



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 1/2020

Tilboðsauglýsingar BL

I.

Málsmeðferð

1.

Neytendastofa sendi BL ehf. bréf, dags. 14. júní 2019, vegna ábendingar sem barst stofnuninni þess efnis að fyrirtækið hefði auglýst lækkað verð á sömu tegundum bíla yfir lengri tímabil en sex vikur. Meðfylgjandi bréfinu var að finna fjölda auglýsinga BL þar sem afslættir ýmissa bílategunda voru auglýstir. Í bréfinu vakti Neytendastofa athygli á ákvæðum laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, n.t.t. 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laganna. Þá vísaði stofnunin til 2. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Óskaði stofnunin eftir skýringum og athugasemdum fyrirtækisins vegna framangreinds.

2.

Í svari BL, dags. 12. júlí 2019, kom fram að markmið fyrirtækisins væri að fara eftir neytendalögum í allri sinni starfsemi. Tilboðsverð hafi verið sett fram í góðri trú sem hluti af herferðum fyrirtækisins til þess að vekja athygli viðskiptavina og ýta undir sölu. Vegna mikils samdráttar á markaði hafi herferðirnar verið með full stuttu millibili án þess að fyrirtækið hafi áttað sig á því. Tvær herferðir hafi því tengst saman á lengra tímabili en sex vikum með hliðsjón af 2. gr. reglna nr. 366/2008 en um mistök hafi verið að ræða sem fyrirtækið harmi. Birting auglýsinga af hinum umræddum tilboðum hafi nú þegar verið hætt og félagið muni framvegis halda sig við sex vikna tímamörkin.

Á því tímabili sem um ræði hafi lager fyrirtækisins orðið of stór, gengi íslensku krónunnar hafi á sama tíma veikt mikið gagnvart evru en gengi íslenska gjaldmiðilsins sé lykilmáttur í verðlagningu á bílum. Þar sem fyrirtækið hafi átt bíla til á lager á hagstæðu gengi hafi BL talið viðskiptavinum sínum til hagsbóta að auglýsa tilboðsverð á þeim takmarkaða fjölda bíla sem hafi verið til á hagstæðu gengi svo viðskiptavinir gætu fengið að njóta ávinningsins. Vegna mikils og ófyrirséðs samdráttar á markaði hafi tekið lengri tíma en lagt hafi verið upp með að selja þessa bíla og því hafi tilboðin verið framlengd. Eðli máls samkvæmt séu slík tilboð á bílum sem séu til á lager annars eðlis en verðlækkun. Við verðlækkun, þar sem hið auglýsta lægra verð verði að nýju venjulegu verði, hafi það þá þýðingu fyrir fyrirtækið að þeir bílar sem



séu á leiðinni til landsins lækki í verði ásamt því að sérpantaðir bílar lækki í verði. Vegna mikillar gengisveikingar hafi ekki verið hægt að fara í verðlækkun þó hægt væri að veita tilboðsverð á takmarkaðan fjölda bíla á lager. Neytendalögin geri líklega ekki ráð fyrir slíkum aðstæðum og ástæðum fyrir tilboðum en fyrirtækið verði engu að síður að nýta sér þær til málsbóta og varnaðar.

BL tiltaki hvað varði tilboðsverð á Hyundai þá hafi upphaflegt verð á Hyundai I10 verið 2.190.000 kr. og á Hyundai I20 verið 2.390.000 kr. Eftir að hafa auglýst lækkað verð í fjórar vikur þá hafi hið lækkaða verð verið gert að venjulegu verði sbr. 2. gr. reglna nr. 366/2008. Tilboðsverð hafi síðar verið auglýst frá nýju venjulegu verðunum, Hyundai I10 á 2.090.000 kr. og Hyundai I20 á 2.290.000 kr. á fjögurra vikna tímabili sem telja verði að samræmist reglunum. Sömu skýringar sé að finna varðandi Hyundai Santa Fe en lækkað verð hafi verið auglýst í fimm vikur og hið lækkaða verð orðið að nýju venjulegu verði. Þá hafi afsláttur verið auglýstur af nýju venjulegu verði í fjórar vikur frá 6. apríl til 27. apríl sem verði að teljast innan ramma 2. gr. reglnanna. Í tilfelli Hyundai KONA Comfort þá sé um að ræða sitthvora vöruna en hvorki beinskipti né sjálfskipti bíllinn hafi verið auglýstur á tilboðsverði lengur en sex vikur.

Tegundin Dacia Duster hafi verið á tilboði en um hafi verið að ræða tvær tilboðsherferðir sem ekki sé tilefni að tengja saman. Farið hafi verið í herferð þann 12. janúar til 2. febrúar 2019. Ekki sé tilboðsverð aftur á bílnum fyrr en í annarri herferð sem hafi staðið frá 9. apríl til 18. maí 2019, en bæði tilfelli hljóti að rúmast innan sex vikna reglu 2. gr. reglna nr. 366/2008.

Að lokum tiltaki BL að engar mótbárur séu gegn því að Subaru Forester frá 5. apríl til 18. maí 2019, Renault Captur frá 18. mars til 18. maí 2019, Nissan Qashqai frá 18. febrúar til 30. apríl og Nissan X-trail frá 6. mars til 18. maí, hafi farið umfram sex vikna tímamörk 2. gr. reglna nr. 366/2008. Um hafi verið að ræða mistök sem muni ekki endurtaka sig.

3.

Neytendastofa sendi bréf til BL, dags. 23. ágúst 2019, þar sem stofnunin vísaði í svarbréf BL. Tiltök stofnunin að með hliðsjón af þeim gögnum og skýringum sem fyrirtækið hefði lagt fram, vegna auglýstra tilboða á mismunandi bílategundum, væri óskað eftir frekari skýringum á bílategundum sem BL hefði ekki gert grein fyrir í bréfi sínu. Um væri að ræða bílategundirnar Renault Kadjar, Nissan Navara, Nissan e-NV200 og Nissan NV200.

Þá benti Neytendastofa ennfremur á að í 3. gr. reglna nr. 366/2008 kæmi fram að þegar auglýst væri lækkað verð á vöru eða þjónustu þá skuli fyrra verð vera það verð sem varan hafi verið seld á áður en til lækkunar hafi komið. Þá sé ennfremur mælt fyrir um að seljandi skuli geta sannað að vara eða þjónusta hafi verið seld á því verði sem tilgreint sé sem fyrra verð. Með vísan til framangreinds óskaði stofnunin eftir því að BL færði sönnur á að þær bílategundir sem hefðu verið auglýstar á tilboðsverði hefðu verið seldar á tilgreindu fyrra verði áður en þær hefðu verið boðnar á afslætti í auglýsingum félagsins.



4.

Í svarbréfi BL, dags. 18. september 2019, kom fram að í fyrra svarbréfi BL frá 12. júlí hefðu verið veittar skýringar við auglýstum tilboðum hvarrar tegundar fyrir sig en auk skýringa hefðu komið fram upplýsingar um bílategund, dagsætning á auglýsingu og fréttamiðli, upplýsingar um tegund afsláttar (tilboðsverð, lækkað verð) ásamt fyrra verði og verði með afslætti.

BL ítreki vilja sinn til þess að fara að lögum og reglum varðandi neytendavernd en fyrirtækið telji sér hins vegar ófært að sýna fram á að viðkomandi bifreiðar hafi verið seldar á fullu verði. Þar komi til nokkrar ástæður sem skýrist einkum af eðli bílaviðskipta, sem ekki sé hið sama og hefðbundin neytendakaup. Neytandinn hafi þannig töluvert betri samningsstöðu og geti beitt henni sér til hagsbóta, líkt og í fasteignaviðskiptum. Algengt sé að neytendur gangi á milli bifreiðaumboða og leiti eftir tilboðum sem síðan séu notuð sem samningsgrundvöllur. Almennt megi segja að kaupendur bifreiða nái með þessu sem nemi 3%-4% afslætti af kaupverði.

Hér ráði einnig miklu að bifreiðakaup séu í flestum tilvikum önnur stærsta fjárfesting á heimilum. Oftar en ekki séu fastafjármunir notaðir sem greiðsla í viðskiptunum, með því að bílaumboðin taki eldri bifreið upp í nýja, sem tíðkist almennt ekki í viðskiptum með neytendavörur. Þá bendi BL á að bifreiðaumboð séu í ólíkri stöðu en söluaðilar annarra hefðbundinna neytendavara, enda hafi gengi íslensku krónunnar gríðarleg áhrif á rekstrarumhverfið og verðmyndun bifreiða. Þannig sýni verðlisti BL í raun hver kostnaður BL sé af sérpöntun bifreiða, sem ekki séu til á lager. Þar sem gengi krónunnar breytist ört segi sig sjálf að verð bifreiðanna breytist í takt við þær sveiflur sem oft á tíðum hafi verið miklar á skömmum tíma. Það geti valdið því að engin bifreið seljist á milli verðbreytinga.

Fjármögnun BL á bifreiðakaupum sé bundin í erlendum gjaldmiðli en verðmyndun bifreiðaumboða endurspeglir þennan raunveruleika. Fyrirtækið sé því mun háðara raungengi íslensku krónunnar á hverjum tíma en seljendur annarra neytendavara, t.d. sjónvarpa eða matvöru. Þar sem bifreiðar séu almennt dýrar í skilningi neytendavara sé hlutfallsleg álagning þeirra mun lægri og svigrúm til að takast á við gengissveiflur minna en almennt þekkist á öðrum neytendavörum. Þá geti bifreiðaumboð ekki haldið eins stóra lagera í stykkjum talið, sem lágmarkað geti slíkar gengissveiflur eða notið góðs af magnkaupum þegar gengið sé hagstætt. Til fyllingar framangreindu sé vísað til skýringa í fyrra bréfi BL.

Hvað varði ummæli Neytendastofu um að BL hafi ekki gert grein fyrir tímamörkum auglýsinga fyrir Renault Kadjar, Nissan Navara, Nissan e-NV200 og Nissan NV200 þá vísi BL til skýringa sem tiltekna hafi verið vegna Subaru Forrester, Renault captur, Nissan Qashqai og Nissan X-Trail í bréfi BL frá 12. júlí. Fyrirtækið hafi þannig engar mótbárur við því að farið hafi verið yfir tímamörk auglýsinga hvað varði framangreindar tegundir. Að lokum ítreki BL fyrri sjónarmið og árétti að fyrirtækið muni leitast við að gæta tímamarka á auglýsingum.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 23. september 2019, var BL tilkynnt um að gagnaöflun málsins væri lokið og málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.



II. Niðurstaða

1.

Mál þetta var tekið upp í tilefni ábendingar sem Neytendastofu barst um afslætti sem auglýstir hefðu verið lengur en sex vikur hjá fyrirtækinu BL ehf. Taldi stofnunin háttsemina til þess fallna að brjóta gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 11. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk 2. gr. og 3. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Þá óskaði stofnunin eftir því að BL færði sönnur fyrir því að hinir auglýstu tilboðsbílar hefðu verið seldir á tilgreindu fyrra verði áður en til verðlækkunar kom.

Í svari BL ehf. var að finna skýringar við auglýstum tilboðum fyrirtækisins, upplýsingar um bíltegundir, dagsetningar á auglýsingum og fréttamiðli, tegund afsláttar, ásamt fyrra verði og verði með afslætti. Þá var það tiltekið af hálfu BL að ákveðnar tegundir bíla sem auglýstir hafi verið á tilboði hafi fyrir mistök náð yfir lengra tímabil en sex vikur auk þess sem fyrirtækið tiltók að ófært væri að sýna fram á að auglýstar bílategundir á tilboði hefðu verið seldar á fyrra verði.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Í 5. gr. laga nr. 57/2005 er lagt bann við óréttmætum viðskiptaháttum. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er skv. ákvæðinu nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Ákvæði 1. mgr. 8. gr. laganna sem er í III. kafla þeirra er svohljóðandi:

„Viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Viðskiptahættir sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa eru alltaf óréttmætir.“

Ákvæðinu er, skv. umfjöllun í greinargerð, ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða skv. ákvæðinu er litið til þess hvort háttsemin geri það að verkum að hinn almenni neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.

Í 9. gr. laganna 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 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 sértílbod eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum.

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 nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Ákvæði 2. gr., þar sem fjallað er um lækkað verð, er svohljóðandi:

„Í auglýsingum sem og á sölustað, þ.m.t. netverslun, skal tekið skýrt fram hvaða vörur eða þjónusta er seld á lækkuðu verði. Þegar vara eða þjónusta hefur verið seld á lækkuðu verði í sex vikur skal lækkað verð vera venjulegt verð.“

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 2. og 3. gr. er til fyllingar ákvæði 11. gr. laga nr. 57/2005 þar sem kveðið er á um að verðlækkun skuli vera raunveruleg.

3.

Fram hefur komið af hálfu BL að ákveðnar tegundir bíla hafi verið auglýstar með afslætti lengur en sex vikur. Það er því óumdeilt að fjöldi bílategunda fyrirtækisins voru auglýstar með afslætti og seldar á lækkuðu verði í meira en sex vikur sem er ekki í samræmi við fyrrgreinda 2. gr. reglna nr. 366/2008, um lækkað verð. Slíkir viðskiptahættir eru jafnframt villandi gagnvart neytendum og til þess fallnir að hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni þeirra og brjóta því gegn 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.



Ber þá að horfa til þeirra ummæla BL um að fyrirtækinu sé ófært að sýna fram á að viðkomandi bifreiðar hafi verið seldar á fyrra verði sökum þess að eðli bílaviðskipta sé ekki hið sama og hefðbundin neytendakaup. Neytendastofa vill í þessu sambandi benda á að lög nr. 57/2005 gilda óháð því hvers konar neytendakaup um ræðir en þau taka til hvers konar atvinnustarfsemi hver svo sem varan eða þjónustan kann að vera.

Samkvæmt ofangreindum ákvæðum hvílir afdráttarlaus skylda á seljanda að geta sannað að um raunverulega verðlækkun sé að ræða. BL hefur ekki lagt fram gögn til staðfestingar á því að þær vörur sem vísað var til í fyrsta bréfi Neytendastofu hafi verið seldar eða boðnar til sölu á tilgreindu fyrra verði að því undanskildu að fram kom í svörum BL að fyrirtækinu væri það ófært.

Með vísan til framangreinds hefur BL ekki fært sönnur á að umræddar bíltegundir hafi verið seldar á tilgreindu fyrra verði áður en til verðlækkunar kom. BL hefur því með háttsemi sinni brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005 auk 3. gr. reglna nr. 366/2008.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 að banna BL að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti.



III.

Ákvörðunarorð:

„BL ehf., Sævarhöfða 2, Reykjavík, hefur með því að auglýsa útsölu í meira en sex vikur brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 11. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, sem og ákvæði 2. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

BL ehf. hefur með kynningu um lækkað verð án þess að hafa sýnt fram á að um raunverulega verðlækkun hafi verið að ræða, brotið gegn ákvæðum d. liðar 1. mgr. 9. gr., 11. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk 3. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur og aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

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

Neytendastofa, 17. janúar 2020

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir