

Alþingi
Erindi nr. P 143/251
komudagur 19.11.2013



NEYTENDASTOFA

Alþingi
Nefndasvið
Austurstræti 8-10
150 Reykjavík

Reykjavík, 18.11.2013
Tilv. 2013/0953 - 0.0.01
MS

Efni: Frumvarp til laga um breytingu á lögum um þjóðfána Íslands, 13. mál.

Vísað er til tölvubréfs nefndarsviðs Alþingis, dags. 4. nóvember 2013, þar sem Neytendastofu var gefinn kostur á að koma á framfæri umsögn um frumvarp til laga um breytingu á lögum um þjóðfána Íslands (notkun fánans), 13. mál.

Eftirlit Neytendastofu með villandi merkingum

Neytendastofa vill vekja athygli á að stofnunin hefur eftirlit með lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þar er kveðið á um hvaða viðskiptahættir teljist óréttmætir eða villandi gagnvart neytendum og skuli þar með bannaðar. Sem dæmi um viðskiptahætti sem teljast villandi samkvæmt ákvæðum laganna er að veita rangar upplýsingar um helstu einkenni vöru eða þjónustu eða að greina ekki frá upplýsingum sem telja má að almennt skipti máli fyrir neytendur. Á grundvelli þessara ákvæða hefur Neytendastofa tekið ákvarðanir og bannað umbúðamerkingar á vörum án þess að fram komi nánari tilgreining á uppruna vörunnar, þegar með villandi hætti er gefið til kynna að um íslenska vöru eða íslenska framleiðslu sé að ræða. Vill stofnunin í því sambandi vekja athygli á að í þeim málum hefur ekki einungis verið tekið á því þegar notast er við þjóðfána Íslands heldur einnig þegar merki hefur augljósa skírskotun til þjóðfánans. Neytendastofa vill einnig benda á að skv. d-lið 2. mgr. 16. gr. d. laga nr. 57/2005 er stofnuninni falið eftirlit með því að ekki sé notast við íslenska ríkisskjaldamerkið við framboð vöru, þjónustu eða annars sem lögin taka til. Heildstætt mat á útliti og upplýsinga skipta því miklu máli við mat á því hvort neytendum séu veittar villandi eða rangar upplýsingar en jafnframt er við rannsókn og ákvörðun í málum horft til gildandi upprunareglna, einkum skv. EES-samningnum. Í upprunareglum EES (Bókun 4 við EES samninginn) er tekið mið af því hvar mestur virðisauki vörunnar fer fram og horft til þess hvort að nægjanleg aðvinnsla eigi sér stað hér á landi þegar um innflutt hráefni er að ræða. Sé virðisauki hennar að mestu á Íslandi geti varan því talist íslensk, jafnvel þó hún sé ekki unnin úr íslenskum hráefnum.

Í framangreindum málum hefur Neytendastofa bannað hinar villandi merkingar þar sem gefið var til kynna að um íslenska vöru eða íslenska framleiðslu var að ræða þrátt fyrir að um hafi verið að ræða vörur með erlendan uppruna. Meðfylgjandi umsögn þessari eru til upplýsingar sendar tvær ákvarðanir Neytendastofu sem vörðuðu villandi merkingar umbúða.

Athugasemdir við ákvæði frumvarpsins

a. liður 1. gr:

Breyting á a-lið 4. mgr.:

Lagt er til að orðalag á a-lið 4. mgr. verði bætt við orðunum „*p.m.t. afurðir nytjajurta.*“
Ljóst er að ætlunin er að undir þetta ákvæði falli einnig nefna fjallagrös, kræki- og bláber og söl, svo dæmi séu tekin. Það er mat Neytendastofu að það sé skýrara að taka þetta fram í ákvæðinu þó svo að túlkun gæti einnig leitt til þess að slíkar jurtir verði felldar undir ákvæðið í framkvæmd.

Breyting á d-lið 4. mgr.:

Lagt er til að bætt verði við orðunum „*enda nægjanleg aðvinnsla hafi farið fram hér á landi*“
Þetta telur stofnunin vera í meira samræmi við upprunareglur EES.

Breyting á e-lið 4. mgr.:

Neytendastofa telur ákvæði e. liðar væntanlegrar 4. mgr. 12. gr. um að vara geti talist íslensk að uppruna hafi hún verið framleidd hér á landi í a.m.k. 50 ár eða samkvæmt íslenskri hefð fela í sér of miklar hindranir til þess að nýir aðilar geti komið á markað. Sem dæmi um matvörur sem framleiddar eru hér á landi en ákvæði e. liðar kæmu í veg fyrir að gætu borið þjóðfánann má nefna sælgæti og bjór. Stofnunin fær ekki séð að rök séu fyrir því að vörur sem framleiddar hafa verið hér á landi, úr erlendum afurðum, í 50 ár eða lengur geti verið merktar þjóðfána Íslands, en ekki yngri vörur.

Lagt er því til að orðalag verði hér: „*matvæli, önnur en matvæli skv. a-c.lið, enda hafi nægjanleg aðvinnsla farið fram hér á landi*“.

b-liður 1. gr.:

Breyting á 2. mgr. b.-lið 4. gr.:

Samkvæmt frumvarpi því sem hér liggur fyrir er ráðherra falið eftirlit með notkun þjóðfánans.

Með vísan til ofangreindra athugasemda og upplýsinga um ákvarðanir Neytendastofu þá vill Neytendastofa benda á að það fellur vel að því eftirlitshlutverki sem stofnunin sinnir að hafa eftirlit með notkun þjóðfánans á umbúðum, í auglýsingum eða öðrum svipuðum viðskiptaháttum Stofnunin telur þó eðlilegt að ráðherra veiti leyfi til notkunar þjóðfánans í skrásettu vörumerki.

Hér kemur því til álita að skoða nánar ákvæði b-liðar og hvort það sé hagræði af því að fela þetta eftirlit forsætisráðherra sbr. orðalag núverandi greinar sem er þannig: „*Ráðherra sker úr um álitafefni sem upp kunna að koma um leyfilega notkun fánans samkvæmt ákvæði þessu*“.

Unnt væri að vísa um eftirlit með ákvæðum laganna varðandi umbúðir og auglýsingar til eftirlits Neytendastofu og ákvæða laga nr. 57/2005. Ekki er þó gerð sérstök tillaga að svo stöddu um orðalagsbreytingar að þessu leyti.

Virðingarfyllst
f.h. Neytendastofu

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Matthildur S.
Matthildur Sveinsdóttir



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 3/2009

Kvörtun Lóu Pind Aldísardóttur yfir upplýsingum og útliti umbúða á vörum frá Íslensku Meðlæti hf., sem rekið er af Eggerti Kristjánssyni hf.

I.

Málsmeðferð

1.

Hinn 14. janúar 2009 barst Neytendastofu kvörtun frá Lóu Pind Aldísardóttur vegna útlits og upplýsinga á umbúðum á snöggsöðnu og djúpfrystu rósakáli og gulrótarskífum frá Íslensku Meðlæti hf., sem rekið er af Eggerti Kristjánssyni hf. Í kvörtuninni kom fram að umbúðir vörunnar gefi til kynna að grænmetið sé framleitt og pakkað hér á landi en samkvæmt upplýsingum sem kvartandi hafði aflað sér sé grænmetið framleitt og pakkað erlendis.

Með bréfi Neytendastofu til Eggerts Kristjánssonar hf., dags. 14. janúar 2009, var fyrirtækinu tilkynnt að stofnuninni hafi borist framangreind kvörtun og fyrirtækinu gefinn kostur á að koma að skýringum eða athugasemdum í málinu. Í bréfi Neytendastofu var vísað til 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, sem felur í sér almenna vísireglu sem bannar óréttmæta viðskiptahætti, 2. mgr. 9. gr. sem segir að viðskiptahættir séu villandi sé upplýsingum leynt sem séu til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytanda um að eiga viðskipti og 14. gr. laganna sem kveður á um að óheimilt sé að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar sem séu til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara.

2.

Svar barst með bréfi, dags. 23. janúar 2009, þar sem því er hafnað að um villandi eða rangar upplýsingar á umbúðunum sé að ræða. Í bréfinu segir að rangt sé að grænmeti Íslensks Meðlætis sé pakkað erlendis. Grænmetið sé flutt inn erlendis frá, en blöndun, vigtun og endurpökkun fari fram á Íslandi. Aðföng til vinnslunnar, umbúðir og pappakassar séu keypt af innlendum aðilum. Virðisaukning innanlands sé um 50% af heildsöluverði vörunnar. Framleiðsla Íslensks Meðlætis teljist því íslenskur iðnaður. Vakin er athygli á því að ekki sé að finna almenna skilgreiningu í lögum eða reglugerðum á hugtökunum „íslensk framleiðsla“ eða „íslenskur iðnaður“.

Til frekari stuðnings því að framleiðsla Íslensks Meðlætis teljist til íslensks iðnaðar er vísað til þess að Tollstjórinn í Reykjavík veitti heimild til niðurfellingar aðflutningsgjalda af aðföngum til atvinnustarfsemi fyrirtækisins með vísan til reglugerðar nr. 719/2000 um undanþágu aðflutningsgjalda af aðföngum til ýmissar atvinnustarfsemi. Þá hafi fjármálaráðuneytið staðfest þá niðurstöðu að um sé að ræða íslenskan iðnað. Þá hafi hagfræðingur Samtaka iðnaðarins upplýst að Samtökin skilgreindu íslenskan iðnað sem alla vinnslu sem fari fram innanlands og fæli í sér virðisaukningu.

Með vísan til framangreindra lagaákvæða beri að skoða hvort Íslenskt Meðlæti hafi leynt mikilvægum upplýsingum eða veitt rangar eða villandi upplýsingar á umbúðunum af snöggsöðnu og djúpfyrstu grænmeti. Skilja megí af kvörtuninni að hinar meintu villandi upplýsingar á umbúðum vörunnar sé heiti fyrirtækisins Íslenskt Meðlæti og jafnframt að þess sé ekki getið sérstaklega á umbúðunum að grænmetið sé flutt inn til landsins þar sem það sé blandað, vigtað og endurpakkað.

Færð hafi verið fyrir því rök að framleiðsla Íslensks Meðlætis á grænmetinu teljist til íslensks iðnaðar. Af því leiði að því er alfarið hafnað af hálfu lögmanns Eggerts Kristjánssonar hf. að vörumerki Íslensks Meðlætis á umbúðum grænmetisins geti talist villandi upplýsingar. Þá sé óþarft að geta þess á umbúðunum að grænmetið sé innflutt, eða það blandað vigtað og endurpakkað hér á landi, enda séu það varla upplýsingar sem séu til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytanda um að eiga viðskipti. Aðalatriðið sé að framleiðslan á grænmetinu teljist til íslensks iðnaðar og að hún feli í sér virðisaukningu og atvinnusköpun hér á landi. Útlit og gerð umbúðanna séu því ekki brot á ákvæðum laga nr. 57/2005.

II. Niðurstaða

1.

Í máli þessu er kvartað yfir merkingum og upplýsingum á umbúðum á snöggsöðnu og djúpfyrstu rósakáli og gulrótarskífum frá Íslensku Meðlæti hf., sem rekið er af Eggerti Kristjánssyni hf. Að mati kvartanda gefa umbúðirnar til kynna að um íslenska vöru sé að ræða en skv. upplýsingum kvartanda sé varan í raun erlend. Af hálfu Eggerts Kristjánssonar er því hafnað að umbúðirnar gefi villandi upplýsingar um uppruna vörunnar.

Í bréfi Neytendastofu til Eggerts Kristjánssonar vegna kvörtunarinnar var vísað til ákvæða 5. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í 5. gr. laga nr. 57/2005 er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er samkvæmt ákvæðinu nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna. 9. gr. laganna er í III. kafla og 14. gr. í V. kafla. Bæði ákvæðin koma því til álita við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða.

Ákvæði 2. mgr. 9. gr. laganna er svohljóðandi:

„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.“

Í ákvæðinu er kveðið á um villandi aðgerðarleysi fyrirtækis sem leiðir til þess að neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipta sem hann hefði annars ekki gert. Skv. ákvæðinu telst það einnig villandi aðgerðarleysi ef upplýsingar sem skipta máli fyrir neytendur eru veittar á óljósan eða margræðan hátt.

Ákvæði 14. gr. laganna er svohljóðandi:

„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.“

Skv. ákvæðinu mega upplýsingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti, s.s. á umbúðum vöru, ekki vera rangar eða villandi svo ósanngjarnt sé gagnvart keppinautum. Séu upplýsingarnar villandi eða rangar og til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vörunnar er því um að ræða brot á ákvæðinu.

2.

Í gögnum málsins eru færð rök fyrir því að framleiðsla á því grænmeti, sem mál þetta fjallar um, sé íslenskur iðnaður. Staðfesting á því hafi verið veitt bæði af Tollstjóranum í Reykjavík og Samtökum iðnaðarins. Neytendastofa fellst á þau rök að sá þáttur í framleiðslu grænmetisins sem fram fer hér á landi sé til þess fallin að hér sé um íslenskan iðnað eða íslenska framleiðslu að ræða. En það breytir í engu þeirri staðreynd að uppruni grænmetisins er erlendur. Á vefsíðu Samtaka iðnaðarins er að finna viðmiðunarreglur sem samtökin hafa sett sér komi upp ágreiningsmál varðandi það hvenær auglýsa megi vöru sem íslenska. Viðmiðunarreglurnar eru svohljóðandi:

„Vara verður að vera framleidd og/eða þökkuð á Íslandi.

Tilgreina verður greinilega á umbúðum vörunnar eða með öðrum tryggum hætti að hvaða leyti varan er íslensk, þ.e. þökkuð og/eða framleidd á Íslandi.“¹

Vörumerkið sem er í forgrunni á umbúðunum hefur að geyma nafn fyrirtækisins skráð með hástöfum, ÍSLENSKT MEÐLÆTI HF, og teiknaða stílfærða mynd af ýmsum grænmetistegundum, m.a. þeim tegundir sem voru í umbúðum þeim sem mál þetta fjallar um. Þá er vörumerkið umlukið þrem röndum í íslensku fánalitunum. Skv. viðmiðunarreglum Samtaka iðnaðarins skal tilgreina á umbúðum vörunnar að hvaða leyti hún teljist íslensk. Það er ekki gert á umbúðum þeim sem mál þetta snýr að. Að teknu tilliti til framsetningar vörumerkisins er það mati Neytendastofu að útlit umbúðanna og upplýsingar á þeim gefi ótvírætt í skyn að uppruni grænmetisins sé íslenskur. Því telur Neytendastofa að um sé að ræða brot á ákvæði 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005.

Í ljósi þess að undanfarnar vikur og mánuði hefur verið hvatt til þess að neytendur velji íslenskar vörur telur Neytendastofa verulegar líkur á því að neytendur velji þær vörur fram yfir erlendar sé þess kostur. Villandi umbúðir Eggerts Kristjánssonar eru því til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn og brjóta þar með gegn ákvæðum 14. gr. laga nr. 57/2005.

Með vísan til framangreinds er það mat Neytendastofu að útlit umbúða Íslensks Meðlætis á snöggsoðnu og djúpfrystu rósakáli og gulrótarskífum sé villandi og til þess fallið að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um viðskipti og þar með hafa áhrif á eftirspurn. Er útlit umbúðanna því í andstöðu við ákvæði 5. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

¹ Samtök iðnaðarins. (7. nóvember 2008). *Veljum íslenskt – okkar hagur*.
<http://www.si.is/uppysingar-og-utgafa/frettasafn/nr/3485> (sótt 18. febrúar 2009).

III.

Ákvörðunarorð:

„Eggert Kristjánsson hf., rekstraraðili Íslensks meðlætis hf., Sundagörðum 4, Reykjavík, hefur með notkun umbúða utan um snöggsóðið og djúpfryst rósakál og gulrótarskífur, frá Íslensku Meðlæti hf., brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. sömu laga bannar Neytendastofa Eggerti Kristjánssyni hf. notkun umbúðanna. Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar. Í banninu felst ekki innköllun þegar dreifðra umbúða. Verði ekki farið að banninu má búast við að Neytendastofa taki ákvörðun um sektir á grundvelli 22. gr. sömu laga.“

Neytendastofa, 19. febrúar 2009

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 18/2013

Merkingar á vörum frá ICEWEAR og NORWEAR

I.

Erindið

Mál þetta hófst með tölvubréfi Samtaka iðnaðarins til Neytendastofu, dags. 4. janúar 2013, þar sem vakin var athygli á ábendingum frá félagsmönnum samtakanna vegna hugsanlegs brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í bréfinu segir að Drífa ehf. reki vefsíðurnar www.icewear.is og www.norwear.com. Auk þess sem fyrirtækið selji ýmsar smávörur í verslunum hér landi, m.a. í Bónus og á bensínstöðvum, sem hafi að geyma villandi merkingar. Lopahúfur og vettlingar frá Drífu séu með íslensku mynstri og á merkimiðum á vörunum sé mynd af íslenska fánanum og þannig sé sterklega gefið til kynna að umræddar vörur séu íslensk framleiðsla. Ljóst sé að vörurnar hafi ekkert með íslenska framleiðslu að gera og ullin í þeim sé öll erlend að uppruna. Auk þess séu vörurnar alfarið unnar eða þrjónaðar erlendis, t.d. í Kína. Þá hafi verið fullyrt á vefsíðum fyrirtækisins að tiltekin ullarteppi væru framleidd af Víkurþjóni á Íslandi. Samkvæmt heimildum Samtaka iðnaðarins séu engar vefnaðarvélar hjá Víkurþjóni og sterkur grunur leiki á að varan sé framleidd í Lettlandi og lopabandið sé einnig þaðan. Rétt sé þó að taka það fram að Drífa hafi nú nýlega tekið út af vefsíðum sínum þann texta að umrædd ullarteppi séu framleidd á Íslandi af Víkurþjóni.

Eins og fyrr greini telji Samtök iðnaðarins umrædda háttsemi fyrirtækisins brjóta í bága við lög nr. 57/2005 og fara þess á leit að Neytendastofa grípi til viðeigandi úrræða skv. lögum vegna umræddra brota.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi Samtaka iðnaðarins var sent Drífu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 9. janúar 2013. Í bréfinu var gerð grein fyrir því að ekki væri vísað til tiltekinn ákvæða laga nr.



57/2005 í erindinu en að mati stofnunarinnar gætu ákvæði 5. gr., b. liðar 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laganna átt við um erindið.

Svar Drífu barst með bréfi, dags. 18. janúar 2013, þar sem því er alfarið hafnað að merkingum á lopahúfum og vettlingum hafi verið ætlað að gefa til kynna að um íslenska framleiðslu væri að ræða. Þær merkingar sem vísað sé til, og höfðu að geyma íslenska fánann, séu eldri merkingar sem notaðar hafi verið með vörumerkjunum ICEWEAR og NORWEAR áður en sérstakt myndmerki þeirra vörumerkja hafi verið tekið í notkun á síðasta ári. Íslenski fáninn á merkingum vísi einungis til þess að vörumerkin ICEWEAR og NORWEAR séu íslensk þar sem nöfn þeirra gefi það ekki endilega til kynna. Merkingunum hafi þannig ekki verið ætlað að gefa til kynna að um íslenska framleiðslu væri að ræða. Drífu sé ekki kunnugt um að merkingarnar hafi valdið þeim ruglingi sem Samtök iðnaðarins vísi til. Á síðasta ári hafi Drífa tekið í notkun nýtt myndmerki, sem nú prýði merkingar á vörum fyrirtækisins og hafi notkun hinna merkja þá verið hætt. Ekki skuli þó útilokað að einhverjar eldri vörur séu enn að finna í verslunum með eldri merkingunum.

Hvað varði kvörtun er lúti að upplýsingum um ullarteppi á heimasíðu fyrirtækisins þá hafi verið um mistök starfsmanns að ræða. Eftir ábendingu hafi mistökin verið leiðrétt og textinn tekinn út af heimasíðum fyrirtækjanna, eins og reyndar hafi komið fram í erindi Samtaka iðnaðarins. Þann 14. janúar 2013, hafi Drífa jafnframt sent frá sér sérstaka tilkynningu vegna málsins þar sem beðist hafi verið afsökunar á mistökunum og tekið fram að allar vörur í vörulínu ICEWEAR séu sérstaklega merktar sé um íslenska framleiðslu að ræða. Hvergi komi fram á merkingum umræddrar vöru að um íslenska framleiðslu væri að ræða. Tilkynningin hafi verið send á alla helstu fjölmiðla þó einungis Viðskiptablaðið hafi fjallað um hana.

Með vísan til framangreinds telji Drífa að merkingar og upplýsingar um umræddar vörur hafi ekki verið þess eðlis að um óréttmæta eða villandi viðskiptahætti hafi verið að ræða. Verði ekki séð að merkingarnar og upplýsingarnar hafi raskað eða verið líklegar til að raska fjárhagslegri hegðun neytenda eða að rangar upplýsingar hafi verið veittar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um viðskipti.

2.

Bréf Drífu var sent Samtökum iðnaðarins til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 29. janúar 2013. Í svari Samtaka iðnaðarins, sem dagsett er 15. febrúar 2013, er áréttuð sú skoðun samtakanna að með umræddum merkimiðum á vörunum, þ.e. íslenska fánanum, sé sterklega gefið til kynna að vörurnar séu íslensk framleiðsla. Að öðru leyti séu fyrri sjónarmið ítrekuð.

3.

Bréf Samtaka iðnaðarins var sent Drífu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 18. febrúar 2013. Ekkert svar barst.



III.

Niðurstaða

1.

Mál þetta varðar merkingar á vörum Drífu ehf. sem seldar eru undir vörumerkjunum ICEWEAR og NORWEAR. Af hálfu Samtaka iðnaðarins var, f.h. aðildarfélagi í samtökunum, kvartað yfir því að á vörum, t.d. lopahúfum og vettlingum, sem framleiddar eru erlendis og úr erlendri ull væru merkingar með íslenska fánanum. Íslenski fáninn ásamt lopamynstri á vörunum gæfi þeim það yfirbragð að um íslenska framleiðslu væri að ræða. Kvörtunin snéri einnig að auglýsingu á vefsíðum Drífu þar sem því væri haldið fram að tiltekið ullarteppi væri framleitt af Víkurprjón á Íslandi. Samkvæmt upplýsingum Samtaka iðnaðarins hafi Víkurprjón ekki yfir að búa vefnaðarvélum til þess að geta framleitt slíkt ullarteppi. Því væri um að ræða brot gegn lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Í bréfi Neytendastofu var á það bent að stofnunin teldi ákvæði 5. gr., b. liðar 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laganna geta átt við um erindið.

Drífa hefur hafnað því að um óréttmæta viðskiptahætti eða brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 sé að ræða. Íslenski fáninn vísi til þess að vörumerkin ICEWEAR og NORWEAR séu íslensk. Drífa hafi nú hannað nýtt vörumerki og hafi látið af notkun íslenska fánans en þó geti verið að einhverjar eldri vörur séu enn til sölu með gömlu merkingunum. Merkingunum hafi ekki verið ætlað að gefa til kynna að um íslenska vöru væri að ræða og félaginu sé ekki kunnugt um að þær hafi valdið slíkum ruglingi. Vegna auglýsingar á vefsíðum Drífu kom fram að um mistök hafi verið að ræða sem hafi þegar verið leiðrétt. Samhliða leiðréttingunni hafi fréttatilkynning verið send helstu fjölmiðlum landsins.

2.

Í lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, 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 1. mgr. 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 málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Í bréfi Neytendastofu var tiltekið að stofnunin teldi b. lið geta átt við um erindið. Þar segir:



„b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar“

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 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.

3.

Á bakhlið merkimiða þeirra vara sem mál þetta snýr að er að finna strikamerki vörunnar, tilvísun á vefsíðuna norwear.com ásamt mynd af íslenska fánanum og þar við hlið upplýsingar um Drífu ehf., heimilisfang, símanúmer og veffang. Hvorki á merkimiðanum né á textíl- og þvottamerkingu, sem saumuð er í vöruna, er að finna upplýsingar um framleiðslu vörunnar. Einu upplýsingarnar sem neytendum eru veittar um uppruna vörunnar vísa því til Íslands þrátt fyrir að fram hafi komið í gögnum málsins að vörunnar eru framleiddar erlendis og eru ekki ekki unnar úr íslenskri afurð.

Neytendastofa telur merkingar á vörunum gefa ranglega til kynna að um íslenska vöru og íslenska framleiðslu sé að ræða. Engar upplýsingar er á finna á vörunum eða merkingum þeirra sem gefur til kynna að vörunnar séu ekki íslenskar. Því telur stofnunin merkingar á vörunum villandi gagnvart neytendum og til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn og brjóta því gegn ákvæðum 5. gr., b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005.



Með vísan til sömu forsendna telur Neytendastofa Drífu einnig hafa brotið gegn ákvæðum 5. gr., b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 með fullyrðingu á vefsíðu félagsins um að tiltekið ullarteppi væri framleitt af Víkurprjón á Íslandi. Í ljósi þess að fullyrðingarnar höfðu verið fjarlægðar áður en Neytendastofu barst erindi Samtaka iðnaðarins og að teknu tilliti til þess að Drífa hafði gert viðeigandi ráðstafanir til þess að vekja athygli á að um mistök hafði verið að ræða, með sérstakri fréttatilkynningu til fjölmiðla, telur Neytendastofa ekki ástæðu til að aðhafast frekar vegna þessa liðar kvörtunarinnar.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Drífa ehf., Suðurhrauni 12c, Garðabæ, hefur með merkingum sem gefa til kynna að ullarvörur sem fyrirtækið selur séu íslenskar og framleiddar úr íslenskri afurð, brotið gegn ákvæðum 5. gr., b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. 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 Drífu ehf. bönnuð notkun merkinganna án þess að uppruni vörunnar komi skýrlega fram.

Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar. Í banninu felst ekki innköllun þegar dreifðra vara. 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, 14. ágúst 2013

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Sigurjón Heiðarsson