



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 16/2013

Ákvörðun um sekt vegna auglýsingar Lyfju um kaupauka

I.

Málsmeðferð

1.

Með ákvörðun Neytendastofu í bréfi til Lyfju hf., dags, 6. janúar 2012, komst stofnunin að þeirri niðurstöðu að Lyfja hefði brotið gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., 1. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, og 20. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir, m.a. vegna þess að Lyfja auglýsti að þegar keyptar væru Clinique vörur fyrir kr. 4.900 fylgdi með gjöf að verðmæti kr. 14.000. Hafi þær vörur sem fólust í gjöfinni ekki verið söluvörur heldur hafi Lyfja ákvarðað verðmæti kaupaukans. Var þeim tilmælum beint til Lyfju að hætta að auglýsa með framangreindum hætti.

Neytendastofu barst ábending vegna auglýsingar Lyfju á Lancome vörum sem birtist í Lífinu, fylgiblaði Fréttablaðsins, þann 1. mars 2013, með yfirskriftinni „LANCOME KYNNING Í LYFJU LÁGMÚLA OG LAUGAVEGI 1.-2. mars“, Samkvæmt auglýsingunni þurftu neytendur að kaupa Lancome vörur fyrir kr. 8.900 eða meira til þess að geta fengið kaupauka sem sagður var vera að verðmæti kr. 14.460. Laut ábendingin að því að vörur sem innifaldar væru í kaupaukanum fylgdu aðeins keyptri vöru og gætu því ekki borið verð. Með bréfi Neytendastofu, dags. 21. mars 2013, óskaði stofnunin eftir skýringum Lyfju áður en tekin yrði ákvörðun um hvort beita ætti félagið stjórnvaldssektum fyrir brot gegn ákvörðun stofnunarinnar frá 6. janúar 2012.

2.

Í svari Lyfju, dags. 8. apríl 2013, kemur fram að Lyfja telji auglýsinguna ekki brjóta gegn lögum. Þá telji Lyfja auglýsinguna sem birtist 1. mars 2013, ekki vera sambærilega þeirri sem birtist árið 2011. Í eldri auglýsingunni sé talað um *gjöf* en í auglýsingunni sem nú séu gerðar athugasemdir við sé talað um *kaupauka*. Lyfja telji rangt að halda því fram að fyrirtækið hafi ekki látið af þeim viðskiptaháttum sem gerðar hafi verið athugasemdir við. Lyfja hafi breytt auglýsingum í kjölfar ákvörðunar Neytendastofu.



Lyfja fallist ekki á að viðskiptahættir fyrirtækisins hafi verið villandi og hafi brotið gegn lögum nr. 57/2005 með auglýsingu um Lancome kynningu. Í auglýsingunni hafi verið birtar upplýsingar um að ef keyptar væru Lancome vörur fyrir kr. 8.900 eða meira fylgdi kaupauki með. Upplýsingar komi fram um tegund Lancome varanna, magn þeirra, birt sé mynd af vörunum og fram komi verðmæti kaupaukans.

Í bréfinu kemur einnig fram sú afstaða að hvergi komi fram í þeim lögum og reglum sem Neytendastofa hafi eftirlit með að bannað sé að auglýsa kaupauka. Fram komi í bréfi Neytendastofu, dags. 6. janúar 2012, að heimilt sé að auglýsa að vara eða vörur fylgi með vöru sem keypt sé.

Lyfja bendi á að verð varanna sé ekki gefið upp í auglýsingu frá 1. mars 2013, þar komi fram upplýsingar um verðmæti varanna. Verðmæti sé fundið út með því að nota söluverð sömu vöru til viðmiðunar og finna magnverð á hverjum millilítra og áætla þannig verðmæti kaupaukans. Ekki sé lagt bann við að auglýsa verðmæti vara, aðeins rangar upplýsingar um verð vöru eða aðferðir við útreikning á verði. Einnig sé bannað að leyna upplýsingum fyrir neytendum. Lyfja sé ekki að auglýsa verð vöru, heldur verðmæti kaupauka. Ekki sé hægt að kaupa kaupauka og beri hann því ekki verð. Telji félagið mikilvægt fyrir neytendur að fá upplýsingar um verðmæti kaupauka svo þeir geti tekið ákvörðun um kaup á vöru.

Þá telji Lyfja auglýsinguna ekki brjóta gegn lög nr. 57/2005. Upplýsingar um kaupaukann, skilyrði fyrir því að fá kaupaukann og verðmæti hans komi skýrt fram. Upplýsingar í auglýsingunni séu réttar og að Lyfja fái ekki séð að upplýsingar í auglýsingunni sé til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda. Viðskiptahættirnir séu þar af leiðandi ekki villandi.

Orðalag 20. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009 sé ekki notað í auglýsingu Lyfju. Ekki sé gefið til kynna að neytendur geti fengið gjöf endurgjaldslaust. Fram komi að greiða þurfi að lágmarki kr. 8.900 kr. svo kaupauki fylgi með. Kaupauki beri með sér að inna þurfi greiðslu að hendi fyrir vöru til að fá kaupauka. Bent sé á að kaupauki sé heimilaður í dönskum, sænskum og norskum rétti.

Vísað sé til dóms Evrópudómstólsins í sameinuðum málum C-299/07 og C-262/07 þar sem deilt hafi veri um samtvinnuð tilboð í Belgíu. Niðurstaðan hafi verið sú að aðildarríki mættu ekki lögfesta strangari reglur en fram komi í tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins, nr. 2005/29/EB. Því sé íslenskum stjórnvöldum ekki heimilt að banna kaupauka.

Lyfja bendi á að í dönskum rétti verði við boð um kaupauka, að gefa upplýsingar sem líklegt sé að raski fjárhagslegri hegðun neytenda, þar m.a. verðmæti vara. Það hafi mikla þýðingu fyrir neytendur að vita verðmæti vara eða þjónustu.

Í lokin er ítrekað að íslensk lög megi ekki banna viðskiptahætti sem séu heimilaðir í ofangreindri tilskipun. Lögfest hafi verið skylda til að gefa upplýsingar um verðmæti



kaupauka í Danmörku og norsk stjórnvöld hafi gert athugasemdir við að verslanir bjóði kaupauka þar sem verðmæti vöru og kaupauka komi ekki fram. Verðmæti vara auðveldi neytendum að gera verðsamanburð og átta sig á því hvort þeir hafi gert góð kaup. Óupplýst kaup á vöru hafi í för með sér minni neytendavernd.

Lyfja telji auglýsinguna standast lög nr. 57/2005 og reglugerð nr. 160/2009. Þá liggi fyrir heimild til að auglýsa kaupauka og upplýsingar um verðmæti vara og sé slíkt til hagsbóta fyrir neytendur. Upplýsingarnar auðveldi neytendum að taka upplýstar ákvarðanir.

Að lokum mótmælir Lyfja því að Neytendastofa beiti stjórnvaldssekt þar sem Lyfja telji skilyrði fyrir beitingu stjórnvaldssektar ekki uppfyllt.

3.

Með bréfi Neytendastofu, dags 19. apríl 2013, var Lyfju tilkynnt að gagnaöflun væri lokið í málinu og að tilkynnt yrði um ákvörðun stofnunarinnar um leið og hún lægi fyrir.

II.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu er um að ræða meint brot Lyfju á ákvörðun Neytendastofu frá 6. janúar 2012 með framsetningu auglýsingar á Lancome kynningu sem birt var í Lífinu, fylgiriti Fréttablaðsins, þann 2. mars 2013. Auglýsingin bar yfirskriftina „LANCOME KYNNING Í LYFJU LÁGMÚLA OG LAUGAVEGI 1. – 2. MARS“. Í auglýsingunni kom fram að verðmæti kaupaukans væri kr. 14.460. Óskað var eftir skýringum Lyfju á umræddri auglýsingu og var fyrirtækinu gefið kostur á að koma að athugasemdum áður en ákvörðun yrði tekin um stjórnvaldssekt í samræmi við IX. kafla laga nr. 57/2005.

Að hálfu Lyfju var því mótmælt að auglýsingin bryti í bága við lög nr. 57/2005 og gegn ákvörðun Neytendastofu frá 6. janúar 2012. Auglýsingarnar hafi ekki verið sambærilegar. Í þeirri eldri hafi verið talað um *gjöf* en í þeirri nýrri sé notað orðið *kaupauki*. Viðskiptahættirnir séu ekki villandi. Fram komi að greiða þurfi að lágmarki kr. 8.900 til þess að fá kaupauka. Þá komi fram magn vara í kaupauka, upplýsingar um vörurnar og verðmæti kaupauka. Verðmæti varanna sé fundið út með því að nota söluverð sömu vöru til viðmiðunar og magnverð hvers millilítra og áætla verðmæti kaupaukans út frá þeim. Lyfja auglýsi ekki verð vöru, aðeins verðmæti kaupauka sem Lyfja telji vera mikilvægt fyrir neytendur að fá upplýsingar um svo þeir geti gert verðsamanburð og tekið upplýsta ákvörðun um kaup á vöru. Lyfja telji 20. tölul.1. gr. reglugerðar nr. 160/2009 ekki hafa verið brotinn. Ekki sé gefið til kynna að neytendur fái *gjöf* þar sem fram komi að greiða þurfi lágmarksgjald svo að vörur fylgi með sem kaupauki.



2.

Í allnokkur ár hefur tíðkast að fyrirtæki bjóði kaupauka með vörum sem keyptar eru. Neytendastofa hefur ekki gert athugasemdir við að fyrirtæki bjóði kaupauka t.d. þegar eitthvað er innifalið þegar vara er keypt eða að ein vara fylgi annarri, svo fremi sem kaupauka sé ekki lýst sem fríum, ókeypis, án endurgjalds eða með ámóta hætti. Líkt og fram kom í ákvörðun Neytendastofu dags, 6. janúar 2012, er Lyfju heimilt að auglýsa að kaupauki fylgi annarri vöru. Í auglýsingu Lyfju sem birtist í fylgiblaði Fréttablaðsins, þann 1. mars 2013, er ekki notast við orðið gjöf og því brýtur auglýsingin að þessu leytinu til ekki gegn ákvörðun Neytendastofu frá 6. janúar 2012 eða ákvæði 20. tölul. 1. gr. reglugerðar nr. 160/2009.

Í ákvörðun Neytendastofu frá 6. janúar 2012 kom eftirfarandi jafnframt fram:

„Af gögnum og skýringum í bréfi Lyfju má ráða að bein samsvörun sé á milli magnhlutfalls og verðs þeirra vara sem um ræðir. Þannig virðist Lyfja ákveða verðmæti kaupaukans sem hlutfall af verði hinna raunverulegu söluvara miðað við magn. Aftur á móti er umræddur kaupauki óneitanlega kynntur líkt og um söluvöru sé að ræða og hvergi kemur fram að vörurnar séu ekki seldar með beinum hætti til neytenda. Þar sem neytendum stendur ekki til boða að kaupa Clinique vörur í verslunum Lyfju í því magni sem hér um ræðir telur Neytendastofa framsetningu auglýsinganna á kaupaukanum á ákveðnu verði villandi. Telur Neytendastofa að auglýsingar Lyfju brjóti því gegn 5. gr., sbr. 1. mgr. 8. gr. og 1. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005.“

Í auglýsingu Lyfju frá 1. mars 2013, er Lancome kaupauki óneitanlega kynntur líkt og um söluvöru sé að ræða þar sem ekki kemur fram að vörurnar séu ekki seldar með beinum hætti til neytenda. Neytendum stendur ekki til boða að festa kaup á umræddum vörum í því magni sem um ræðir og þar af leiðandi geta þær ekki borið verð. Með ofangreindum viðskiptaháttum hefur Lyfja brotið gegn ákvörðun Neytendastofu frá 6. janúar 2012.

3.

Samkvæmt a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005 getur Neytendastofa lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvæðum laganna og reglum settum samkvæmt þeim, sbr. II. – V. kafli laganna.

Að teknu tilliti til þess að Lyfja, hefur meðauglýsingunni brotið gegn framangreindum lagagreinum og þar sem jafnframt er um að ræða brot á ákvörðun Neytendastofu frá 6. janúar 2012, telur Neytendastofa að leggja verði á sekt í samræmi við heimildir laga.

Með tilliti til umfangs brotsins og fyrri sektarákvörðunar stofnunarinnar sem og að teknu tilliti til jafnræðis- og meðalhófsreglu stjórnarsýslulaga telur Neytendastofa hæfilegt að leggja á Lyfju stjórnvaldssekt að fjárhæð kr. 250.000- (tvö hundruð og fimmtíu þúsund krónur).



III. Ákvörðunarorð:

„Lyfja hf., Bæjarlind 2 Kópavogi, hefur með því að auglýsa verðmæti kaupauka sem er ekki seldur í verslunum Lyfju í þeim magnbúðum sem kaupaukinn inniheldur og er því ekki söluvara sem getur borið verð, brotið gegn ákvörðun Neytendastofu frá 6. janúar 2012.

Með heimild í a. og b. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, leggur Neytendastofa stjórnvaldssekt á Lyfju hf., að fjárhæð kr. 250.000- (tvö hundruð og fimmtíu þúsund krónur). Sektina skal greiða í ríkissjóð innan þriggja mánaða frá dagsetningu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 18. júlí. 2013.

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir