

Alþingi  
Erindi nr. Þ 127/1675

komudagur 5.4.2002

CONSUMERS ASSOCIATION OF ICELAND  
ASSOCIATE MEMBER OF IC, BEUC and ICRT

**NS**  
NEYTENDASAMTÖKIN

SÍÐUMÚLA 13,  
108 REYKJAVÍK,  
SÍMI 545 1200,  
TELEFAX 545 1212,  
ns@ns.is  
PÓSTHÓLF 8160,  
128 REYKJAVÍK.

Efnahags- og viðskiptanefnd Alþingis  
Alþingi  
150 Reykjavík

Reykjavík 4. apríl 2002

### **Efni: Umsögn um frumvarp til breytinga á samkeppnislögum, 596. mál.**

Neytendasamtökin gera ekki athugasemd við frumvarpið eins og það liggur fyrir og mæla með samþykkt þess.

Neytendasamtökin vilja hins vegar beina því til hæstvirsts Alþingis, nú þegar verið er að breyta samkeppnislögum, að tækifærið sé notað til að gera aðra breytingu. Sú breyting sem hér um ræðir er að sett verði inn nýtt ákvæði í lögum, reglur um notkun á happdrættum og kaupaukum til að örva sölu á vöru og þjónustu og þar sem tekið er tillit til eðlilegra neytendasjónarmiða. Þó svo að Neytendasamtökin telji eðlilegast að ákvæði um þetta sé að finna í samkeppnislögum, geta þau eftir atvikum fallist á að þar standi að ráðherra skuli með reglugerð gefa út slíkar reglur.

Áður en samkeppnislög tóku gildi var bannað að nota slíka markaðssetningu hér á landi, eins og raunar enn er gert á öðrum Norðurlöndum. Notkun á þessari markaðssetningu hér hefur hins vegar aukist ár frá ári og finnst mörgum í óefni komið. Höfuðmálið er ekki lengur varan sjálf og að hún sé keypt eigin forsendum eins og vegna gæða hennar eða lágs verðs, heldur ræðst valið í vaxandi mæli hvort von sé á happdrættisvinningi ef keypt er sérstök kextegund eða hvort börnin geti náð að safna nógu mörgum gostöppum af ákveðinni gerð til að geta sótt sér sáraómerkilegan hlut í verðlaun og þurfa stundum að fara langar leiðir og hann þá jafnvel ekki lengur til. Nefna mætti fjölda dæma um markaðssetningu af þessu tagi.

Það er athyglisvert við þessa þróun, að æ algengara er að seljendur reyna með þessum aðferðum að komast í meira mæli að pyngjum foreldrana í gegnum börnin, enda mjög mörgum þessara auglýsinga beint að þeim hópi. Um leið og þetta er ósæmileg og ógeðfelld söluaðferð, er minnt á að samkeppnislög eiga einmitt að vernda börn sérstaklega varðandi markaðssetningu. Auk þess er eftir þeim upplýsingum sem Neytendasamtökin hafa, lítið eftirlit með þessari starfsemi og hvort að upplýsingar í auglýsingum séu réttar og að farið sé eftir þeim í úthlutum vinninga.

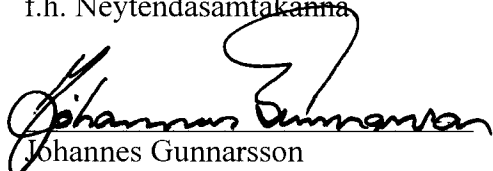
Af þessum sökum hefur stjórn Neytendasamtakanna fjallað ítarlega um þetta mál og skrifað hæstvortum viðskiptaráðherra bréf þar sem hvatt er til að settar verði í það minnsta reglur um slíka starfsemi. Það skal tekið fram að raunar vilja Neytendasamtökin ganga svo langt að fara norrænu leiðina og banna þessa markaðsstarfsemi með öllu á nýjan leik. Einnig hefur stjórn Neytendasamtakanna sent frá sér ályktun um að notkun á happdrættum og kaupaukum til að örva sölu er komin út í öfgar. Þessa ályktun er hægt að finna á heimasíðu Neytendasamtakanna, <http://www.is> á hlekknum [http://www.ns.is/textar/101011\\_happdraetti\\_kaupaukar.htm](http://www.ns.is/textar/101011_happdraetti_kaupaukar.htm).

Brynhildur Briem lektor við Kennarháskóla Íslands og ritari Neytendasamtakanna skrifaði nýlega grein í Morgunblaðið um þetta mál og hét greinin Löglega dregin á asnaeyrunum og er hlekkurinn á greinina [http://www.ns.is/textar/101012\\_happdraetti\\_brynhildur.htm](http://www.ns.is/textar/101012_happdraetti_brynhildur.htm).

Evrópusamtök neytenda (BEUC) hafa einnig mótmælt nýverið nýjum áformum ESB um að auka frelsi við margskonar markaðssetningu og að það eigi að vera hámarksreglur (þ.e. hvert land getur þá ekki sett strangari reglur í sínu landi). Þeir sem hafa áhuga á að kynna sér betur afstöðu BEUC í þessum efnum er bent á hlekkinn [http://www.ns.is/textar/011007\\_beuc\\_motmaelir\\_esb.htm](http://www.ns.is/textar/011007_beuc_motmaelir_esb.htm).

Það er von stjórnar Neytendasamtakanna að þessi tillaga samtakanna fái ítarlega umræðu og afgreiðslu á yfirstandandi þingi. Ef ekkert verður aðgert mun ástandið enn versna og ekki verður það til að ýta undir yfirsýn neytenda á markaði eða til að stuðla að neytendur veiti markaðnum það aðhald sem nauðsynlegt. Að blanda saman tveim óskyldum hlutum við sölu á einum eru viðskiptahættir sem ekki ætti að leifa. Við örvum samkeppnina mest með því að kaupa vöruna vegna hennar sjálfra, hún er ódýr eða góð, eða bara einfaldlega góður kostur að mati kaupanda. Látum ekki söluhvetjandi happdrætti og kaupauka eyðileggja þetta.

Virðingarfyllst,  
f.h. Neytendasamtakanna

  
Johannes Gunnarsson  
formaður Neytendasamtakanna