telji gert með því að láta að því liggja að hans vara sé dýrari en vara keppinautarins.

Með erindinu fylgi tvær myndir af 12 rúllu þakkingum Andrex salernispappírs eins og þeim sé stillt upp í matvöruverslunum. Reglur Neytendastofu nr. 366/2008, um útsölu eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði, gildi samkvæmt 1. gr. þeirra um útsölu eða aðra sölu, svo sem tilboð, afslætti og aðrar slíkar viðskiptaaðferðir sem feli í sér að venjulegt verð á vöru eða þjónustu sé lækkað í tiltekinn tíma. Papco telji að staðhæfingar á umræddum umbúðum felli sölu 12 rúllu þakkinga Andrex salernispappírs undir reglurnar þar sem gefið sé í skyn að varan sé seld með afslætti eða á sérstöku tilboði. Í reglunum segi í 2. mgr. 2. gr. að þegar vara hafi verið seld á lækkuðu verði í sex vikur skuli lækkað verð vera venjulegt verð. Myndirnar sýni hins vegar að John Lindsay hafi boðið vöru sína til sölu á lækkuðu verði í um það bil átta mánuði. Hafi fyrirtækið því brotið umræddar reglur að mati Papco. Í ljósi ofangreindra atriða telji Papco að um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða í skilningi laganna. Með vísan til þess sé krafist að Neytendastofa banni sölu Andrex salernispappírs í umbúðum sem staðhæfi að þrjár rúllur séu ókeypis í hverri 12 rúllu þakkingu, í samræmi við heimild í 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005.

II.

Málsmeðferð

1.

Með bréfum Neytendastofu til John Lindsay, dags. 20. og 30. júlí 2015 voru erindi Papco send John Lindsay til umsagnar. Jafnframt var bent á að 20. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir, kynni að koma til álita í



málinu. Svar barst með bréfi John Lindsay, dags. 1. september 2015. Í bréfinu segir að John Lindsay telji að markaðssetning og umbúðir Andrex salernispappírs á Íslandi séu að fullu í samræmi við lög og hafnað sé kvörtunum Papco sem tilhæfulausum. Lýsing Papco á efnisatriðum sé sérstaklega mótmælt sem röngum.

Andrex salernispappír hafi um árabíl verði boðinn til sölu í níu rúllu pakkningum og fjögurra rúllu pakkningum. Í kjölfar efnahagsþrenginganna sem hafi hafist árið 2008 með verulegri lækkun íslensku krónunnar hafi það orðið að samkomulagi John Lindsay og erlendra birgja félagsins að John Lindsay myndi fá til kaups tólf rúllu pakka af salernispappír á verði níu rúllu pakka. Hafi það verið umsamið að þær pakkningar myndu standa í verslunum og þar með neytendum til boða á sama verði og níu rúllu pakkningar. Nú selji John Lindsay til ýmissa verslana níu rúllu pakkningar og í sumum verslunum séu tólf rúllu pakkningar til sölu. Sé það því alrangt sem fram komi í erindi Papco að níu rúllu pakkningar séu ekki til sölu og að neytendur séu á einhvern hátt blektir. Eðli málsins samkvæmt hafi dagvöruverslanir ekki séð hag sinn í því að hafa framstillingu níu og tólf rúllu pakkninga sem kosti það sama hlið við hlið. Sé það ekki síst eðlilegt með hliðsjón af því að salernispappír sé rúmfrekur og taki töluvert pláss í verslunum. Hafi tólf og níu rúllu pakkningar af Andrex salernispappír ávallt verið seldar á sama verði og sé því ekki um það að ræða að neytendur eða aðrir hafi verið blektir. Þá megi benda á að samkvæmt myndum þeim sem fylgi með erindi Papco selji býsna margir salernispappír með áletruninni, „3 free rolls“. Yrði fallist á kvörtun Papco yrði væntanlega að taka til skoðunar hvernig sölu á öðrum tegundum salernispappír sé háttað. Með hliðsjón af því sem hér sé rakið sé erindi Papco efnislega rangt og þegar af þeirri ástæðu ljóst að engin lögbrot hafi verið framin af hálfu John Lindsay.

Papco telji á sér brotið með því að í skjáauglýsingum hafi verið lesið „meira á hverri rúllu“. John Lindsay haldi ekki til haga upplýsingum um það hvað lesið sé í hverri auglýsingu en almennt sé stuðst við ráðleggingar og tillögur Ríkisútvarpsins í þeim efnum. John Lindsay geti ekki staðfest að rétt sé haft eftir hvað varði texta tilgreindra auglýsinga þar sem texti auglýsinganna sé almennt staðfestur munnlega. Óháð því telji John Lindsay að félaginu sé heimilt að auglýsa með framangreindum hætti enda sé meiri pappír á hverri Andrex salernisrúllu en tíðkanlegt sé líkt og John Lindsay hafi þegar upplýst Neytendastofu um. Þá skuli því haldið til haga að Papco segi að sagt hafi verið að „meira“ væri á hverri rúllu en ekki að því hafi verið haldið fram að „mest“ væri á hverri rúllu. Á þessu tvennu sé regin munur. John Lindsay sé ekki kunnugt um að drýgri pappír sé boðinn til sölu hér á landi en Andrex og geri Papco engan reka að því að sýna fram á að svo sé. Megi því ætla að óhætt sé að fullyrða að það sé meira á hverri rúllu. Hafa skuli í huga að ekki sé tilgreint af hverju meira sé á hverri rúllu. Andrex pappírinn sé þykkur og mjúkur auk þess að vera langur. Hafi Andrex salernispappír þannig ýmsa yfirburði yfir pappír annarra framleiðenda. Mikilvægt sé við allan samanburð að hafa í huga að salernispappír sé af misjöfnum gæðum. Það sé efnislega rétt og því eðlilegt að upplýsa neytendur um það að mismikill pappír sé á salernisrúllum eftir framleiðendum og að gæði Andrex salernisrúlla séu að jafnaði meiri. Hafi salernisrúllur Andrex skarað fram úr hvað varðar gæði. Framleiðandi Andrex hafi kannað lengd salernispappírs hjá



helstu framleiðendum og hafi niðurstaðan verið að Andrex pappírinn hafi verið lengstur. John Lindsay hafi sent upplýsingar um þær kannanir með fyrra erindi sínu.

Papco vísi til ýmissa ákvæða laga nr. 57/2005 án þess að gera alvarlega tilraun til þess að finna orðum sínum stað. Þannig nefni Papco til að mynda ekki hvaða pappír hann telji andlag svokallaðrar samanburðarauglýsingar John Lindsay. Að sama skapi verði ekki séð að nokkuð sé villandi eða óeðlilegt við þær auglýsingar sem um sé að ræða. Burtséð frá þeim annmarka sem sé á erindi Papco verði ekki ætlað að lög séu með nokkrum hætti brotin. Þannig mæli 9. gr. laga nr. 57/2005 fyrir um bann við villandi viðskiptaháttum. Samkvæmt ákvæðinu séu viðskiptahættir villandi ef veittar séu rangar upplýsingar eða neytendur blekkir. Svo sem rakið hafi verið eigi hvorugt við heldur hafi Lindsay þvert á móti reynt að upplýsa viðskiptavinum um það hverjir séu kostir Andrex salernispappírs sem og það að tólf rúllur séu í tilteknum pökkum.

Þá telji Papco að brotið sé gegn 2. mgr. 6. gr. laganna þar sem auglýsingin sé með einhverjum hætti ósanngjörn gagnvart Papco. Ekki sé útskýrt hvernig auglýsingin geti talist ósanngjörn gagnvart Papco. Ekki sé vísað sérstaklega til Papco í auglýsingunni og fyrst og fremst fjallað um Andrex salernispappír. Ekki sé fjallað um neinn nafngreindan framleiðanda salernispappírs í auglýsingunum. Ekki verði fallist á að það geti talist ósanngjarnt gagnvart keppinautum í skilningi laga nr. 57/2005 þegar fyrirtæki fjalli um kosti söluvöru sinnar. Svo sem rakið hafi verið megi færa sönnur fyrir öllum fullyrðingum í auglýsingum John Lindsay. Reglur nr. 366/2008 eigi ekki við um umþrættar tólf rúllu pakkningar enda fjalli reglurnar um útsölu. Salernispappírinn sé ekki seldur á útsöllum í hefðbundnum skilningi þess orðs. Þá hafi John Lindsay til sölu tólf og níu rúllu pappír á sama verði. Ákvæði 2. gr. umræddra reglna geti því engan veginn átt við í tilviki þessu.

Í niðurlagi bréfs Papco, dags. 9. júlí 2015, segi að John Lindsay hafi hætt að auglýsa með ólögmatum hætti og því hafi ekki verið tekin ákvörðun varðandi eldri kvörtun. Rétt sé að mótmæla þessu. John Lindsay hafi aldrei auglýst með ólögmatum hætti. Það hafi verið hrein tilviljun að John Lindsay hafi hætt að nota umræddar auglýsingar um það leyti sem kvörtun Papco hafi verið send Neytendastofu.

Með hliðsjón af því sem í bréfinu greini telji John Lindsay að félagið hafi engin lög brotið í starfsemi sinni við markaðssetningu á Andrex salernispappír. Um sé að ræða gæðavöru og lögð sé áhersla á kosti vörunnar í markaðsefni. Hljóti það að teljast í samræmi við tilefnið. Svo sem rakið hafi verið sé tólf rúllu pakkning seld á sama verði og níu rúllu pakkning. Níu rúllu pakkningar finnast í nokkrum verslunum og John Lindsay afgreiði vitaskuld allar pantanir sem gerðar séu í níu rúllu pakkningum. John Lindsay áskilji sér allan rétt til þess að koma á framfæri frekari athugasemdum síðar gerist þess þörf.



2.

Með bréfi Neytendastofu til Papco, dags. 30. september 2015, var bréf John Lindsay sent til umsagnar. Með bréfi Neytendastofu fylgdu afrit gagna úr fyrra máli Neytendastofu sem John Lindsay vísaði til. Svar Papco barst með bréfi, dags. 15. október 2015.

Í bréfinu segir að Papco telji að níu rúllu pakkningar séu alger undantekning í verslunum hérlendis þar sem tólf rúllu pakkningar Andrex séu seldar í öllum stærri matvöru- og nýlenduvöruverslunum á Íslandi. Skori Papco á Neytendastofu að krefjast staðfestingar á því að umræddar níu rúllu pakkningar séu yfirhöfuð til sölu hér á landi, í hve mörgum verslunum og á hvaða verði þær séu seldar. Þó vera kunni að níu rúllu pakkningar séu yfirhöfuð seldar í örfáum verslunum hér á landi þá telji Papco það óeðlilega viðskiptahætti John Lindsay að stilla eingöngu upp 12 rúllu pakkningum í langflestum verslunum með áletruninni „3 rúllur fríar“, án þess að stilla jafnframt upp níu rúllu pakkningum í sömu verslunum. Papco telji að þegar sá hátturinn sé hafður á sé ekki raunverulega um þrjár rúllur fríar að ræða fyrir þá neytendur sem fari í verslun þar sem eingöngu séu 12 rúllu pakkningar til sölu. Ekki sé hægt að stilla upp pakkningum með áletruninni „3 rúllur fríar“ í Hagkaup á Eiðistorgi og rökstyðja það að rúllurnar séu fríar vegna þess að níu rúllu pakkning kosti það sama í Krónunni í Mosfellsbæ, svo dæmi sé tekið af handahófi. Ekki sé þannig raunverulega um þrjár rúllur fríar að ræða í fyrri versluninni og því sé verið að veita neytendum villandi upplýsingar með slíkri framsetningu. Telji Papco að þess konar viðskiptahættir séu ósanngjarnir og brjóti gegn lögum nr. 57/2005.

Athygli sé vakin á því að í bréfi John Lindsay komi fram að umbúðir Andrex pappírs sem á standi „3 rúllur ókeypis“ hafi verið í umferð hérlendis frá því í kjölfar efnahagsþrenginganna sem hafi hafist árið 2008. Það sé því þar með staðfest af fyrirsvarsmönnum John Lindsay í athugasemdum fyrirtækisins að umræddar umbúðir hafi brotið gegn 2. mgr. 2. gr. reglna nr. 366/2008, sem kveði á um það að þegar vara hafi verið seld á lækkuðu verði í sex vikur skuli lækkaða verðið vera venjulegt verð. Þá veki Papco athygli Neytendastofu á því að lesa megji það út úr erindi John Lindsay að umrætt brot hafi staðið árum saman.

Þá vísi Papco jafnframt til 7. gr. reglnanna þar sem fram komi að ef tilboðið feli í sér kaupauka sé óheimilt að nota orðalag eins og „gjöf“ eða „ókeypis“ um kaupaukann enda feli kaupaukinn það í sér að neytandi greiði fyrir aðra vöru. Á umbúðum Andrex pappírsins komi fram að þrjár rúllur séu „ókeypis“ í hverjum pakka sem þýði auðvitað að umrædd notkun orðsins „ókeypis“ á umræddum umbúðum brjóti gegn framangreindu og óski Papco auk þess eftir því að Neytendastofa kanni hvort að notkun orðsins brjóti gegn 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, sbr. úrskurði áfrýjunarnefndar neytendamála nr. 8/2011 og ákvörðun Neytendastofu nr. 16/2012.

Hvað varði auglýsinguna sem kvartað hafi verið yfir með bréfi, dags. 9. júlí 2015, þá telji Papco að ljóst sé að John Lindsay beri sjálft ábyrgð á þeim auglýsingum sem fyrirtækið birti og geti því ekki falið sig á bak við það að Ríkisútvarpið hafi ráðlagt þeim eitt eða annað. Fyrirtækið taki endanlegar ákvarðanir um auglýsingar og verði að standa og falla með þeim ákvörðunum.



Í bréfi sínu haldi John Lindsay því fram að meiri pappír sé á hverri Andrex rúllu en tíðkanlegt sé. Hvort sem svo sé eða ekki telji Papco að John Lindsay sé óheimilt, skv. 14. gr. laga nr. 57/2005 að auglýsa vöru sína þannig að meira sé á hverri rúllu án þess að það komi jafnframt fram í auglýsingum fyrirtækisins hvað hver rúlla kosti. Neytendur séu þannig látnir halda að þeir séu að fá meira fyrir peninginn, þar sem meira sé á hverri rúllu án þess að það komi jafnframt fram í auglýsingum fyrirtækisins hvað hver rúlla kosti. Það sé hins vegar ekki rétt þar sem hver rúlla af Andrex pappír sé t.a.m. dýrari en rúlla af salernispappír þeim sem Papco selji. Telji Papco að með þessum hætti sé John Lindsay að veita ófullnægjandi upplýsingar í auglýsingunum í þeim tilgangi að hafa áhrif á eftirspurn vara. Slík háttsemi brjóti gegn framangreindri 14. gr. laganna.

Í bréfi John Lindsay komi fram að við allan samanburð sé nauðsynlegt að hafa í huga að salernispappír sé misjafn að gæðum og að efnislega sé rétt og eðlilegt að upplýsa neytendur um það að mismikill pappír sé á salernisrúllum eftir framleiðendum. Vegna þessa bendi Papco á að fyrst að svo sé hljóti að vera jafn nauðsynlegt að upplýsa neytendur um það að verð á salernispappír sé mishagstætt. Fyrst að það komi ekki fram í auglýsingum John Lindsay að Andrex rúllan kosti meira en annar salernispappír á markaðnum hljóti að koma til álita hvort að þannig auglýsing brjóti gegn 9. gr. laga nr. 57/2005. Í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 50/2008 sem breytt hafi lögum nr. 57/2005 komi fram að viðskiptahættir skuli teljast villandi ef þeir feli í sér rangar upplýsingar og séu því ótrúverðugir eða ef þeir blekkja eða séu líklegir til að blekkja hinn venjulega neytanda, t.d. með almennri framsetningu, jafnvel þótt gefnar séu upp réttar staðreyndir og valdi því eða séu líklegar til að valda því að hann taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði annars ekki gert. Telji Papco því að þó að í ljós komi að meiri pappír sé á hverri rúllu Andrex pappírs en annars salernispappírs á markaðnum þá sé framsetning auglýsingarinnar líkleg til að blekkja neytandann með þeim hætti að hann sé látinn halda að hann sé að gera betri kaup með því að kaupa Andrex. Svo sé hins vegar ekki.

Hvað varði það að ekki liggi fyrir hvaða pappír teljist andlag samanburðarauglýsingar þá sé það augljóst að mati Papco. Orðalagið „*meira á hverri rúllu*“ sé tilvísun til alls salernispappírs sem samkeppnisaðilar John Lindsay séu að selja og því telji Papco samanburðinn ná til alls þess salernispappírs sem hann framleiði og selji. Ekki sé nauðsynlegt að tilgreina ákveðna tegund eins og John Lindsay virðist halda. Þá vísi Papco til sams konar sjónarmiða vegna þess sem fram komi í bréfinu þess efnis að ekki sé vísað til nafngreinds framleiðanda salernispappírs í auglýsingum John Lindsay.

Um það sem fram komi í bréfi John Lindsay að ekki sé ósanngjarnt í skilningi laganna að fyrirtæki fjalli um kosti söluvara sinna vísar Papco til þess að það sé rétt. Hins vegar megi fyrirtæki ekki nota kosti söluvöru sinnar til þess að blekkja neytendur til að telja þeim trú um að þeir séu að fá meira fyrir peninginn, sbr. 9. gr. laganna. Að lokum telji Papco augljóst, þrátt fyrir andmæli John Lindsay, að reglur nr. 366/2008 eigi við um hinar umþrættu umbúðir. Reglurnar eigi ekki bara við um vörur sem seldar séu á útsölu heldur líka um vörur sem seldar séu á lægra verði. Augljóst sé með notkun orðanna „*3 rúllur fríar*“ að verið sé að höfða til þess



að Andrex pappírinn sé seldur á lægra verði í 12 rúllu pakkningum en annars væri og eigi reglurnar því við.

3.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 18. nóvember 2015, var bréf Papco sent John Lindsay til umsagnar. Svar barst með bréfi John Lindsay, dags. 30. desember 2015. Í bréfinu kemur fram að Papco hafi látið að því liggja að John Lindsay ráði alfarið framstillingu á salernispappír í hillum verslana. Svo sé ekki líkt og Papco hljóti að vera fullljóst. John Lindsay selji salernispappír til dagvöruverslana líkt og Papco. Dagvöruverslanir annist sjálfar framstillingu í hillum. Það hafi ekki tíðkast hvað varði salernispappír að dreifingaraðilar hafi áhrif á það hvernig pappírnum sé stillt upp í hillu.

Eðli málsins samkvæmt geti John Lindsay ekki knúið dagvöruverslanir til þess að fórna dýrmætu hilluplássi fyrir níu rúllu pakkningar sem ólíklegt sé að seljist þar sem til sé önnur stærri pakkning á sama verði. Sé það alfarið ákvörðun viðkomandi dagvöruverslana að haga málum með þessum hætti. Sé það almennt svo að dagvöruverslanir vilji ekki hafa aðrar vörur í hillum sínum en þær sem ná ákveðnum veltuhraða til þess að ná hámarksnýtingu á sitt pláss.

Það sé ekkert efnislega rangt við það að ekki sé greitt fyrir þrjár rúllur í 12 rúllu pakkningum Andrex salernispappírs þar sem þessar pakkningar hafi verið seldar á sama verði. Þann tíma sem 12 og níu rúllu pakkningar hafi verið seldar af John Lindsay hafi listaverð þessara vara hjá John Lindsay verið hið sama og því hafi viðskiptavinir John Lindsay greitt sama verð hvort sem þeir pantu níu eða tólf rúllu pakkningar. Hafi Papco raunverulegan áhuga á hagsmunum neytenda og blekkingum væri nær að félagið kvartaði undan þeim framleiðendum sem dragi úr magni í sínum pakkningum en halda verði óbreyttu án þess að nokkur tilkynning sé gefin út um breytinguna. Umbúðir 12 rúllu pakkninga Andrex pappírs séu skýrar með það að um sé að ræða meira magn fyrir sama verð.

Reglur nr. 366/2008 sem Papco vísi til geti ekki átt við um umþrættar pakkningar enda séu reglurnar bundnar við útsölu. Reglurnar séu til nánari útfærslu á ákvæði 11. gr. laga nr. 57/2005. Ákvæðið eigi augljóslega ekki við um 12 rúllu pakkningar Andrex salernispappírsins þar sem ekki sé um að ræða sölu á lækkuðu verði. Því sé ekki um útsölu að ræða. Vísi John Lindsay til gildissviðs 1. gr. reglna nr. 366/2008. Augljóst sé að reglurnar eigi ekki við um sölu John Lindsay á umræddum salernispappír. Svo sem Papco geti ekki dulist tíðkist ekki að halda útsölu á salernispappír. Sé eftirspurn eftir salernispappír til þess að gera stöðug og litlar sem engar tískusveiflur í smekk neytenda. Engin ástæða sé til þess að selja salernispappír á útsölu.

Rétt sé að taka fram að það hafi tíðkast um árabíl að einstaka vörur séu seldar ýmist tímabundið eða yfir lengri tíma þannig að neytendur fái meira af vörunni fyrir sama verð. Sé það til að mynda algengt að kexframleiðendur bæti kexkökum í pakka sína og auglýsi meira magn fyrir sama verð. Þessi háttsemi hafi verið látin óátalin.



Þá sé hin nýja ásökun Papco að viðskiptahættir John Lindsay séu brot gegn 1. gr. reglna nr. 160/2009 úr lausu lofti gripin. Sé reyndar engin tilraun gerð til þess að undirbyggja þá afstöðu. Teldi Papco í reynd að brotið væri gegn ákvæðinu væri félaginu í lófa lagið að vísa að minnsta kosti til viðeigandi töluliðar. Það sé hins vegar ekki gert. Tilvísaðir úrskurðir áfrýjunarnefndar neytendamála og Neytendastofu varði svo eðlisólík mál því tilviki sem hér sé til umræðu að óþarfi sé að dvelja við þau sérstaklega. Þannig fjalli úrskurður áfrýjunarnefndar nr. 8/2011 um svokallaðar samanburðarauglýsingar en tilvísuð ákvörðun Neytendastofu nr. 16/2012 um auglýsingu sem hafi verið efnislega röng. Eigi hvorugt við í þessu tilviki.

Sú afstaða Papco að skylt sé að láta verð fylgja með í skjáauglýsingum sé nýstárleg. Hafi það ekki tíðkast hér á landi en töluvert sé um að vörur séu auglýstar í skjáauglýsingum eða stuttum lesnum auglýsingum í útvarpi. Í útvarpi reyni auglýsendur eftir megni að koma skilaboðum sínum á framfæri á sem hnitmiðaðastan hátt og fróðlegt væri að vita hvernig slíkar auglýsingar ættu að mati Papco að vera útbúnar. Eðli málsins samkvæmt leyfi hvorki plássið né tíminn að öllum mögulegum upplýsingum sé komið á framfæri í stuttum auglýsingum. Sé engin krafa gerð til þess í lögum nr. 57/2005 að allar upplýsingar sem nauðsynlegar séu til einhvers óskilgreinds samanburðar komi fram. Aðeins sé gerð sú krafa að auglýsingar séu ekki villandi eða til þess fallnar að blekkja neytendur. Eigi það ekki við um auglýsingar fyrir Andrex salernispappír sem séu þvert á móti mjög upplýsandi.

Ætla verði að ávallt séu einhverjir eiginleikar vara þannig að neytendur þurfi sjálfir að meta þá. A.m.k. sé ósanngjarnt að ætla fyrirtækjum að þau tilgreini alla eiginleika sinna framleiðsluvara í auglýsingum sínum. Þannig sé mykt salernispappírs, magn á rúllu, rakadrægni pappírs og fjöldi annarra þátta ólíkur á milli framleiðenda. Ómögulegt sé að gera þeim öllum skil í auglýsingum. Þá sé það ekki svo að John Lindsay beri eða geti borið ábyrgð á því að rannsaka og bera saman allan salernispappír á Íslandi og að miðla þeim upplýsingum til neytenda. John Lindsay hafi flutt inn og dreift Andrex salernispappír og annast markaðsstarf vegna hans. Eðli málsins samkvæmt hafi John Lindsay lagt áherslu á styrkleika vörunnar í því markaðsstarfi. Yrði kenning Papco um heimildir auglýsenda samþykkt sé næsta víst að banna þyrfti fjöldann allan af auglýsingum enda væri t.d. bannað að auglýsa að vara sé „safaríkari“, „bragðmeiri“, „endingarbetri“, eða hvað annað án þess að einnig sé tilgreint hvað viðkomandi vara kosti. Það gefi auga leið að ótækt sé að leggja svo rík höft á auglýsendur. Taka meggi undir eitt atriði í umfjöllun Papco um auglýsingar en þar segi að John Lindsay hafi hug á því að hafa áhrif á eftirspurn vara með þeim auglýsingum sem félagið kaupir. Það sé í sjálfu sér rétt. John Lindsay ítteki þau sjónarmið sem félagið hafi sett fram vegna málsins og telji félagið ljóst að markaðssetning þess sé að öllu leyti í samræmi við lög og reglur.

4.

Með bréfi Neytendastofu til aðila máls, dags. 11. janúar 2016, var tilkynnt að gagnaöflun í málinu væri lokið. Meðfylgjandi var listi yfir gögn málsins.



III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kemur til álita markaðssetning John Lindsay hf. á salernispappír af gerðinni Andrex sem félagið flytur inn.

Markaðssetningin sem um ræðir lýtur annars vegar að notkun John Lindsay á fullyrðingunni „*meira á hverri rúllu*“ í auglýsingum Andrex salernispappírs og hins vegar að dreifingu John Lindsay á umbúðum Andrex salernispappírs með merkingunni „*3 rolls free*“. Telur Papco hf. að framangreind markaðssetning brjóti gegn 5. gr., 2. og 4. mgr. 6. gr., 8. gr., 9. gr., 14. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, 20. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem undir öllum kringumstæðum teljast óréttmætir, og ákvæðum 2. mgr. 2. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölu og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. John Lindsay hafnar því að markaðssetningin brjóti gegn framangreindum ákvæðum laga. Níu og 12 rúllu pakkningarnar séu alltaf seldar á sama verði til smásala. Það séu dagvöruverslanir sem ráði svo verðlagningu vörunnar til neytenda. Eðlilegt sé að upplýsa neytendur um það að mismikill pappír sé á salernisrúllum eftir framleiðendum og sanna megi fullyrðinguna.

2.

Í 5. gr. laga nr. 57/2005 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. laganna 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 kemur fyrst fram, segir að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

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 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 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.

Með heimild í 2. mgr. 8. gr. hefur ráðherra sett reglugerð nr. 160/2009 um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir. Þar segir í 20. tölul. 1. gr.:

„Eftirfarandi viðskiptahættir teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir:

[...]

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

Samkvæmt umfjöllun í greinargerð með 8. gr. laga nr. 57/2005 miðast viðskiptahættirnir sem tilgreindir eru í reglugerðinni við þá viðskiptahætti sem tilgreindir eru í 1. viðauka tilskipunar 2005/29/EB. Listinn er tæmandi og gildir í öllum aðildarríkjunum. Við túlkun ákvæða reglugerðarinnar telur Neytendastofa að líta beri meðal annars til leiðbeininga framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins með tilskipun 2005/29/EB.

Í 9. gr. er um það fjallað 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 a.–g. lið málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Samkvæmt d. lið er átt sé við rangar upplýsingar um :

„d. verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértílbod 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. 9. gr. laganna.

Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segir í 14. gr.:

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut 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 nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. liðum 2. mgr. 15. gr. Ákvæði a. - c. og e. liðar eru svohljóðandi:

„Samanburðarauglýsingar skulu, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum:

a. þær séu ekki villandi,[...]

c. gerður sé samanburður á einum eða fleiri ápreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika eða eiginleikum vöru eða þjónustu, að meðtöldu verði ef vill [...]

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

Með heimild í 17. og 18. gr. laga nr. 57/2005 hefur Neytendastofa sett reglur nr. 366/2008 um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

Í 2. mgr. 2. gr. reglnanna segir:

„Þegar vara eða þjónusta hefur verið seld á lækkuðu verði í sex vikur skal lækkað verð vera venjulegt verð.“



Tilgangur ákvæðisins er að koma í veg fyrir að seljandi auglýsi vöru sína á útsölu eða lækkuðu verði í langan tíma enda felur slíkt að mati Neytendastofu ekki í sér raunverulega lækkun, sbr. 11. gr. laga nr. 57/2005. Þegar vara hefur verið á lækkuðu verði í sex vikur er því ekki lengur um lækkað verð að ræða.

3.

John Lindsay markaðssetur Andrex salernispappír með fullyrðingunni „*meira á hverri rúllu*“. Neytendastofa telur að líta beri svo á að auglýsingin geti falið í sér samanburðarauglýsingu þar sem óbeint er vísað til vöru eða þjónustu sem keppinautur býður, sbr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Þá verður auglýsingin jafnframt að uppfylla skilyrði 2. og 4. mgr. 6. gr., 8. gr., 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005. Neytendastofa bendir á að jafnvel þótt John Lindsay hafi fengið ráðleggingar og tillögur frá Ríkisútvarpinu þá er það John Lindsay sem auglýsandi sem ber ábyrgð á efni auglýsingarinnar samkvæmt ákvæðum laga nr. 57/2005. Þá skal á það bent að John Lindsay ber ábyrgð á því að fullyrðingar í auglýsingum fyrirtækisins sé unnt að sanna.

Í fyrra máli aðila sem lauk með ákvörðun Neytendastofu í bréfi, dags. 23. janúar 2015, voru lögð fram gögn sem sýndu lengd salernispappírs sem John Lindsay lagði til grundvallar vegna fullyrðingarinnar „*38% meira á hverri rúllu*“. Voru gögn þessi einnig send í umsögn Papco í máli þessu. Þar er um að ræða niðurstöðu mælinga á vörum helstu keppinauta John Lindsay á Íslandi. Í gögnunum kemur fram að Andrex salernispappír sé á bilinu 30% til 51% lengri en salernispappír keppinauta. Önnur gögn liggja ekki fyrir í máli þessu um lengd á vörum John Lindsay, Papco eða annarra keppinauta á markaðnum. Að þessu virtu verður að telja að fullyrðing John Lindsay „*meira á hverri rúllu*“ hafi að svo stöddu fullnægjandi stöð í viðeigandi gögnum og sé ekki villandi gagnvart neytendum.

Neytendastofa telur að fullyrðingin „*meira á hverri rúllu*“, sé ekki til þess fallin að telja hinum almenna neytanda trú um að kaup á Andrex salernispappír séu hagstæðari en kaup á salernispappír keppinauta, eins og haldið er fram af Papco. Telur Neytendastofa að fullyrðingin vísi eingöngu til þess að meira af salernispappír sé á hverri rúllu. Fullyrðinguna er unnt að skilja með þeim hætti að meiri salernispappír sé á Andrex rúllum en áður hafi verið eða að salernispappírinn á Andrex rúllum sé meiri en á rúllum keppinauta. Líkt og að ofan greinir telur Neytendastofa að leggja beri til grundvallar að fullyrðingin hafi stöð í viðeigandi gögnum. Að því er varðar það hvort sönnun fullyrðingarinnar þurfi að koma fram í hinni umræddu auglýsingu þá telur Neytendastofa, með hliðsjón af því að fullyrðingin er sönnuð og að um var að ræða texta sem var lesinn upp í stuttri skjáauglýsingu, að framsetningin hafi ekki verið til þess fallin að villa um fyrir hinum almenna neytanda. Að því er varðar það hvort söluverð vörunnar þurfi að koma fram í auglýsingunni þá er ítrekað að um skjáauglýsingu er að ræða þar sem auglýsingapláss og –tími er takmarkaður og í slíkum tilvikum eru gerðar vægari kröfur til þeirra upplýsinga sem fram koma í auglýsingum, þó þær megi aldrei vera villandi. Þá bendir Neytendastofa á að John Lindsay selur Andrex salernispappír ekki beint til neytenda. Smásöluverð vörunnar getur því verið mismunandi milli verslana og þar af leiðandi gætu það talist villandi upplýsingar ef John Lindsay tilgreindi söluverð í auglýsingum sem ekki væri í



öllum tilvikum rétt verð. Að öllu ofangreindu virtu telur Neytendastofa auglýsingu John Lindsay ekki brjóta gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

John Lindsay selur Andrex salernispappír í heildsölu, annars vegar í níu rúllu pakkningum og hins vegar 12 rúllu pakkningum. Í kjölfar samningaumleitan John Lindsay við framleiðanda vörunnar hafa þrjár rúllur verið kynntar með merkingunni „3 rolls free“ á umbúðum 12 rúllu pakkningarinnar. Þrátt fyrir að John Lindsay selji vöruna í heildsölu er hún ætluð í smásölu til neytenda og því verður markaðssetning hennar að uppfylla skilyrði laga nr. 57/2005 og reglna settra samkvæmt þeim. Í því felst m.a. að merkingar á vörunni mega ekki vera rangar eða settar fram með þeim hætti að þær séu villandi gagnvart neytendum. Í máli þessu er til þess líta að John Lindsay selur Andrex salernispappír með umræddum merkingunum til matvöruverslana, lyfjabúða, veitingahúsa og mötuneyta. John Lindsay ræður ekki smásöluverði eða framsetningu Andrex vara í þeim verslunum sem selja þær áfram til neytenda en að teknu tilliti til þess að samkvæmt gögnum málsins átti John Lindsay frumkvæði að merkingunum verður félagið að nýta þau úrræði sem því eru tæk til þess að merkingarnar fái staðist og séu ekki villandi gagnvart neytendum. Að mati Neytendastofu sýna gögn málsins að John Lindsay hefur gert viðeigandi ráðstafanir gagnvart smásölum til þess að þeim sé unnt að standa við fullyrðingu um að 12 rúllu pakkning sé á verði níu rúllu pakkningar. Hvernig sölu og markaðssetningu smásala á vörunni er háttáð kemur ekki til álita í máli þessu.

Eins og hér stendur á telur Neytendastofa að John Lindsay hafi ekki brotið gegn ákvæðum laga nr. 57/2005, reglna nr. 366/2008 eða reglna nr. 160/2009 með því að bjóða smásöluverslunum og öðrum fyrirtækjum 12 rúllu pakkningar með merkingunni „3 rolls free“ þar sem að fyrirliggur í máli þessu að pakkningin inniheldur þrjár rúllur til viðbótar við pakkningu sem hægt er að fá á sama verði.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Ekki er ástæða til aðgerða af hálfu Neytendastofu í máli þessu.“

Neytendastofa, 17. október 2016

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir