

Frumvarp til laga

um breytingu á lögum um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins, nr. 57 20. maí 2005, með síðari breytingum.

(Lagt fyrir Alþingi á 135. löggjafarþingi 2007–2008.)

1. gr.

Á eftir 5. tölul. 3. gr. laganna kemur nýr töluliður, svohljóðandi: *Viðskiptahættir* eru markaðssetning fyrirtækja eða önnur athöfn, athafnaleysi eða háttarni sem tengist kynningu á vöru eða þjónustu eða viðskiptum með vöru og þjónustu.

2. gr.

Í stað II. kafla laganna koma fimm nýir kaflar, II. kafli, **Bann við óréttmætum viðskiptaháttum**, með þremur nýjum greinum, 5.–7. gr., III. kafli, **Vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda**, með fimm nýjum greinum, 8.–12. gr., IV. kafli, **Vernd annarra hagsmuna neytenda en fjárhagslegra**, með einni nýrri grein, 13. gr., V. kafli, **Háttsemi milli fyrirtækja**, með þremur nýjum greinum, 14.–15. gr. a, og VI. kafli, **Ábyrgðaryfirlýsingar, trúnaðarskyldur o.fl.**, með fimm nýjum greinum, 16.–16. gr. d, og breytist töluröð annarra kafla samkvæmt því. Þessar nýju greinar orðast svo:

a. (5. gr.)

Óréttmætir viðskiptahættir eru bannaðir. Bann þetta gildir áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fara fram eða þjónusta er veitt. Í III.–V. kafla er nánar tilgreint hvað teljast óréttmætir viðskiptahættir.

b. (6. gr.)

Auglýsingar skulu þannig úr garði gerðar að ekki leiki vafi á að um auglýsingar sé að ræða. Skulu þær skýrt aðgreindar frá öðru efni fjölmiðla.

Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.

Auglýsingar sem höfða eiga til íslenskra neytenda skulu vera á íslensku.

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönnur á.

c. (7. gr.)

Auglýsingar skulu miðast við að börn sjái þær og heyri og mega þær á engan hátt misbjóða þeim.

Í auglýsingum verður að sýna sérstaka varkárni vegna trúgirni barna og unglinga og áhrifa á þau.

Komi börn fram í auglýsingum skal þess gætt að sýna hvorki né lýsa hættulegu atferli eða atvikum er leitt geti til þess að þau eða önnur börn komist í hættu eða geri það sem óheimilt er.

d. (8. gr.)

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.

Ráðherra kveður í reglugerð á um þá viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.

e. (9. gr.)

Viðskiptahættir eru villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur eða eru með þeim hætti að neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Hér er átt við rangar upplýsingar um:

- a. eðli vöru eða þjónustu og hvort varan sé til eða þjónustan fyrir hendi,
- b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar,
- c. þjónustu við viðskiptavini, meðferð kvartana, dagsetningu framleiðslu eða aðferð við framleiðslu,
- d. verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértíloboð eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum,
- e. þörf fyrir þjónustu, varahluti, skipti á hlutum og viðgerðir,
- f. réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður söluaðila eða fulltrúa hans, stöðu hans á markaði, skyldur, vörumerki og önnur hugverkaréttindi,
- g. lögbundin réttindi neytanda.

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 neytanda um að eiga viðskipti.

f. (10. gr.)

Ef fyrirtæki hyggst auglýsa eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum vegna tiltekinnar vöru eða þjónustu skal það veita eftirfarandi upplýsingar eftir því sem við á og að teknu tilliti til auglýsingamiðilsins sem nýttur er:

- a. helstu eiginleikar vörunnar eða þjónustunnar,
- b. nafn og heimilisfang fyrirtækis,
- c. greiðslutilhögun, afhending og framkvæmd samnings, víki þessi atriði frá því sem tíðkast í starfsgreininni,
- d. meðferð kvörtunarmála gagnvart fyrirtækinu, víki meðferðin frá því sem tíðkast í starfsgreininni,
- e. rétt til að falla frá kaupum, afpöntun eða skilarétt hafi neytendur slíkan rétt, víki meðferðin frá því sem tíðkast í starfsgreininni,
- f. endanlegt verð, þ.m.t. virðisaukaskattur og önnur opinber gjöld.

Hafi vara eða þjónusta þá eiginleika að ekki sé hægt að gefa upp verð fyrir fram á einfaldan hátt verður að upplýsa hvernig verðið sé fundið út. Þar sem það á við skal veita allar upplýsingar um kostnað við frakt, afhendingu eða flutningsgjald, en sé það ekki hægt á einfaldan hátt þarf að upplýsa um að þessi kostnaður geti bæst við verð.

g. (11. gr.)

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.

h. (12. gr.)

Viðskiptahættir teljast ágengir ef valfrelsi eða athafnafrelsi neytanda við ákvörðun um viðskipti með vöru er takmarkað með ótilhlýðilegum hætti, t.d. þvingunum eða hótunum, og þeir eru til þess fallnir að hafa þau áhrif að hann taki ákvörðun sem hann hefði ella ekki tekið.

i. (13. gr.)

Óheimilt er að hafast nokkuð það að sem brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi eins og þeir eru tíðkaðir eða eitthvað það sem óhæfilegt er gagnvart hagsmunum neytenda.

1. mgr. gildir um viðskiptahætti sem III. kafli gildir ekki um.

j. (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.

k. (15. gr.)

Samanburðarauglýsingar eru allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinautar eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður.

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

- a. þær séu ekki villandi,
- b. samanburðurinn taki til vöru eða þjónustu sem fullnægir sömu þörfum eða er ætluð til sömu nota,
- c. gerður sé samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika eða eiginleikum vöru eða þjónustu, að meðtöldu verði ef vill,
- d. á markaðnum verði ekki villst á auglýsanda og keppinaut hans eða á vörumerkjum eða vöruheitum auglýsanda og keppinautar, öðrum auðkennum, vöru- eða þjónustutegundum,
- e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, vöruheiti, önnur auðkenni, vöru, þjónustu, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing,
- f. ef um er að ræða vöru með upprunatáknum skal í öllum tilvikum bera saman vörur með sömu táknum,

- g. ekki sé með ósanngjörnum hætti hagnýttur orðstír vörumerkis, vöruheitis eða annarra auðkenna keppinautar eða upprunatáknunar samkeppnisvöru,
- h. vara eða þjónusta sé ekki kynnt sem eftirlíking eða eftirgerð vöru eða þjónustu sem ber verndað vörumerki eða vöruheiti.

Sé getið um sértílbod í samanburði skal tiltaka skýrt og ótvírætt á hvaða degi sértílbodinu ljúki eða, þar sem við á, að sértílbodinu sé háð framboði á vörunni eða þjónustunni og, hafi sértílbodinu enn ekki tekið gildi, á hvaða degi byrjað verði að bjóða sérstakt verð eða önnur sérkjör.

Ákvæði þetta á einnig við um aðrar svipaðar viðskiptaaðferðir og auglýsingar.

l. (15. gr. a.)

Óheimilt er að nota í atvinnustarfsemi firmanafn, verslunarmerki eða því um líkt, sem sá hefur ekki rétt til er notar, eða reka atvinnu undir nafni sem gefur villandi upplýsingar um eignarrétt eða ábyrgð atvinnurekanda. Enn fremur er sérhverjum bannað að nota auðkenni, sem hann á tilkall til, á þann hátt að leitt geti til þess að villst verði á því og öðru einkenni sem annað fyrirtæki notar með fullum rétti.

m. (16. gr.)

Nú er vara, þjónusta eða annað það sem í té er látið og lög þessi taka til þannig úr garði gert að leiðbeininga er þörf við mat á eiginleikum þess, t.d. notagildi og endingu, svo og meðferð og hættu sem af vöru eða öðru getur stafað, og ber þá að veita fullnægjandi skriflegar leiðbeiningar þegar tilboð er gefið, samningur gerður eða eftir atvikum við afhendingu.

Leiðbeiningarnar skulu vera á íslensku eða öðru Norðurlandamáli, þó ekki finnsku, eða ensku og miðaðar við tegund og gerð viðkomandi vöru, þjónustu eða annars þess sem í té er látið.

Almennir skilmálar þjónustuaðila, sem bjóða neytendum þjónustu sína hér á landi, skulu vera á íslensku.

n. (16. gr. a.)

Yfirlýsingu um ábyrgð má því aðeins gefa að ábyrgðaryfirlýsingin veiti viðtakanda meiri rétt en hann hefur samkvæmt gildandi lögum.

Ábyrgðaryfirlýsing er lagalega bindandi fyrir ábyrgðaraðila á grundvelli þeirra skilyrða sem fram koma í ábyrgðarskilmálum og auglýsingum hans.

o. (16. gr. b.)

Ef ábyrgðaryfirlýsing er veitt skal seljandi vöru eða þjónustu upplýsa neytanda á skýran og greinargóðan hátt um gildissvið ábyrgðarinnar og hvaða skilyrði eru sett til þess að neytandi geti borið fyrir sig ábyrgðina. Jafnframt skal seljandi upplýsa neytanda á skýran hátt um þau ófrávikjanlegu réttindi sem hann nýtur samkvæmt ákvæðum laga og ábyrgðaryfirlýsingin hefur engin áhrif á. Ef neytandi óskar þess ber seljanda að afhenda honum skilmála ábyrgðaryfirlýsingarinnar ritaða á pappír eða á öðrum varanlegum miðli sem er neytandanum aðgengilegur. Skriflegar ábyrgðaryfirlýsingar skulu vera á íslensku.

p. (16. gr. c.)

Óheimilt er í atvinnustarfsemi er lög þessi taka til að afla sér eða reyna að afla sér með ótilhlýðilegum hætti upplýsinga um eða umráða yfir atvinnuleyndarmálum starfseminnar.

Sá sem fengið hefur vitneskju um eða umráð yfir atvinnuleyndarmálum á réttmætan hátt í starfi sínu fyrir annan eða í félagi við annan, sbr. 1. mgr., má ekki án heimildar veita upplýsingar um eða hagnýta sér slík leyndarmál. Bann þetta gildir í þrjú ár frá því að starfi er lokið eða samningi slitið.

Þeim sem vegna starfs síns eða stöðu að öðru leyti hefur verið trúað fyrir uppdráttum, lýsingum, uppskriftum, líkönum eða þess háttar er óheimilt að hagnýta sér eða veita öðrum afnot af slíku án sérstakrar heimildar.

Nú hefur upplýsinga um eða umráða yfir atvinnuleyndarmáli verið aflað á þann hátt að brotið hefur verið gegn ákvæðum 1.–3. mgr. og er þá þeim sem brotlegur er eða þeim sem fengið hafa upplýsingar frá honum óheimilt að færa sér það í nyt.

q. (16. gr. d.)

Óheimilt er að selja eða hafa á boðstólum vörur sem merktar eru sjálfar eða á miða eða umbúðir eða með tilsvarendi heitum, alþjóðamerki hjúkrunar- og mannúðarstarfsemi eða öðrum hliðstæðum auðkennum, svo og að nota slík merki, auðkenni eða nöfn í heimildarleysi á auglýsingaspjöldum, auglýsingum, reikningum, vöruskrám eða öðrum verslunarskjölum.

Við framboð vöru, þjónustu eða annars þess sem í té er látið og lög þessi taka til er óheimilt að nota íslenska ríkisskjaldarmerkið, þá er óheimilt að nota í heimildarleysi íslensk byggðamerki, svo og erlend ríkis- eða byggðamerki.

3. gr.

Eftirfarandi breytingar verða á V. kafla laganna, er verður IX. kafli:

a. Á undan 22. gr. kemur ný grein, 21. gr. b, svohljóðandi:

Neytendastofa getur sett nánari reglur til þess að koma í veg fyrir að upplýsingar séu villandi eða óhæfilegar gagnvart neytendum, svo og almennar reglur um beitingu ákvæða II.–V. kafla. Neytendastofa skal eftir því sem kostur er ráðgast við hlutaðeigandi aðila eða samtök þeirra áður en slíkar reglur eru settar.

Neytendastofa getur gripið til aðgerða gegn athöfnum sem brjóta í bága við ákvæði II.–VI. kafla. Aðgerðir Neytendastofu geta falið í sér bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði.

b. 1. mgr. 22. gr. orðast svo:

Neytendastofa getur lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn:

- a. ákvæðum laga þessara, og reglum settum samkvæmt þeim um bann við óréttmætum viðskiptaháttum, sbr. II.–V. kafla,
- b. stjórnvaldsreglum og ákvörðunum Neytendastofu gegn athöfnum sem brjóta í bága við ákvæði II.–IV. kafla og fyrirmælum Neytendastofu, sbr. 21. gr. b,
- c. reglum og fyrirmælum Neytendastofu um ráðstafanir til að auðvelda viðskiptavinum að meta verð og gæði, sbr. 18. gr.

c. Fyrirsögn kaflans verður: **Viðurlög o.fl.**

4. gr.

Heiti laganna verður: **Lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.**

5. gr.

Lög þessi öðlast þegar gildi.

Með lögum þessum eru innleidd ákvæði tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 2005/29/EB frá 11. maí 2005 um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum á innri markaðnum og um breytingu á tilskipun ráðsins 84/450/EBE, tilskipunum Evrópuþingsins og ráðsins 97/7/EB, 98/27/EB og 2002/65/EB og reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (EB) nr. 2006/2004 (Tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti).

Athugasemdir við lagafrumvarp þetta.

Með frumvarpi þessu er lögð til innleiðing tilskipunar 2005/29/EB frá 11. maí 2005 um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum á innri markaðnum. Umræddri tilskipun er ætlað að samræma löggjöf aðildarríkja ESB um vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda gagnvart óréttmætum viðskiptaháttum fyrirtækja, en skv. 1. gr. tilskipunarinnar er markmið hennar að auka neytendavernd á innri markaðnum með samræmingu laga og stjórnslufyrirmæla aðildarríkjanna um óréttmæta viðskiptahætti sem skaða fjárhagslega hagsmuni neytandans. Tilskipunin mælir fyrir um allsherjarsamræmingu á ákvæðum hennar á Evrópska efnahagssvæðinu. Það felur í sér að lög aðildarríkjanna mega hvorki ganga lengra né skemur en ákvæði tilskipunarinnar. Þær tilskipanir sem samþykktar hafa verið á sviði neytendaverndar hafa verið lágmarkstilskipanir og hefur því verið heimilt að setja ítarlegri eða strangari reglur um neytendavernd við innleiðingu þeirra en ákvæði þeirra mæla fyrir um. Allsherjarsamræmingin krefst þess einnig að túlkun ákvæða frumvarpsins sem innleiða ákvæði tilskipunarinnar verður að vera með sama hætti alls staðar á Evrópska efnahagssvæðinu. Verður þar að horfa til dómafordæma dómstóls Evrópudómstólsins um túlkun tilskipunarinnar og EFTA-dómstólsins fyrir EFTA-ríkin.

Innleiðingin felur ekki í sér miklar efnislegar breytingar á lögnum eða þeirri framkvæmd sem tíðkast hefur á grundvelli þeirra. Hins vegar er þörf á ákveðnum breytingum á gildandi lögum til að tilskipunin teljist réttilega innleidd. Tilskipunin fjallar einkum um vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda en gildandi lög fjalla almennt um neytendavernd en gera ekki greinarmun á hagsmunum neytenda með sama hætti. Ákvæði gildandi laga vernda einnig hagsmuni neytenda og keppinauta jöfnum höndum en gera ekki sérstakan greinarmun þar á. Tilskipunin greinir hins vegar á milli háttsemi fyrirtækja gagnvart neytendum og háttsemi fyrirtækja gagnvart keppinautum sínum. Til að tryggja rétta innleiðingu tilskipunarinnar og til að leitast við að framkvæmdin verði sambærileg við framkvæmd annars staðar á Evrópska efnahagssvæðinu er lagt til að greint verði á milli með sama hætti í lögum hér á landi og byggjast tillögur frumvarpsins á því.

Gildissvið tilskipunarinnar.

Samkvæmt d-lið 2. gr. tilskipunarinnar gildir hún um viðskiptahætti fyrirtækja gagnvart neytendum en með því er átt við hvers konar aðgerð, aðgerðarleysi, háttarni eða framsetningu, samskipti í viðskiptum, þ.m.t. auglýsingar og markaðssetningu, af hálfu söluaðila/fyrirtækis, sem tengist beint kynningu, sölu eða afhendingu á vöru eða þjónustu til neytenda. Samkvæmt þessu gildir tilskipunin bæði um athafnir fyrirtækja gagnvart neytendum sem og athafnaleysi. Í viðauka I við tilskipunina er svo að finna tæmandi lista, eins konar svartan lista, yfir þær athafnir eða athafnaleysi sem tilskipunin nær yfir. Samkvæmt inngangsorðum tilskipunarinnar verða viðskiptahættirnir að vera í beinum tengslum við markaðssetningu og sölu vöru eða þjónustu til neytenda. Kemur fram í 7. lið inngangsorða tilskipunarinnar að hún

gildi um viðskiptahætti sem er beinlínis ætlað að hafa áhrif á viðskiptaákvörðanir neytenda varðandi vörur og þjónustu. Hún gildi hins vegar ekki um viðskiptahætti sem eru fyrst og fremst viðhafðir í öðrum tilgangi, t.d. samskipti í viðskiptum sem beinast að fjárfestum, svo sem ársskýrslur og kynningarefni fyrirtækja. Skv. 6. lið inngangsorða tilskipunarinnar hefur hún ekki áhrif á viðurkenndar auglýsingar og starfshætti við markaðssetningu, svo sem lög- mæta markaðssetningu vörunnar, aðgreiningu vörumerkja eða boð um ívilnanir sem geta haft áhrif á afstöðu neytenda til vörunnar á lögumhátt og haft áhrif á hegðun þeirra án þess að dregið sé úr möguleikum neytandans til þess að taka upplýsta ákvörðun. Tilskipunin fjallar þannig einkum um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum en ekki um viðskiptahætti milli fyrirtækja eða söluaðila. Jafnframt setur hún reglur um athafnir sem eru óheimilar en fjallar aðeins að litlu leyti um leyfilega viðskiptahætti.

Þá mælir tilskipunin eingöngu fyrir um samræmingu reglna sem gilda um fjárhagslega hagsmuni neytenda. Fjárhagslegir hagsmunir neytenda eru ekki sérstaklega skilgreindir en í tilskipuninni er ítrekað vísað til þess að athöfn eða athafnaleysi sé óréttmæt hafi hún það í för með sér að neytandinn taki viðskiptaákvörðun sem hann ella hefði ekki tekið. Viðskiptaákvörðun er skilgreind í k-lið 2. gr. tilskipunarinnar sem „ákvörðun sem neytandi tekur um það hvort, hvernig og með hvaða skilmálum skuli kaupa vöru, greiða fyrir hana, að fullu eða að hluta, halda vörunni eða láta hana af hendi eða að neyta sammingsréttar varðandi vöruna, hvort sem neytandinn ákveður að hefja viðskipti eða láta það ógert.“ Af þessu má leiða að viðskiptaákvörðun, eða ákvörðun um viðskipti, sé ákvörðun sem neytandi kann að taka í tengslum við vöru eða þjónustu og sem hefur fjárhagslegar afleiðingar fyrir neytandann. Mat á því hvort háttsemi fyrirtækis sé óréttmæt felur því í sér að meta hvort hún geri það að verkum að neytandi tekur viðskiptaákvörðun sem hann hefði ella ekki tekið.

Álykta má sem svo af ákvæðum tilskipunarinnar að þar sem hún gildir eingöngu um fjárhagslega hagsmuni neytenda gildir hún ekki um aðra hagsmuni neytenda. Sem dæmi um slíka hagsmuni segir í inngangsorðum tilskipunarinnar að hún gildi ekki um þætti sem tengjast smekk og velsæmi en þeir geti verið mjög breytilegir eftir aðildarríkjum.

Við innleiðingu tilskipunarinnar er byggt á skiptingu hennar í vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda og vernd annarra hagsmuna þeirra. Lagt er til að ákvæðum tilskipunarinnar um hið fyrrnefnda sé skipað í III. kafla hennar og ákvæði sem fjalla um vernd annarra hagsmuna skipað í IV. kafla. Gildandi lög byggjast ekki á slíkri skiptingu á vernd hagsmuna neytenda heldur er í 5. gr. þeirra almennt ákvæði þar sem segir: „Óheimilt er að hafast nokkuð það að sem brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi eins og þeir eru tíðkaðir eða eitthvað það sem óhæfilegt er gagnvart hagsmunum neytenda.“ Ákvæðið var áður í 20. gr. laga nr. 8/1993 áður en þeim var breytt en í ummælum í greinargerð með þeim lögum sagði: „Hér er um meginreglu að ræða sem er ætlað að ná til ýmissa tilvika sem aðrar greinar kaflans, sem fjalla um sérstök tilfelli eða aðrar sérstakar viðskiptaáðgerðir, taka ekki til. Viðskiptaáðferðir eru margvíslegar og breytilegar þannig að hætta er á að sérákvæðin nái ekki til allra tilvika sem brjóta í bága við góða viðskiptahætti. Það hefur einnig sýnt sig við framkvæmd laganna að oft hefur þurft að beita þessari meginreglu.“ Eins og framangreint ber með sér hefur 5. gr. gildandi laga vítt gildissvið og takmarkast ekki við vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda. Við samningu frumvarpsins er byggt á því að gildandi lög veiti ekki minni vernd en ákvæði tilskipunarinnar. Þar sem tilskipunin er samræmingartilskipun og hefur að geyma nokkuð ítarlegri ákvæði en gildandi lög verður þó að gera breytingar á ákvæðum laganna og fjalla um fjárhagslega hagsmuni neytenda á ótvíræðari hátt til að ekki vakni vafi á því að tilskipunin teljist réttilega innleidd.

Ákvæði 7. gr. gildandi laga kom inn í lögin með samþykkt laga nr. 107/2000, við innleiðingu á tilskipun Evrópusambandsins nr. 97/55/EB frá 6. október 1997 um samanburðar- auglýsingar. Sú tilskipun breytti tilskipun 84/450/EBE en þeirri tilskipun er breytt með tilskipun 2005/29/EB sem lagt er til að hér verði innleidd. Breytingin felur það m.a. í sér að ákvæðum hennar um samanburðar- auglýsingar er breytt þannig að þær gildi aðeins um viðskiptahætti fyrirtækja innbyrðis en ekki jafnframt gagnvart neytendum þar sem hin nýja tilskipun mun gilda um neytendaverndina. Er tekið mið af þessu í tillögum frumvarpsins.

Athugasemdir við einstakar greinar frumvarpsins.

Um 1. gr.

Lagt er til að ný skilgreining bætist við 3. gr. laganna og að viðskiptahættir verði skilgreindir þannig að skýrara sé hvað felist í því hugtaki en það er grundvallarhugtak í lögunum. Skilgreiningin byggist að hluta til á d-lið 2. gr. tilskipunar ESB en takmarkast þó ekki við sama gildissvið og tilskipunin, þ.e. viðskiptahætti fyrirtækja gagnvart neytendum.

Um 2. gr.

Lagt er til að gerð verði nokkur breyting á II. kafla gildandi laga. Innleiðing tilskipunar 2005/29/EB kallar á ákveðna uppstokkun á ákvæðum gildandi laga og er með frumvarpi þessu lagt til að farin verði sú leið að II. kafla verði skipt upp í fleiri kafla, m.a. til að ákvæði laganna verði sem skýrust með innleiðingu tilskipunarinnar, nái frumvarp þetta fram að ganga.

Um a-lið (5. gr.).

Í 5. gr. gildandi laga er, eins og fyrr segir, mjög almennt ákvæði, sem samræmist ekki að öllu leyti ákvæðum framangreindrar tilskipunar. Eins og fram hefur komið felur tilskipunin í sér allsherjarsamræmingu og setur fram sérstök viðmið um hvað teljist óréttmætir viðskiptahættir sem leggja verður til grundvallar að því er varðar fjárhagslega hagsmuni neytenda. Af þeirri ástæðu er ákveðnum vandkvæðum bundið að eitt af meginákvæðum laganna sé vísiregla líkt og 5. gr. gildandi laga er. Þrátt fyrir að ekki sé fjallað sérstaklega um fjárhagslega hagsmuni neytenda í gildandi lögum verður að telja að slíkir hagsmunir hafi engu að síður verið verndaðir og að því leyti er því ekki um breytingu að ræða með frumvarpinu.

Tilskipunin leggur bann við óréttmætum viðskiptaháttum og verður því bann við óréttmætum viðskiptaháttum áfram í lögunum við innleiðingu hennar. Viðmiðin geta þó að einhverju leyti breyst að því er varðar fjárhagslega hagsmuni neytenda vegna ítarlegri ákvæða tilskipunarinnar um það efni, sjá nánar athugasemdir við III. kafla hér á eftir.

Með 5. gr. frumvarpsins er lagt til að lögin kveði á um almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum í samræmi við ákvæði tilskipunarinnar. Jafnframt er lagt til að skilgreiningin í d-lið 2. gr. tilskipunarinnar á viðskiptaháttum verði tekin upp í 3. gr. laganna. Tilskipunin gildir bæði um athafnir og athafnaleysi en samkvæmt orðanna hljóðan eiga ákvæði gildandi laga einkum við um athafnir, því er lagt til að gerðar verði breytingar á orðalagi gildandi laga að því er þetta varðar þannig að ákvæði laganna taki einnig til athafnaleysis. Um nánari skilgreiningu á því hvað teljist óréttmætir viðskiptahættir verður svo að finna í III.–V. kafla en það getur verið að einhverju leyti mismunandi eftir þeim hagsmunum sem í hlut eiga, þ.e. hvort um sé að ræða vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda eða annarra hagsmuna þeirra eða um háttsemi fyrirtækja gagnvart keppinautum sínum.

Þá er lagt til að skýrt komi fram að bann við óréttmætum viðskiptaháttum samkvæmt greininni gildi áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöruna fara fram eða þjónusta er

veitt. Slíkt ákvæði er að finna í tilskipuninni en ekki er ástæða til að gera greinarmun á gildissviðinu eftir því hvaða hagsmuni er verið að vernda heldur er lagt til að sú regla verði lögfest sem almenna reglan.

Um b-lið (6. gr.).

Ákvæði þetta fjallar um auglýsingar. Í frumvarpinu er lagt er til að þeim ákvæðum gildandi laga sem fjalla um auglýsingar verði skipað í II. kafla laganna, en það fer vel á því að skipa ákvæðum laganna um auglýsingar á einn stað í lögnum. Ákvæði 1. og 3. mgr. greinarinnar eru samhljóða 1. og 2. mgr. 8. gr. gildandi laga og 2. mgr. er samhljóða 2. mgr. 6. gr. gildandi laga. Að auki er lagt til að við greinina bætist ný málsgrein þess efnis að fyrirtæki þurfi að geta fært sönnur á fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti, en með ákvæðinu er lagt til að lögfest verði áralöng framkvæmd.

Um c-lið (7. gr.).

Lagt er til að ákvæði 3.–5. mgr. 8. gr. gildandi laga sem fjallar um vernd barna og unglunga gagnvart auglýsingum verði í 7. gr. laganna. Ástæðan er jafnframt sú að ekki er ætlunin að takmarka gildissvið þeirra að neinu leyti eftir því hvaða hagsmuni er verið að vernda.

Um d-lið (8. gr.).

Með greininni er lögð til innleiðing á 5. gr. tilskipunarinnar.

Fjárhagslegir hagsmunir neytenda eru ekki skilgreindir sérstaklega í tilskipuninni en í inngangsorðum hennar segir m.a. að tilskipunin taki til viðskiptahátta sem sé beinlínis ætlað að hafa áhrif á viðskiptaákvæðanir neytenda varðandi vörur og þjónustu. Eins og fram kom hér að framan skal við mat á því hvort háttsemi fyrirtækis teljist óréttmæt skoða hvort háttsemin geri það að verkum að neytandi tekur ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið. Tilskipunin leggur til grundvallar hvað þetta varðar hvort viðskiptahættirnir raski verulega eða séu líklegir til að raska verulega hegðun hins „venjulega“ neytanda í fjárhagslegu tilliti. Þannig hefur það ekki beint þýðingu hvaða áhrif viðskiptahættirnir hafa á einn tiltekinn neytanda heldur hvaða áhrif almennt má ætla að viðskiptahættirnir hafi á neytendur. Skal það sama gilda hér á landi. Þá skal hafa til viðmiðunar, ef markaðssetningu er beint að sérstökum hópi neytenda, hver ætla má að áhrifin verði á hinn venjulega neytanda í þeim hópi. Ef viðskiptahættir eru til þess fallnir að raska verulega hegðun hóps neytenda sem fyrirsjáanlega er af einhverjum ástæðum sérstaklega berskjaldaður fyrir viðskiptaháttunum eða vörnunni sem á í hlut, einkum vegna andlegrar eða líkamlegrar fötlunar, aldurs eða trúgirnri, þá ber einnig að leitast við að meta áhrifin út frá hinum venjulega neytanda í þeim hópi.

Með 2. mgr. er lagt til að ráðherra setji í reglugerð reglur um þá viðskiptahætti sem skulu undir öllum kringumstæðum teljast óréttmætir. Skulu þær miðast við þá viðskiptahætti sem tilgreindir eru í 1. viðauka tilskipunarinnar. Listi þessi er tæmandi en samkvæmt tilskipuninni skal sami listi gilda í öllum aðildarríkjunum og má aðeins breyta honum með breytingu á tilskipuninni.

Um e-lið (9. gr.).

Með greininni er lögð til innleiðing á 6. gr. tilskipunarinnar um villandi aðgerðir og 1. mgr. og 2. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar um villandi aðgerðarleysi. Í 1. mgr. 6. gr. tilskipunarinnar segir að viðskiptahættir skuli teljast villandi ef þeir fela í sér rangar upplýsingar og eru því ótrúverðugir eða ef þeir blekkja, eða eru líklegir til að blekkja hinn venjulega neytanda, t.d. með almennri framsetningu, jafnvel þótt gefnar séu upp réttar staðreyndir og valda því eða eru líklegar til að valda því að hann taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ekki annars gert. Upplýsingar um atriði sem skipta máli eru talin upp í a-g lið og er lagt til

að þau verði tekin upp í lögin. Eru það atriði sem varða vöruna, helstu einkenni hennar, t.d. magn, gæði, samsetningu, áhættu, ávinning, uppruna, eða niðurstöður og mikilvæg einkenni prófana eða athugana sem gerðar eru á henni, verð, þjónustu við viðskiptavinum og áhættu af söluhlut.

Með 2. mgr. er lagt til að innleidd verði ákvæði 1. og 2. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar um villandi aðgerðarleysi, en þar kemur fram að viðskiptahættir séu villandi og geti þar af leiðandi verið ólögmatir ef upplýsingar vantar þannig að það verði til þess að neytandinn taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði annars ekki gert. Ef fyrirtæki leynir upplýsingum sem skipta máli fyrir neytendur eða þær eru veittar á óljósan eða margræðan hátt gildir það sama, viðskiptahættirnir teljast villandi. Má hafa til hliðsjónar þau atriði sem tilgreind eru í a–g-liðum 1. mgr. ákvæðis þessa.

Um f-lið (10. gr.).

Með ákvæðinu er lögð til innleiðing á 3. og 4. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar. Lagt er til að þegar fyrirtæki hyggist auglýsa eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum vegna tiltekinnar vöru eða þjónustu skuli veita upplýsingar um ákveðna þætti, sem taldir eru upp í a–f-liðum, eftir því sem við á og að teknu tilliti til auglýsingamiðilsins sem nýttur er. Meginreglan er að allar upplýsingar sem virkilega skipti máli fyrir neytendur komi fram í auglýsingunni. Þegar auglýst er í útvarpi eða sjónvarpi og jafnvel á prenti er ekki raunhæft að koma að þeim upplýsingum sem taldar eru upp í a–f-liðum og er því lagt til að heimilt sé að taka tillit til þess miðils sem notaður er. Viðkomandi fyrirtækjum ber hins vegar að gæta þess að þessir miðlar séu ekki notaðir þannig að villandi sé fyrir neytendur.

Liðir a–f skýra sig að mestu sjálfir en sérstök áhersla er lögð á að upplýsingar um endanlegt verð séu ekki settar fram á villandi hátt en í framkvæmd hefur einkum reynt á framsetningu á verðupplýsingum.

Um g-lið (11. gr.).

Ákvæðið er samhljóða 14. gr. gildandi laga. Alloft hefur reynt á ákvæði gildandi laga í framkvæmd og því lagt til að framsetning þess verði með sama hætti og nú er enda hagsmunir neytanda af því miklir.

Um h-lið (12. gr.).

Með greininni er lögð til innleiðing á 8. og 9. gr. tilskipunarinnar. Greininni er ætlað að taka á því ef valfrelsi eða athafnafrelsi neytanda við ákvörðun um viðskipti með vöru er takmarkað með ótilhlýðilegum hætti og til þess fallið að hafa áhrif með þeim hætti að hann taki ákvörðun sem hann hefði ella ekki tekið. Viðskiptahættir eru ágengir ef þeir með átroðningi, þvingunum, þ.m.t. líkamlegu ofbeldi eða ótilhlýðilegum áhrifum, skerða verulega eða eru líklegir til að skerða verulega frelsi neytanda til vals eða athafna í umræddum viðskiptum og valda því eða geta valdið því að hann taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann ella hefði ekki tekið. Við mat á því hvort ákvæði þetta eigi við skal hafa hliðsjón af t.d. tíma- setningu háttseminnar, notkun ógnandi eða óviðurkvæmilegs talsmáta eða hegðunar, hótunum, alvarlegu áfalli sem neytandi hefur orðið fyrir sem notað er til að hafa áhrif á ákvörðun hans, eða ef neytandi verður fyrir óhóflegum hindrunum þegar hann vill neyta réttar síns samkvæmt samningi eða lögum (svo sem réttur til að rifta samningi).

Um i-lið (13. gr.).

Greinin er að nokkru leyti sambærileg 5. gr. gildandi laga en vegna innleiðingar tilskipunarinnar er með 2. mgr. lagt til að gildissviði hennar sé breytt þannig að það taki eingöngu til annarra hagsmuna neytanda en fjárhagslegra hagsmuna. Orðalagið er almenns eðlis og er tilgangurinn með því sá að um þessa hagsmuni gildi áfram þau sjónarmið sem lögð eru til

grundvallar við túlkun 5. gr. gildandi laga. Sem dæmi um atriði sem tilskipunin gildir ekki um má nefna atriði sem tengjast t.d. smekk og velsæmi, en hverju aðildarríki um sig er heimilt að setja reglur um viðskiptahætti sem varða þau atriði sem teljast ekki falla undir það að vera fjárhagslegir hagsmunir neytenda.

Á þessu stigi er erfitt að segja til um það hvaða þættir komi til með að falla undir ákvæði þetta en talið er rétt að halda í þessa reglu enda hefur henni verið beitt í fjölda tilvika þó að reikna megi með að þeim eigi eftir að fækka mjög með innleiðingu tilskipunarinnar.

Um j-lið (14. gr.).

Greinin er sambærileg 1. mgr. 6. gr. gildandi laga með þeirri undantekningu að gildandi ákvæði gildir um bæði keppinauta og neytendur en nú er lagt til að greinin gildi eingöngu milli keppinauta. Með tilskipun Evrópusambandsins eru, eins og fyrr segir, settar samræmdar reglur sem gilda eiga um vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda, sbr. III. kafla frumvarpsins, og því rétt að skilja þarna á milli. Rétt er að taka fram að ákvæðunum sem innleiða reglur tilskipunarinnar er ekki ætlað að veita síðri vernd en veitt er með 6. gr. gildandi laga.

Um k-lið (15. gr.).

Greinin er sambærileg 7. gr. gildandi laga. Ákvæði þetta kom inn í lögin með samþykkt laga nr. 107/2000, við innleiðingu tilskipunar 97/55/EB um samanburðarauglýsingar. Af greininni og athugasemdum við lagafrumvarpið má draga þá ályktun að henni er einkum ætlað að gilda um samskipti milli keppinauta fremur en að þjóna því hlutverki að veita neytendum sérstaka vernd eða mæla fyrir um hegðun fyrirtækja gagnvart neytendum en í athugasemdum frumvarpsins sagði eftirfarandi:

„Í inngangi að tilskipuninni er m.a. bent á að auglýsingar séu mikilvæg aðferð við að skapa raunhæfa markaði fyrir allar vörur og þjónustugreinar. Rétt þykir því að grundvallar-ákvæði um form og efni samanburðarauglýsinga séu þau sömu innan Evrópska efnahags-svæðisins og að skilyrði fyrir notkun samanburðarauglýsinga verði samhæfð. Sé slíkum skilyrðum fullnægt verður hægara um vik að sýna fram á kosti ýmissa sambærilegra vörutegunda á óhlutdrægan hátt. Samanburðarauglýsingar geta einnig örvað samkeppni milli þeirra sem bjóða vöru og þjónustu þannig að neytandinn njóti góðs af.

Í greininni er hugtakið samanburðarauglýsing skilgreint ásamt upptalningu á því hvenær heimilt er að nota samanburð við vörur eða þjónustu sem keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo að allar tegundir samanburðarauglýsinga heyra undir hugtakið. Þannig má segja að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrðir að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð við vöru keppinauta.

Aðeins er leyfður samanburður á tegundum vöru og þjónustu sem eiga í innbyrðis samkeppni og fullnægja sömu þörfum eða eru ætlaðar til sömu nota, svo að komið verði í veg fyrir samkeppnishamlandi og ósanngjarna notkun samanburðarauglýsinga.

Í 5. gr. fyrstu tilskipunar ráðsins 89/104/EBE frá 21. desember 1988 um samræmingu á lögum aðildarríkja um vörumerki er kveðið á um einkarétt rétthafa skrásetts vörumerkis á notkun þess og þar með heimild til að banna þriðja aðila að nota í atvinnuskyni tákn sem er eins og vörumerkið eða líkt því til að auðkenna vörur eða þjónustu sem eru eins og eða líkar þeim sem skrásetta vörumerkið auðkennir, einnig aðrar vörur ef svo ber undir. Eigi samanburðarauglýsing að þjóna tilgangi sínum getur eigi að síður verið nauðsynlegt að tilgreina vörur eða þjónustu keppinautar og vísa til vörumerkis eða vöruheitis sem hann er rétthafi að. Slík notkun á vörumerki, vöruheiti eða öðrum auðkennum annars brýtur ekki í bága við slíkan einkarétt ef hún stenst skilyrðin sem kveðið er á um í grein þessari þar sem eina mark

miðað er að greina á milli vörutegunda og vekja á óhlutdrægan hátt athygli á mismuninum á þeim.

Með þessari grein er farin sama leið og annars staðar á Norðurlöndum, þ.e. sett í lög sérstakt ákvæði sem byggist á áður nefndri tilskipun.“

Með tilskipun 2005/29/EB er gildissviði tilskipunar 97/55/EB breytt þannig að hún verndi söluaðila fyrir villandi auglýsingum og óréttmætum afleiðingum þeirra í stað bæði söluaðila og neytenda áður, en með samþykkt fyrrnefndu tilskipunarinnar gilda ákvæði hennar nú um vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda. Í samræmi við þetta er lagt til að 1. mgr. 7. gr. gildandi laga verði skipað í V. kafla laganna. Þrátt fyrir þetta er ekki loku fyrir það skotið að neytendur geti byggt rétt á ákvæðinu ef þannig bæri undir en telja verður að það samrýmist framangreindum tilskipunum.

Ákvæði 2. mgr. 7. gr. gildandi laga á hins vegar bæði við um markaðssetningu gagnvart neytendum og keppinautum og er lagt til að því verði skipað í II. kafla laganna þar sem fjallað er um auglýsingar sem varða bæði neytendur og fyrirtæki.

Um l-lið (15. gr. a).

1.–3. mgr. ákvæðisins er samhljóða 12. gr. gildandi laga. Í frumvarpi til gildandi laga sagði eftirfarandi um ákvæðið:

„Í greininni er kveðið á um bann við því að nota firmanafn, verslunarmerki eða annað slíkt í atvinnustarfsemi án réttinda. Þá er bannað samkvæmt ákvæðinu að reka atvinnu undir nafni sem gefur villandi upplýsingar um eignarrétt eða ábyrgð atvinnurekanda. Í ákvæðinu er einnig lagt bann við því að aðili noti auðkenni, sem hann á tilkall til, á þann hátt að leitt geti til þess að villst verði á því og öðru einkenni sem annað fyrirtæki notar með fullum rétti“.

Lagt er til að nýrri málsgrein verði bætt við ákvæðið þannig að það gildi ekki eingöngu um auglýsingar sem slíkar heldur einnig um aðra birtingarhætti þar sem gerður er samanburður milli keppinauta.

Um m-lið (16. gr.).

Ákvæðið fjallar um leiðbeiningarskyldu seljenda vöru og þjónustu og er sambærilegt ákvæði 9. gr. gildandi laga.

Um n-lið (16. gr. a).

Í ákvæðinu er kveðið á um gildi ábyrgðaryfirlýsinga og hvenær megi gefa slíkar yfirlýsingar. Ákvæðið er samhljóða 10. gr. gildandi laga

Um o-lið (16. gr. b).

Í ákvæðinu er mælt fyrir um upplýsingaskyldu til neytanda ef ábyrgðaryfirlýsing er veitt. Greinin er samhljóða 11. gr. gildandi laga.

Um p-lið (16. gr. c).

Í greininni er að finna reglur um vernd rekstrar- og atvinnuleyndarmála. Greinin er samhljóða 13. gr. gildandi laga.

Um q-lið (16. gr. d).

Greinin er samhljóða 15. gr. gildandi laga en hún leggur bann við notkun ákveðinna auðkenna til að merkja vörur.

Um 3. gr.

Lagt er til í a-lið að 16. gr. gildandi laga, sem fjallar m.a. um reglusetningarheimild Neytendastofu, verði færð í lokakafla laganna og verði 21. gr. b. Ekki eru lagðar til miklar breytingar á orðalagi ákvæðisins en þar sem lagt er til að ákvæðum þeim sem vísað er til verði breytt umtalsvert munu heimildir Neytendastofu til að setja reglur breytast til sam-

ræmis. Neytendastofa mun áfram hafa heimild til að setja nánari reglur til að koma í veg fyrir að upplýsingar séu villandi eða óhæfilegar gagnvart neytendum og jafnframt hafa heimild til að setja almennar reglur um beitingu reglna skv. II.–V. kafla. Við setningu reglna verður hins vegar jafnan að gæta þess að þær séu í samræmi við ákvæði tilskipunar 2005/29/EB. Dæmi um reglur sem Neytendastofa getur sett eru reglur um mælieiningaverð, verð á netinu og reglur um útsölur.

Í b-lið eru lagðar til breytingar á 1. mgr. 22. gr. gildandi laga þar sem fjallað er um stjórnvaldssektir en breytingarnar stafa alfarið af þeim breytingum sem lagðar eru til á gildandi lögum vegna innleiðingar tilskipunarinnar. Er þannig lagt til að Neytendastofu verði heimilt að leggja á stjórnvaldssektir í fyrsta lagi á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvæðum laganna um bann við óréttmætum viðskiptaháttum skv. II.–V. kafla, þar á meðal um efni upplýsinga sem veittar eru á sölustað, í auglýsingum eða með öðrum viðskiptaaðferðum í tengslum við sölu á vöru og þjónustu, í öðru lagi ef fyrirtæki brjóta gegn aðgerðum Neytendastofu vegna athafna sem brjóta í bága við ákvæði II.–IV. kafla eða fyrirmæla Neytendastofu skv. 21. gr. b og í þriðja lagi ef brotið er gegn reglum eða fyrirmælum Neytendastofu um ráðstafanir til að auðvelda viðskiptavinum að meta verð og gæði skv. 18. gr.

Um 4. gr.

Lagt er til að heiti laganna verði breytt og að heiti þeirra verði framvegis lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Það er meira lýsandi fyrir efni laganna en núverandi heiti.

Um 5. gr.

Greinin þarfnast ekki skýringa.

Fylgiskjal.

*Fjármálaráðuneyti,
fjárlagaskrifstofa:*

Umsögn um frumvarp til laga um breytingu á lögum um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins, nr. 57 20 maí 2005, með síðari breytingum.

Markmið frumvarpsins er að innleiða tilskipun 2005/29/EB frá 11. maí 2005 um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum á innri markaðnum en tilskipunin mælir fyrir um allsherjarsamræmingu á ákvæðum hennar á Evrópska efnahagssvæðinu.

Ekki er um miklar efnislegar breytingar að ræða frá núgildandi lögum heldur að mestu leyti samræmingu gildandi ákvæða að ofangreindri tilskipun.

Verði frumvarpið óbreytt að lögum verður ekki séð að það muni leiða til aukinna útgjalda fyrir ríkissjóð.