

154. löggjafarþing 2023–2024.

Þingskjal x. — x. mál.

Stjórnarfrumvarp.

Frumvarp til markaðssetningarlaga (DRÖG)

Frá menningar- og viðskiptaráðherra.

I. KAFLI

Almenn ákvæði.

1. gr.

Gildissvið.

Lög þessi taka til hvers konar atvinnustarfsemi einkaaðila og opinberra aðila að því marki sem boðnar eru fram afurðir á markaði.

2. gr.

Orðskýringar.

- Auglýsing:** Hvers konar lýsing í hvaða formi sem er, í tengslum við verslun, viðskipti, handverk eða sérfræðistarf, í því skyni að vekja athygli á afurð.
- Neytandi:** Einstaklingur sem á viðskipti utan atvinnustarfsemi.
- Atvinnurekandi:** Einstaklingur eða lögaðili sem stundar starfsemi á borð við verslun, þjónustu eða iðnað og hver sá sem kemur fram fyrir hans hönd eða starfar á hans vegum.
- Viðskiptahættir:** Hvers kyns markaðssetning fyrirtækja eða önnur athöfn, athafnaleysi, háttarni, framsetning eða samskipti í viðskiptum sem tengist beint kynningu, sölu eða afhendingu á afurð til neytanda.
- Afurð:** Allar vörur eða þjónusta, þ.m.t. fasteignir, stafræn þjónusta og stafrænt efni, auk réttinda og skuldbindinga.
- Viðskiptaákvörðun:** Ákvörðun sem neytandi tekur um hvort, hvernig og með hvaða skilmálum kaupa skuli afurð, greiða fyrir hana, að fullu eða að hluta, halda henni eða láta hana af hendi eða nýta samningsbundinn rétt er varðar afurðina, hvort sem neytandinn ákveður að hefja viðskipti eða láta það ógert.
- Veruleg röskun á fjárhagslegri hegðun neytenda:** Þegar viðskiptaháttum er beitt sem draga merkjanlega úr getu neytandans til að taka upplýsta ákvörðun og valda því þar með að neytandinn tekur viðskiptaákvörðun sem hann hefði ekki annars tekið.
- Síðareglur:** Samkomulag eða reglubálgur, sem leiðir ekki af lögum eða stjórnvaldsfyrirmælum, þar sem skilgreind er hegðun atvinnurekenda sem skuldbinda sig til að fara eftir reglunum að því er varðar eina eða fleiri tegundir viðskiptahátta eða eitt eða fleiri viðskiptasvið.
- Góðir viðskiptahættir:** Viðmiðun fyrir sérstaka færni og alúð sem með réttu má búast við að atvinnurekandi viðhafi gagnvart neytendum, í samræmi við heiðarlega markaðsvenju eða almenna meginreglu um viðskipti í góðri trú á starfssviði atvinnurekandans.

10. *Sölutilboð*: Samskipti í viðskiptum sem gefa til kynna eiginleika og verð afurðar á þann hátt sem hæfir þeirri tegund samskipta sem um ræðir og gerir þar með neytandanum kaupin möguleg.
11. *Ótilhlýðilegar aðferðir*: Aðferðir sem nýta valdastöðu gagnvart neytandanum til að beita hann þrýstingi jafnvel þótt líkamlegu ofbeldi eða hótunum um slíkt sé ekki beitt, á þann hátt sem takmarkar verulega möguleika neytandans á því að taka upplýsta ákvörðun.
12. *Röðun*: Sýnileiki afurðar miðað við aðrar, eins og atvinnurekandi kynnir þær, skipuleggur eða miðlar þeim, óháð því hvaða tæknilega leið er notuð til slíkrar kynningar, skipulagningar eða miðlunar.
13. *Netmarkaður*: Þjónusta sem notar hugbúnað, þ.m.t. vefsetur, hluta af vefsetri eða smáforrit, sem starfrækt er af atvinnurekanda eða fyrir hönd hans og sem gerir neytendum kleift að ganga frá fjarsölusamningum við aðra atvinnurekendur eða neytendur.

3. gr.

Góðir markaðshættir.

Atvinnurekendur skulu viðhafa góða markaðshætti að teknu tilliti til neytenda, atvinnurekenda og almennra samfélagshagsmuna, sbr. þó 3. mgr.

Viðskiptahættir sem beinast að börnum og ungmönnum eða viðskiptahættir sem börn og ungmenni eru sérstaklega viðkvæm fyrir, skulu útfærðir af sérstakri varkárni vegna trúgirmi, reynsluleysis og áhrifagirmi barna og ungmenna, sbr. þó 3. mgr.

Hafi viðskiptahættirnir áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda gildir II. kafli laganna í stað 1. og 2. mgr. Stríði viðskiptahættirnir samtímis gegn öðrum þáttum sem hafa ekki að markmiði að vernda fjárhagslega hagsmuni neytenda, þ.m.t. smekk og velsæmi, öryggi og heilsu eða viðskiptahættirnir eru á sviði samningaréttar gilda 1. og 2. mgr. samhliða ákvæðum II. kafla.

II. KAFLI

Viðskiptahættir gagnvart neytendum.

4. gr.

Góðir viðskiptahættir.

Atvinnurekendur skulu viðhafa góða viðskiptahætti gagnvart neytendum.

5. gr.

Villandi athafnir.

Viðskiptahættir atvinnurekanda mega ekki fela í sér rangar upplýsingar eða upplýsingar sem á annan hátt, þ.m.t. vegna framsetningar, villa um fyrir eða eru líklegar til að villa um fyrir hinum almenna neytanda, jafnvel þótt þær séu réttar.

Ákvæði 1. mgr. getur varðað einn eða fleiri eftirfarandi þátta:

- a. eðli afurðar og hvort hún sé til,
- b. helstu einkenni afurðar,
- c. umfang skuldbindinga atvinnurekandans, ástæður fyrir viðkomandi viðskiptaháttum og hvers eðlis söluferlið er,
- d. yfirlýsingar eða tákni sem með beinum eða óbeinum hætti styðja eða samþykkja atvinnurekanda eða afurð hans,
- e. verð eða aðferð sem notuð er við útreikning á verði og hvort um er að ræða sérstakt verðhagræði,
- f. þörf fyrir viðhaldsþjónustu, varahluti, skipti á hlutum eða viðgerðir,

- g. réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður atvinnurekandans eða fulltrúa hans,
- h. réttindi neytenda,
- i. skuldbindingu atvinnurekanda til að fylgja siðareglum,
- j. ruglingi við vörumerki, auðkenni, afurð keppinautar, eða
- k. alla markaðssetningu vöru í einu aðildarríki sem samskonar vöru og markaðssett er í öðru aðildarríki Evrópska efnahagssvæðisins enda þótt sú vara sé verulega ólík að samsetningu eða eiginleikum nema slíkt sé réttlætjanlegt á grundvelli lögmætra og hlutlægra þátta.

6. gr.

Villandi athafnaleysi, þ.m.t. söluþilboð og duldar auglýsingar.

Viðskiptahættir atvinnurekanda mega ekki vera villandi með því að mikilvægum upplýsingum sé sleppt, þeim leynt eða þær veittar á óljósan, óskiljanlegan, margræðan eða ótímabæran hátt.

Þegar um er að ræða söluþilboð teljast upplýsingar um eftirfarandi vera mikilvægar í skilningi 1. mgr.:

- a. helstu eiginleika afurðar, að því marki sem hæfir miðlinum og afurðinni sem um ræðir,
- b. nafn og heimilisfang atvinnurekanda og ef við á, þess atvinnurekanda sem hann starfar fyrir,
- c. greiðslutilhögun, afhendingu og framkvæmd samnings, víki þessi atriði frá því sem tíðkast í starfsgreininni,
- d. rétt til að falla frá samningi, réttur til afþöntunar eða skilaréttur hafi neytendur slíkan rétt,
- e. verð, þ.m.t. virðisaukaskatt og önnur opinber gjöld,
- f. hvernig verð sé fundið út ef afurð hefur þá eiginleika að ekki sé hægt að gefa upp verð fyrirfram með góðu móti,
- g. allan viðbótarkostnaður við frakt, afhendingu eða flutning ef við á eða upplýsingar um að þessi kostnaður geti bæst við verð ef ekki er hægt að reikna hann út fyrirfram með góðu móti,
- h. að því er varðar afurðir sem eru boðnar fram á netmörkuðum, hvort þriðji aðilinn sem býður afurðirnar sé atvinnurekandi eða ekki, á grundvelli yfirlýsingar þriðja aðilans til þjónustuveitanda netmarkaðarins.

Atvinnurekandi skal upplýsa á skýran hátt um viðskiptalegan tilgang hvers konar viðskiptahátta, þar á meðal auglýsinga, nema það megi ráða af samhenginu.

Við mat á því hvort viðskiptahættir séu villandi skv. 1. og 3. mgr. skal tekið tillit til þess hvort sá miðill sem notaður er veitir takmarkað rými eða tíma til að miðla upplýsingunum og ráðstafana atvinnurekanda til að gera upplýsingarnar aðgengilegar neytendum með öðrum hætti.

7 gr.

Leitarvélar.

Þegar atvinnurekandi býður neytendum að leita að afurðum sem mismunandi atvinnurekendur eða neytendur bjóða, með fyrirspurn í formi leitarorðs, orðasambands eða annars innleggs, óháð því hvar gengið er frá viðskiptunum, teljast eftirfarandi upplýsingar vera mikilvægar í skilningi 1. mgr. 6. gr.:

- a. almennar upplýsingar, aðgengilegar í sérstökum hluta netskilflatarins sem beinn og auðveldur aðgangur er að frá síðunni með leitarniðurstöðunum, um helstu breytur sem ákvarða röðun afurða, sem neytandanum er sýndar sem leitarniðurstöður og
- b. hlutfallslegt vægi þessara breyta samanborið við aðrar breytur.

Ákvæði 1. mgr. á ekki við um þjónustuveitendur leitarvéla á netinu skv. 6. lið 2. gr. reglugerðar Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2019/1150.

8. gr.

Umsagnir.

Þegar atvinnurekandi veitir aðgang að umsögnum neytenda um afurðir teljast upplýsingar um hvort og hvernig atvinnurekandinn tryggir að birtar umsagnir komi frá neytendum sem hafa í reynd notað eða keypt afurðina, vera mikilvægar í skilningi 1. mgr. 6. gr.

9. gr.

Ágengir viðskiptahættir.

Atvinnurekandi má í viðskiptaháttum sínum ekki beita áreitni, þvingunum, ofbeldi eða ótilhlýðilegum áhrifum sem eru líkleg til að skerða verulega valfrelsi eða hegðun neytenda varðandi afurðina.

Við mat á því hvort atvinnurekandi hafi í viðskiptaháttum sínum beitt áreitni, ólögmætum þvingunum, ofbeldi eða ótilhlýðilegum áhrifum skal tekið tillit til:

- a. tímasetningar viðskiptaháttanna, staðsetningar þeirra, eðli þeirra og hve lengi þeir vara,
- b. notkunar ógnandi eða móðgandi orðalags eða háttsemi,
- c. þess að atvinnurekandi nýtir sér tiltekna óheppilega stöðu eða aðstæður, sem hann þekkir til og eru svo alvarlegar að þær draga úr dómgreind neytandans, til að hafa áhrif á ákvörðun neytandans varðandi afurðina,
- d. þess að atvinnurekandi setur fram íþyngjandi eða óhóflegar hindranir, sem ekki leiða af samningi, þegar neytandi vill neyta réttar síns samkvæmt samningi, þ.m.t. rétti til að rifta samningi eða skipta yfir í aðra afurð eða annan atvinnurekanda,
- e. sérhverrar hótunar um ólögmæta háttsemi.

10. gr.

Veruleg röskun á fjárhagslegri hegðun.

Viðskiptahættir brjóta gegn 4.- 9. gr. að því tilskildu að þeir raski verulega eða séu líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun hins almenna neytanda. Beinist viðskiptahættirnir að sérstökum hópi neytenda, skal miðað við hinn almenna neytanda í þeim hópi.

Viðskiptahættir sem eru líklegir til að raska verulega hegðun hóps neytenda sem fyrrsjáanlega er sérstaklega berskjaldaður fyrir viðskiptaháttunum eða afurðinni sem á í hlut, þar á meðal vegna andlegrar eða líkamlegrar fötlunar, aldurs eða trúgirni, skulu metnir út frá hinum almenna neytanda í þeim hópi.

11. gr.

Viðskiptahættir sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.

Ráðherra kveður í reglugerð á um þá viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir, án tillits til þess hvort brotið sé gegn 5.- 9. gr.

III. KAFLI Upplýsingaskyldur.

12. gr.

Sönnun fullyrðinga.

Atvinnurekendur skulu geta fært sönnur á réttmæti fullyrðinga um staðreyndir.

13. gr.

Verðupplýsingar, o.fl.

Atvinnurekandi sem býður fram afurðir til neytenda, skal greina skýrt og greinilega frá verði afurðarinnar.

Ráðherra getur sett nánari ákvæði um upplýsingaskyldu skv. 1. mgr. í reglugerð, þ.m.t.:

- a. um aðferðir við birtingu verðupplýsinga og hversu ítarlegar verðupplýsingar skuli vera,
- b. um það hvernig vara skuli mæld, vegin og flokkuð,
- c. um að veita skuli upplýsingar um nettóþyngd forpakaðra vara og
- d. um verðupplýsingar skv. lögum um þjónustuviðskipti á innri markaði Evrópska efnahagssvæðisins

Ráðherra getur með reglugerð kveðið á um kröfur sem gerðar eru til tiltekinna afurða í tengslum við markaðssetningu, merkingar og eiginleika þeirra.

14. gr.

Meginregla um íslensku.

Auglýsingar skulu vera á íslensku. Þó er heimilt að auglýsing sé eingöngu á öðru tungumáli en íslensku ef hún beinist aðeins að erlendum neytendum.

Almennir skilmálar atvinnurekanda, sem býður neytendum þjónustu sína hér á landi, skulu vera á íslensku.

Ábyrgðaryfirlýsingar sem eru afhentar íslenskum neytendum skulu vera á íslensku.

IV. KAFLI

Sérstakar markaðssetningaraðferðir.

15. gr.

Börn og unglingar.

Viðskiptahættir sem beinast að börnum og unglíngum undir 18 ára mega ekki:

- a. beint eða óbeint hvetja til ofbeldis eða annarrar hættulegrar, tillitslausrar háttsemi eða nýta með óviðeigandi hætti ofbeldi, ótta eða hjátrú sem aðferð,
- b. sýna, fjalla um eða vísa til vímuefna, áfengis eða annarrar afurðar sem hæfir ekki börnum eða unglíngum, eða
- c. gera út á samviskubit, félagslegt óöryggi eða lágt sjálfstraust eða stuðla að þrýstingi um líkamlegt útlit.

V. KAFLI

Samningsskilmálar og ábyrgðaryfirlýsingar.

16. gr.

Óhæfilegir samningsskilmálar.

Atvinnurekendur og samtök þeirra mega ekki nota eða mæla með notkun samningsskilmála sem eru óhæfilegir gagnvart neytendum. Við mat á því hvort samningsskilmálar séu óhæfilegir gagnvart neytendum skal áhersla lögð á jafnvægi milli réttinda og skyldna samningsaðila og skýrleika samningssambandsins.

Ráðherra getur með reglugerð kveðið á um samningsskilmála sem teljast undir öllum kringumstæðum óhæfilegir.

17. gr.

Ábyrgðaryfirlýsingar.

Atvinnurekandi sem veitir ábyrgðaryfirlýsingu skal afhenda neytanda hana á varanlegum miðli eigi síðar en við afhendingu afurðarinnar.

Ábyrgðaryfirlýsingin skal vera á skýru og skiljanlegu máli og skal innihalda:

- a. ótvíræða yfirlýsingu um vanefndaúrræði sem neytandi hefur gagnvart seljanda samkvæmt lögum vegna galla afurðarinnar og að ábyrgðin hafi ekki áhrif á þann rétt,
- b. nafn og heimilisfang ábyrgðarveitanda,
- c. málsmeðferð sem neytandinn þarf að fylgja til að knýja fram ábyrgðina,
- d. heiti afurðarinnar sem ábyrgðaryfirlýsingin gildir um og
- e. skilmála ábyrgðaryfirlýsingarinnar.

Þótt ekki sé farið að ákvæðum 2. mgr. eru skilmálar ábyrgðaryfirlýsingarinnar bindandi fyrir ábyrgðarveitandann eins og segir í 3. mgr. 18. gr. laga um neytendakaup.

VI. KAFLI

Háttsemi milli atvinnurekenda.

18. gr.

Villandi, ágengar og óviðeigandi viðskiptaaðferðir milli atvinnurekenda.

Atvinnurekandi má ekki viðhafa viðskiptaaðferðir sem eru villandi eða líklegar til að vera villandi enda séu þær til þess fallnar að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun annars atvinnurekanda eða skaða keppinaut.

Við mat á viðskiptaaðferðum skv. 1. mgr. skal litið til allra atriða er varða þá, þ.m.t. upplýsinga um:

- a. eiginleika afurðar,
- b. verð eða hvernig verð er reiknað út sem og þau skilyrði sem gilda um afhendingu afurðar
- c. eðli, einkenni og rétt auglýsanda.

Viðskiptaaðferðir atvinnurekanda mega ekki vera ágengar eða óviðeigandi gagnvart öðrum atvinnurekendum.

19. gr.

Samanburðarauglýsingar.

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

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

- a. þær séu ekki villandi,
- b. samanburðurinn taki til afurðar sem fullnægir sömu þörfum eða er ætluð til sömu nota,
- c. gerður sé samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleikum afurðar, þ.m.t. verði
- d. ekki sé hætt við ruglingi á auglýsanda og keppinaut hans eða á vörumerkjum eða viðskiptaheitum auglýsanda og keppinautar, öðrum auðkennum eða afurðum
- e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, viðskiptaheiti, önnur auðkenni, afurð, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing,

- f. að ávallt séu bornar saman afurðir með sömu merkingum ef um er að ræða afurðir með upprunamerkingum,
- g. ekki sé með ósanngjörnum hætti hagnýttur orðstír vörumerkis, viðskiptaheitis eða annarra auðkenna keppinautar eða upprunamerkja samkeppnisafurðar,
- h. afurð sé ekki kynnt sem eftirlíking eða eftirgerð afurðar sem ber verndað vörumerki eða viðskiptaheiti.

20. gr.

Auðkenni.

Atvinnurekendur mega ekki nota auðkenni sem þeir hafa ekki rétt til eða nota eigin auðkenni þannig að hætta sé á ruglingi við auðkenni annarra.

VII. KAFLI

Stjórnsýsla og eftirlit.

21. gr.

Neytendastofa.

Neytendastofa er sjálfstæð stofnun sem heyrir stjórnarfarslega undir ráðherra.

Ráðherra skipar forstjóra Neytendastofu til fimm ára í senn. Forstjóri skal fullnægja skilyrðum til að hljóta skipun í embætti héraðsdómara. Forstjóri ber ábyrgð á starfsemi og rekstri Neytendastofu, mótar áherslur, skipulag, verkefni og starfshætti og annast daglega stjórn Neytendastofu.

Neytendastofa skal stuðla að fræðslu til almennings um neytendamál og önnur verkefni sem stofnuninni verða falin með lögum eða reglugerðum. Neytendastofa skilar ráðherra árlega skýrslu um starfsemi sína á liðnu almanaksári. Skýrsluna skal birta opinberlega.

Ráðherra getur með reglugerð kveðið nánar á um skipulag, starfsemi, og málsmeðferð Neytendastofu.

22. gr.

Eftirlit.

Neytendastofa fer með eftirlit með lögum þessum einkum í þágu neytenda. Neytendastofa skal einnig leysa af hendi þau verk sem henni eru falin í öðrum lögum.

Neytendastofa ákveður hvort erindi sem berst gefi nægar ástæður til rannsóknar. Við afgreiðslu mála samkvæmt lögum þessum er Neytendastofu heimilt að raða málum í forgangs röð.

Sá sem beinir erindi til Neytendastofu telst ekki aðili máls sem Neytendastofa ákveður að taka til rannsóknar.

23. gr.

Áfrýjunarnefnd neytendamála.

Ákvörðunum Neytendastofu á grundvelli þessara laga má skjóta til sjálfstæðrar nefndar, áfrýjunarnefndar neytendamála. Auk þess má skjóta ákvörðunum Neytendastofu á grundvelli annarra laga á málaefnasviði Neytendastofu sé heimild til slíks að finna í þeim lögum.

Ráðherra skipar áfrýjunarnefnd neytendamála, sem í sitja þrír menn og jafnmargir til vara, til fjögurra ára í senn. Skulu formaður nefndarinnar og varamaður hans fullnægja skilyrðum til að hljóta skipun í embætti héraðsdómara. Ráðherra ákveður þóknun nefndarmanna sem greiðist úr ríkissjóði.

Skrifleg kæra skal berast áfrýjunarnefnd neytendamála innan fjögurra vikna frá því að aðila máls var tilkynnt um ákvörðunina. Úrskurður áfrýjunarnefndar neytendamála skal liggja fyrir innan sex vikna frá málskoti.

Úrskurðir áfrýjunarnefndar neytendamála eru fullnaðarúrskurðir innan stjórnssýslunnar og eru aðfararhæfir.

Ákvörðun Neytendastofu verður ekki borin undir dómstóla fyrr en úrskurður áfrýjunarnefndar neytendamála liggur fyrir.

Nú vill aðili ekki una úrskurði áfrýjunarnefndar og getur hann þá höfðað mál til ógildingar fyrir dómstólum. Mál skal höfðað innan sex mánaða frá því að aðili fékk vitneskju um úrskurð áfrýjunarnefndarinnar. Málshöfðun frestar ekki gildistöku úrskurðar nefndarinnar né heimild til aðfarar.

VIII. KAFLI

Rannsóknarheimildir.

24. gr.

Upplýsingaöflun.

Neytendastofa getur krafist þá sem lög þessi taka til um allar upplýsingar sem nauðsynlegar þykja við rannsókn máls. Upplýsinga er hægt að krefjast munnlega eða skriflega og skulu þær gefnar innan hæfilegs frests sem stofnunin setur.

Neytendastofa getur með sömu skilyrðum og í 1. mgr. krafist þess að fá gögn afhent til athugunar. Skulu þau afhent innan hæfilegs frests sem stofnunin setur.

Neytendastofa getur í starfi sínu krafist upplýsinga og gagna frá öðrum stjórnvöldum óháð þagnarskyldu þeirra.

Neytendastofa getur einnig lagt skyldu á þá aðila sem um getur í 1. mgr. að upplýsa stofnunina reglulega um atriði sem máli skipta við framkvæmd laga þessara. Neytendastofa getur gefið slík fyrirmæli með opinberri tilkynningu.

25. gr.

Leit og hald.

Neytendastofa getur við rannsókn máls gert nauðsynlegar athuganir á starfsstöðvum þeirra sem lög þessi taka til eða á stað þar sem gögn eru varðveitt og lagt hald á gögn þegar ríkar ástæður eru til að ætla að brotið hafi verið gegn lögum þessum eða ákvörðunum Neytendastofu.

Við framkvæmd aðgerða skal fylgja ákvæðum laga um meðferð sakamála um leit og hald á munum.

26. gr.

Prufukaup.

Neytendastofa getur keypt afurðir, undir fölsku nafni og auðkenni, til að koma upp um brot gegn lögum þessum og reglum settum samkvæmt þeim og afla upplýsinga og gagna sem nauðsynleg þykja við athugun einstakra mála.

Neytendastofa getur krafist endurgreiðslu vegna kaupa skv. 1. mgr. nema það hafi í för með sér verulegt óhagræði fyrir atvinnurekanda.

27. gr.

Upplýsingaskipti.

Neytendastofu er heimilt að afhenda stjórnvöldum annarra ríkja upplýsingar og gögn sem nauðsynleg þykja við framkvæmd laga í samræmi við skuldbindingar Íslands samkvæmt milliríkjasamningum.

Við afhendingu upplýsinga og gagna skal setja sem skilyrði að:

1. farið verði með upplýsingarnar og gögnin sem trúnaðarmál hjá þeim sem við þeim tekur,
2. upplýsingarnar og gögnin verði aðeins notuð í því skyni sem kveðið er á um í viðkomandi milliríkjasamningi og
3. upplýsingarnar og gögnin verði aðeins afhent öðrum með samþykki Neytendastofu og í þeim tilgangi sem samþykkið kveður á um.

28. gr.

Þagnarskylda.

Þeir sem starfa af hálfu stjórnvalda að framkvæmd laga þessara eru bundnir þagnarskyldu skv. X. kafla stjórnsýslulaga.

IX. KAFLI

Eftirlitsúræði.

29. gr.

Sáttaumleitan og leiðbeinandi reglur.

Neytendastofa skal leitast við að fá atvinnurekendur til að starfa í samræmi við meginreglur laganna um góða hætti og fara að öðru leyti eftir lögnum, m.a. með sáttaumleitan.

Neytendastofa skal leitast við að hafa áhrif á háttsemi atvinnurekenda með útgáfu leiðbeinandi reglna um viðskiptahætti á nánar afmörkuðum sviðum sem talin eru mikilvæg fyrir neytendur. Leiðbeinandi reglur skulu gefnar út að höfðu samráði við hlutaðeigandi samtök neytenda og atvinnurekenda.

30. gr.

Ákvarðanir og önnur málalok.

Brjótí atvinnurekendur gegn lögum þessum eða reglum settum samkvæmt þeim getur Neytendastofa tekið við skriflegum skuldbindingum um að látið sé af brotinu eða tekið ákvörðun, sbr. 2. mgr. Neytendastofa getur einnig tekið við skriflegum skuldbindingum frá atvinnurekendum um að neytendum sem brotið hafði áhrif á verði boðnar viðeigandi úrbætur.

Neytendastofa getur tekið ákvörðun um:

- a. bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði,
- b. dagsektir, skv. 32. gr.,
- c. stjórnvaldssektir skv. 33. gr.

31. gr.

Bráðabirgðaákvarðanir.

Neytendastofu er heimilt að taka ákvarðanir til bráðabirgða um einstök mál skv. a. lið 2. mgr. 30. gr enda sé hætt á að háttsemin skaði verulega heildarhagsmuni neytenda.

Bráðabirgðaákvörðun skal gilda í tiltekinn tíma, þó aldrei lengur en sex vikur. Bráðabirgðaákvörðun má endurnýja ef það er talið nauðsynlegt og skilyrði 1. mgr. eru uppfyllt.

32. gr.

Dagsektir.

Ef ekki er farið að ákvörðun sem tekin hefur verið samkvæmt þessum lögum getur Neytendastofa ákveðið að sá eða þeir sem ákvörðunin beinist gegn greiði dagsektir þar til farið verður að henni.

Ákvörðun um dagsektir skal tilkynnt bréflega á sannanlegan hátt þeim sem hún beinist að. Dagsektir geta numið frá 50.000 kr. til 500.000 kr. á dag.

Ákvörðun um dagsektir má skjóta til áfrýjunarnefndar neytendamála innan fjórtán daga frá því að hún er kynnt þeim er hún beinist að. Dagsektir reiknast ekki fyrir en frestur er liðinn. Ef ákvörðun er skotið til áfrýjunarnefndar neytendamála falla dagsektir ekki á fyrir en niðurstaða hennar liggur fyrir.

Ákvarðanir Neytendastofu um dagsektir eru aðfararhæfar en málskot til áfrýjunarnefndar neytendamála frestar aðför.

33. gr.

Stjórnvaldssektir.

Neytendastofa getur lagt stjórnvaldssektir á atvinnurekendur sem brjóta gegn lögum þessum, reglugerðum settum á grundvelli þeirra og ákvörðun Neytendastofu skv. 30. gr. laganna, sbr. þó 2. mgr.

Brot gegn ákvæðum 3 gr. um góða markaðshætti, 4. gr. um góða viðskiptahætti og 1. mgr. 16. gr. um óhæfilega samningsskilmála varða ekki stjórnvaldssektum nema brotið sé gegn ákvörðun Neytendastofu skv. 30. gr.

Stjórnvaldssektir geta numið allt að 4% af heildarveltu síðasta rekstrarárs hjá atvinnurekanda eða jafnvirði 2 millj. evra (EUR) í íslenskum krónum, hvort heldur er hærra.

Við ákvörðun um fjárhæð sektar skal taka tilhlýðilegt tillit til eftirfarandi:

- a. hvers eðlis og hversu alvarlegt, umfangsmikið og langvarandi brotið er,
- b. aðgerða sem atvinnurekandinn hefur gripið til í því skyni að draga úr eða bæta úr tjóni neytenda,
- c. fyrri brot atvinnurekanda,
- d. fjárhagslegs ávinnings atvinnurekanda af brotinu eða taps sem hann hefur komist hjá með því, ef viðeigandi gögn liggja fyrir,
- e. viðurlaga sem er beitt gagnvart atvinnurekanda vegna sama brots í öðrum aðildarríkjum í málum sem ná yfir landamæri þegar upplýsingar um slík viðurlög liggja fyrir á grundvelli kerfisins sem komið var á fót með reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins 2017/2394,
- f. annarra íþyngjandi eða mildandi þátta sem eiga við um málsatvik.

Ákvarðanir Neytendastofu um stjórnvaldssektir eru aðfararhæfar en málskot til áfrýjunarnefndar neytendamála frestar aðför.

X. KAFLI

Réttarúrræði.

34. gr.

Bann, skaðabætur og hæfilegt endurgjald.

Háttsemi sem er andstæð ákvæðum laga þessara má banna með dómi. Í málum vegna brota á lögunum getur dómstóll ákveðið að gerðar skuli ráðstafanir til að tryggja að farið sé að banninu.

Háttsemi sem er andstæð ákvæðum laga þessara varðar skaðabótaskyldu samkvæmt almennum reglum skaðabótaréttar. Ákvæðið á bæði við um neytendur og atvinnurekendur sem hafa orðið fyrir tjóni vegna háttseminnar. Neytendur sem orðið hafa fyrir tjóni vegna

háttsemi atvinnurekenda sem er í andstöðu við ákvæði laganna geta enn fremur gert kröfu um afslátt eða riftun eða nýtt aðrar vanefndaheimildir samkvæmt almennum reglum samningaréttar og kröfuréttar.

Þeim sem af ásetningi eða gáleysi hagnýtir réttindi annars samkvæmt lögum þessum er skylt að greiða hæfilegt endurgjald fyrir hagnýtinguna.

Þeim sem hagnast á réttindum annars án þess að um ásetning eða gáleysi sé að ræða er skylt að greiða hæfilegt endurgjald. Endurgjaldið má þó aldrei vera hærra en ætla má að nemi hagnaði hans af brotinu.

Sá sem á lögvarinna hagsmuna að gæta getur höfðað dómsmál til að fá bann lagt við háttsemi og/eða dæmda eða viðurkennda kröfu um skaðabætur eða hæfilegt endurgjald.

35. gr.

Lögbann.

Neytendastofa getur leitað lögbanns til að vernda heildarhagsmuni neytenda enda sé fullnægt öðrum skilyrðum lögbanns samkvæmt lögum um kyrrsetningu, lögbann o.fl.

Neytendastofa getur fengið lagt lögbann við athöfn ef hætta er á að háttsemin skaði verulega heildarhagsmuni neytenda og engin önnur skilvirk leið er fyrir hendi til að stöðva brot gegn ákvæði 3. gr. eða ákvæðum II.-VI. kafla. Við lögbannsgerð má eftir kröfu Neytendastofu leggja fyrir:

- a. þjónustuveitanda eða þann sem starfrækir netskilflöt að fjarlægja efni á netskilfleti eða setja upp skýra viðvörðun sem neytendur sjá þegar þeir fara inn á netskilfleti,
- b. fjarskiptafyrirtæki að takmarka aðgang að netskilfleti,
- c. þjónustuveitanda að fjarlægja, gera óvirkan eða takmarka aðgang að netskilfleti, eða
- d. skráningaraðila eða skráningarmiðlun léna að loka, læsa eða endurskrá lén á Neytendastofu.

Lagt verður fyrir þjónustuveitendur og fjarskiptafyrirtæki að leysa af hendi athafnir skv. 2. mgr. óháð því hvort þau beri ábyrgð á gögnum, miðlun gagna eða sjálfvirkri, millistigs- eða skammtímageymslu gagna.

Þeir sem lagt verður fyrir að leysa af hendi athafnir skv. a–d-lið 2. mgr. og þeir sem taldir eru brjóta gegn ákvæði 3. gr. eða ákvæðum II. – VI. kafla skulu fá réttarstöðu gerðarþola eftir því sem við verður komið. Ef við á skal rétthafa léns tryggð sambærileg réttarstaða og gerðarþola til hagsmunagæslu við fyrirtöku lögbannsgerðar eftir því sem við verður komið, auk tilkynningar um lögbannsgerð að henni lokinni, skv. 14. og 18. gr. laga um kyrrsetningu, lögbann o. fl., nr. 31/1990.

Við mat á því hvort lögbann verði lagt á skal vega saman hagsmuni gerðarþola og heildarhagsmuni neytenda. Meðal annars skal litið til sjónarmiða um meðalhóf, tjáningarfrelsi og upplýsingarétt.

Um lögbann fer að öðru leyti eftir lögum um kyrrsetningu, lögbann o.fl.

XI. KAFLI

Viðurlög.

36. gr.

Spilling rannsóknaraðgerða.

Hver sá sem í tengslum við upplýsingaöflun á grundvelli 24. gr. og 25. gr. og reglna sem settar eru samkvæmt þeim eyðileggur, falsar, kemur undan eða gerir á annan hátt ónothæf hvers konar gögn sem hafa þýðingu fyrir rannsókn Neytendastofu skal sæta sektum eða fangelsi allt að tveimur árum nema þyngrri refsing liggja við samkvæmt öðrum lögum.

Hver sá sem við upplýsingagjöf skv. 24. gr. veitir Neytendastofu rangar, villandi eða ófullnægjandi upplýsingar skal sæta sektum eða fangelsi allt að einu ári. Sömu refsingu skal hver sæta sem að öðru leyti gefur Neytendastofu rangar, villandi eða ófullnægjandi upplýsingar.

Gera má lögaðila sekt samkvæmt ákvæðum II. kafla A almennra hegningarlaga fyrir brot skv. 1. og 2. mgr. þessarar greinar.

37. gr.

Refsingar.

Brot gegn stjórnvaldsákvörðun eða dómi á grundvelli laga þessara varðar sektum eða fangelsi allt að sex mánuðum liggi þyngri refsing ekki við broti samkvæmt öðrum lögum.

Brot gegn eftirtöldum ákvæðum laga þessara og reglugerðum settum á grundvelli þeirra varða sektum, en fangelsi allt að sex mánuðum ef sakir eru miklar eða brot ítrekuð, liggi þyngri refsing ekki við broti samkvæmt öðrum lögum:

1. 5. gr. um villandi athafnir.
2. 6. gr. um villandi athafnaleysi, þ.m.t. sölutilboð og duldar auglýsingar, sbr. einnig leitarvélur og umsagnir skv. 7. og 8. gr.
3. 9. gr. um ágenga viðskiptahætti.
4. 11. gr. um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.
5. 13. gr. um verðupplýsingar.
6. 14. gr. um meginreglu um íslensku.
7. 15. gr. um viðskiptahætti sem beinast að börnum og unglíngum.
8. 17. gr. um ábyrgðaryfirlýsingar.
9. 18. gr. um villandi, ágenga og óviðeigandi viðskiptaaðferðir milli atvinnurekenda.
10. 19. gr. um samanburðarauglýsingar.
11. 20. gr. um auðkenni.

Brot gegn ákvæðum laga þessara er varða sektum eða fangelsi varða refsingu hvort sem þau eru framin af ásetningi eða gáleysi.

Heimilt er að gera upptækan með dómi beinan eða óbeinan hagnað sem hlotist hefur af broti gegn þeim ákvæðum laga þessara er varða sektum eða fangelsi.

Dæma má sviptingu réttinda skv. 68. gr. almennra hegningarlaga og fésekt jafnframt fangelsi ef skilyrði 49. gr. almennra hegningarlaga eru fyrir hendi.

Tilraun til brots eða hlutdeild í brotum samkvæmt lögum þessum er refsiverð eftir því sem segir í almennum hegningarlögum.

Gera má lögaðila sekt fyrir brot skv. 1. og 2. mgr. óháð því hvort sök verði sönnuð á tiltekinn fyrirvarsmann, starfsmann eða annan aðila sem starfar á vegum lögaðilans. Hafi fyrirvarsmáður, starfsmáður eða annar aðili á vegum lögaðilans með saknæmum hætti brotið gegn lögum þessum eða reglugerðum sem settar eru á grundvelli þeirra í starfsemi lögaðilans má, auk refsingar sem hlutaðeigandi einstaklingur sætir, gera lögaðilanum sekt.

38. gr.

Kæra til lögreglu.

Neytendastofu er heimilt að kæra brot gegn lögum þessum til lögreglu. Brot gegn lögum þessum geta þó sætt rannsókn og ákæru samkvæmt almennum reglum þótt ekki liggi fyrir kæra frá Neytendastofu.

Varði meint brot á lögum þessum bæði stjórnvaldssektum og refsingu metur Neytendastofa með tilliti til grófleika brots og réttarvörslusjónarmiða, hvort mál skuli kært til lögreglu eða

Því lokið hjá stofnuninni. Ef brot eru meiri háttar ber Neytendastofu að vísa þeim til lögreglu. Brot telst meiri háttar ef það er framið með sérstaklega vítaverðum hætti eða við aðstæður sem auka mjög á saknæmi brotsins. Jafnframt getur Neytendastofa á hvaða stigi rannsóknar sem er vísað máli vegna brota á lögum þessum til rannsóknar lögreglu. Gæta skal samræmis við úrlausn sambærilegra mála.

Með kæru Neytendastofu til lögreglu skulu fylgja afrit þeirra gagna sem grunur um brot er studdur við. Ákvæði IV.–VII. kafla stjórnsýslulaga, nr. 37/1993, gilda ekki um ákvörðun Neytendastofu um að kæra mál til lögreglu.

Neytendastofu er heimilt að láta lögreglu og ákærvaldi í té upplýsingar og gögn sem það hefur aflað og tengjast þeim brotum sem tilgreind eru í 37. gr. Neytendastofu er heimilt að taka þátt í aðgerðum lögreglu sem varða rannsókn sömu brota.

Lögreglu og ákærvaldi er heimilt að láta Neytendastofu í té upplýsingar og gögn sem hún hefur aflað og tengjast þeim brotum sem tilgreind eru í 37. gr. Lögreglu er heimilt að taka þátt í aðgerðum Neytendastofu sem varða rannsókn sömu brota.

Telji ákærandi að ekki séu efni til málshöfðunar vegna meintrar refsiverðrar háttsemi sem jafnframt varðar stjórnsýsluviðurlögum getur hann sent eða endursent málið til Neytendastofu til meðferðar og ákvörðunar.

39. gr.

Réttur til að fella ekki á sig sök.

Í máli sem beinist að einstaklingi og lokið getur með álagningu stjórnvaldssekta eða kæru til lögreglu hefur sá sem rökstuddur grunur leikur á að hafi gerst sekur um brot á lögnum rétt til að neita að svara spurningum eða afhenda gögn eða muni nema hægt sé að útiloka að það geti haft þýðingu fyrir ákvörðun um brot hans. Neytendastofa skal leiðbeina hinum grunaða um þennan rétt.

XII. KAFLI

Erlend samvinna.

40. gr.

Lögfesting reglugerðar um samvinnu milli landsyfirvalda sem bera ábyrgð á að framfylgja lögum um neytendavernd.

Ákvæði reglugerðar Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2017/2394 frá 12. desember 2017 um samvinnu milli landsyfirvalda sem bera ábyrgð á að framfylgja lögum um neytendavernd og um niðurfellingu reglugerðar (EB) nr. 2006/2004, sem birt er í EES-viðbæti við Stjórnartíðindi Evrópusambandsins nr. 58 frá 18. júlí 2019, bls. 216–241, skulu hafa lagagildi hér á landi með þeim aðlögunum sem leiðir af ákvörðun sameiginlegu EES-nefndarinnar nr. 172/2019, frá 14. júní 2019, sbr. einnig bókun 1 um altæka aðlögun við samninginn um Evrópska efnahagssvæðið, sbr. lög um Evrópska efnahagssvæðið, nr. 2/1993, þar sem bókunin er lögfest.

Ráðherra er heimilt að tilnefna eitt eða fleiri lögbær yfirvöld, miðlæga tengiskrifstofu og stofnanir sem bera ábyrgð á beitingu reglugerðarinnar skv. 1. mgr. Ráðherra getur með reglugerð veitt viðeigandi aðilum heimild til að gefa út utanaðkomandi viðvaranir á grundvelli reglugerðarinnar skv. 1. mgr.

Reglugerðir eða tilskipanir Evrópusambandsins, sem teknar verða upp í EES-samninginn og fela í sér breytingar eða viðbætur við viðauka reglugerðarinnar skv. 1. mgr., er ráðherra heimilt að innleiða með reglugerð.

Ráðherra er heimilt að setja í reglugerð nánari ákvæði um framkvæmd þessarar greinar og samvinnu yfirvalda sem bera ábyrgð á framkvæmd laga um neytendavernd.

XIII. KAFLI Gildistaka o.fl.

41. gr.

Gildistaka.

Lög þessi öðlast gildi [...].

Við gildistöku laga þessara falla eftirtalin lög úr gildi:

1. Lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu nr. 57/2005.
2. Lög um Neytendastofu nr. 62/2005.
3. Lög um samvinnu stjórnvalda á Evrópska efnahagssvæðinu um neytendavernd nr. 20/2020.

42. gr.

Breytingar á öðrum lögum.

Við gildistöku laga þessara verða eftirfarandi breytingar á öðrum lögum:

1. *Lög um vörumerki nr. 45/1997, með síðari breytingum:* Í stað orðanna „15. gr. laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005“ í 4. tölul. 1. mgr. 6. gr. laganna kemur: 19. gr. markaðssetningarlaga.
2. *Lög um þjóðfána Íslendinga og ríkisskjaldarmerkið nr. 34/1994, með síðari breytingum:* Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 11. mgr. 12. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
3. *Lög um þjónustuviðskipti á innri markaði Evrópska efnahagssvæðisins nr. 76/2011, með síðari breytingum:* Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 2. mgr. 15. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
4. *Lög um úrskurðaraðila á sviði neytendamála, nr. 81/2019, með síðari breytingum:* Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 2. mgr. 5. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
5. *Lög um skiptileigusamninga fyrir afnot af húsnæði í orlofi eða frístundum o.fl. nr. 120/2013:*
 - a. Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 1. mgr. 16. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga
 - b. Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 2. mgr. 16. gr. kemur: markaðssetningarlaga.
 - c. Í stað orðanna „4. gr. laga nr. 62 20. maí 2005, um Neytendastofu og talsmann neytenda.“ í 4. mgr. 16. gr. laganna kemur: 23. gr. markaðssetningarlaga.
6. *Lög um ráðstafanir gegn óréttmætri takmörkun á netumferð o.fl. nr. 128/2020:*
 - a. Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005“ í 1. mgr. 5. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - b. Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005,“ í 1. másl. 1. mgr. 5. gr laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - c. Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 2. másl. 1. mgr. 5. gr. laganna kemur: markaðssetningalaga
 - d. Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ kemur: markaðssetningarlaga.

- e. Í stað orðanna „4. gr. laga um Neytendastofu, nr. 62/2005.“ í 3. mgr. 5. gr. laganna kemur: 23. gr. markaðssetningarlaga.
7. *Lög um rafræn viðskipti og aðra rafræna þjónustu nr. 30/2002, með síðari breytingum:*
- Í stað orðanna „laga um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins“ í 1. mgr. 19. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „4. gr. laga um Neytendastofu“ í 2. mgr. 19. gr. laganna kemur: 23. gr. markaðssetningarlaga
8. *Lög um pakkferðir og samtengda ferðatilhögun nr. 95/2018, með síðari breytingum:*
- Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 1. mgr. 31. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 2. mgr. 31. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 3. mgr. 31. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „4. gr. laga um Neytendastofu“ í 4. mgr. 31. gr. laganna kemur: 23. gr. markaðssetningarlaga.
9. *Lög um nikótínvörur, rafrettur og áfyllingar fyrir rafrettur nr. 87/2018, með síðari breytingum:* Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 1. mgr. 11. gr. kemur: markaðssetningarlaga.
10. *Lög um neytendasamninga nr. 16/2016, með síðari breytingum:*
- Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 1. mgr. 27. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005,“ í 2. mgr. 27. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
11. *Lög um neytendalán nr. 33/2013, með síðari breytingum:*
- Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 1. mgr. 29. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu „ í 2. mgr. 29. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „4. gr. laga nr. 62/2005, um Neytendastofu“ í 5. mgr. 29. gr. laganna kemur: 23. gr. markaðssetningarlaga.
12. *Lög um milligjöld fyrir kortatengdar greiðslu nr. 31/2019, með síðari breytingum:* Í stað orðanna: „lögum um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.“ í 2. mgr. 2. gr. laganna kemur: markaðssetningarlögum.
13. *Lög um leigubifreiðaakstur nr. 120/2022:* Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005.“ í 6. mgr. 9. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
14. *Lög um fjarskipti nr. 70/2022:* Í stað orðanna: „ 20. gr. a og 20. gr. b, 2. mgr. 21. gr. c, 22.–25. gr., 25. gr. a og 27. gr. laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005.“ í 1. mgr. 102. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.
15. *Lög um fasteignalán til neytenda nr. 118/2016, með síðari breytingum:*
- Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 1. másl. 2. mgr. 52. gr. kemur: markaðssetningarlaga.
 - Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 2. másl. 2. mgr. 52. gr. laganna kemur: markaðssetningalaga.
 - Í stað orðanna „4. gr. laga um Neytendastofu, nr. 62/2005.“ í 3. mgr. 52. gr. laganna kemur: 23. gr. markaðssetningarlaga.

16. Efnalög nr. 61/2013, með síðari breytingum: Í stað orðanna „laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu“ í 5. mgr. 33. gr. laganna kemur: markaðssetningarlaga.

Greinargerð.

1. Inngangur.

Frumvarp þetta er samið í menningar- og viðskiptaráðuneytinu. Leitað var ráðgjafar um efni frumvarpsins hjá Lagastofnun Háskóla Íslands og komu Friðrik Árni Friðriksson Hirst verkefnastjóri, Kristín Benediktsdóttir dósent og Víðir Smári Petersen dósent að samningu þess. Þá var sérstakt samráð haft við Neytendastofu um efni frumvarpsins.

Með frumvarpinu er lagt til að lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu nr. 57/2005 (hér eftir nefnd gildandi markaðssetningarlög) verði tekin til heildarendurskoðunar. Samhliða er lagt til að endurskoða lög um Neytendastofu nr. 62/2005 og lög um samvinnu stjórnvalda á Evrópska efnahagssvæðinu um neytendavernd nr. 20/2020. Tillaga frumvarpsins er að ný markaðssetningarlög leysi framangreind lög af hólmi.

Með frumvarpinu er auk þess lagt til að innleiða hluta tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2019/2161 um breytingu á tilskipun ráðsins 93/13/EBE og tilskipunum Evrópuþingsins og ráðsins 98/6/EB, 2005/29/EB og 2011/83/ESB að því er varðar betri framfylgd og nútímavæðingu reglna Sambandsins um neytendavernd (hér eftir nefnd tilskipunin um nútímavæðingu).

2. Tilefni og nauðsyn lagasetningar.

Lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005 eru fyrstu heildarlögin um óréttmæta viðskiptahætti og neytendavernd á Íslandi. Undirliggjandi markmið laganna eru að efla virka samkeppni í viðskiptum og tryggja gott neytendaumhverfi. Lögin hafa að geyma almenn ákvæði um viðskiptahætti fyrirtækja og neytendavernd sem geta eftir atvikum komið til fyllingar eða viðbótar við ákvæði ýmissa annarra laga. Þá er fjöldi sérлага á sviði neytendaverndar sem Neytendastofa og fleiri stofnanir hafa eftirlit með sem vísa til laganna að því er varðar málsmeðferð og úrræði vegna brota gegn þeim. Lögin taka til hvers kyns atvinnustarfsemi, svo sem framleiðslu, verslunar og þjónustu, án tillits til þess hvort hún er rekin af einstaklingum, félögum, opinberum aðilum eða öðrum. Markaðssetningarlögin eru þannig mikilvæg rammalöggjöf fyrir fyrirtæki og neytendur á Íslandi. Af þessu leiðir að mikilvægt er að markaðssetningarlögin séu til virkrar skoðunar á hverjum tíma og séu þannig úr garði gerð að þau tryggi almannahagsmuni og mæti þörfum atvinnulífsins og neytenda hverju sinni.

Þrátt fyrir að markaðssetningarlögin séu frá árinu 2005 eru mörg ákvæði þeirra að upplagi frá árinu 1978, sbr. VI. kafla laga um verðlag, samkeppnishömlur og óréttmæta viðskiptahætti nr. 56/1978 (hér eftir nefnd verðlagslögin). Talsverðar breytingar hafa einnig verið gerðar á ákvæðum laganna og forvera þeirra vegna skuldbindinga Íslands samkvæmt samningnum um Evrópska efnahagssvæðið (EES-samningurinn). Má þar helst nefna innleiðingu tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 2005/29/EB frá 11. maí 2005 um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum á innri markaðnum (hér eftir nefnd tilskipunin um óréttmæta viðskiptahætti) og reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2017/2394 frá 12. desember 2017 um samvinnu milli landsyfirvalda sem bera ábyrgð á að framfylgja lögum um neytendavernd og um niðurfellingu reglugerðar (EB) nr. 2006/2004 (hér eftir nefnd samvinnureglugerðin). Auk þeirra er fjöldi annarra Evrópugerða á sviði neytendaverndar sem

hafa ýmist verið innleiddar með því að fella efni þeirra inn í löginn eða þær taldar hafa næga lagastoð í gildandi ákvæðum laganna.

Breyttir viðskiptahættir, aukin netviðskipti og tækniþróun síðustu ára hafa gert fyrirtækjum kleift að markaðssetja sig með sífellt nýjum aðferðum. Þetta hefur meðal annars valdið óvissu fyrir fyrirtæki og neytendur um hvaða viðskiptahættir séu heimilir og hverjir ekki. Reynsla síðustu ára af framkvæmd laganna hefur einnig leitt í ljós að löginn virka um margt brotakernd og óaðgengileg og talsvert er um skörun og tvítekingu efnisreglna. Þá eru ákvæði laganna sem innleiða Evrópugerðir mörg hver ekki nógu skýr eða gagnsæ til tryggja samræmda túlkun og beitingu þeirra á Evrópska efnahagssvæðinu auk þess sem skort hefur á samþættingu þeirra við önnur ákvæði laganna.

Í skýrslu nefndar forsætisráðherra um viðurlög við efnahagsbrotum árið 2006 sem fjallaði einkum um Samkeppniseftirlitið og Fjármálaeftirlitið voru gerðar margþættar tillögur að lagabreytingum sem sneru að stjórnsluviðurlögum og refsingum og hlutverki og verkaskiptingu eftirlitsaðila, lögreglu og ákærvalds. Í kjölfarið var samkeppnislögunum og sérlögum á sviði fjármálamarkaðar breytt með lögum nr. 52/2007 um breytingu á samkeppnislögum og lögum nr. 55/2007 um breytingar á lagaákvæðum um viðurlög við brotum á fjármálamarkaði. Brýnt er að refsíákvæði markaðssetningarlaganna hljóti samskonar endurskoðun en þau eru samhljóða refsíákvæðum samkeppnislaga nr. 44/2005 fyrir breytinguna árið 2007. Er þetta ekki síst mikilvægt þegar horft er til kröfu tilskipunarinnar um nútímavæðingu um varnaðaráhrif viðurlaga og hækkun sektarheimilda.

Með frumvarpinu eru gerðar tillögur að heildarendurskoðun markaðssetningarlaganna. Markmið endurskoðunarinnar eru í fyrsta lagi að ný markaðssetningarlög tryggi virka samkeppni í viðskiptum og öfluga neytendavernd sem tekur mið af tækniþróun síðustu ára. Í öðru lagi að löginn sé einföld, skýr, aðgengileg og tæknihlutlaus og leggi ekki óþarfa byrðar á atvinnulífið. Í þriðja lagi að tryggja eins og kostur er að ákvæði laganna sem innleiða Evrópugerðir endurspegli aðeins þær EES-skuldbindingar sem við eiga og að gætt sé samræmis við orðalag þeirra. Er þannig stutt við það meginmarkmið í stefnu stjórnvalda að styrkja samkeppni innanlands, tryggja stöðu neytenda betur í nýju umhverfi netviðskipta og efla alþjóðlega samkeppnishæfni íslensks atvinnulífs auk þess að draga úr hindrunum í gildandi regluverki og tryggja að ný löggjöf sé skýr og skilvirk.

2.1. Innleiðing tilskipunar.

Með frumvarpinu er lagt til að innleiða tilskipunina um nútímavæðingu að hluta. Tilskipunin var samþykkt á vegum Evrópusambandsins 27. nóvember 2019 og áttu aðildarríki Evrópusambandsins að samþykkja og birta nauðsynlegar ráðstafanir til að fara að tilskipuninni þann 28. nóvember 2021. Tilskipunin var tekin upp í samninginn um Evrópska efnahagssvæðið með ákvörðun sameiginlegu EES-nefndarinnar nr. 69/2021 frá 5. febrúar 2021 með stjórnskipulegum fyrirvara. Tilskipunin felur í sér breytingar á fjórum eldri Evrópugerðum á sviði neytendaverndar sem hafa allar verið teknar upp í EES-samninginn og innleiddar í íslenskan rétt.

Lagt er til að innleiða þá hluta tilskipunarinnar sem breyta þremur tilskipunum á sviði neytendaverndar. Í fyrsta lagi er um að ræða breytingar á tilskipuninni um óréttmæta viðskiptahætti sem innleidd er í markaðssetningarlögunum. Í öðru lagi er um að ræða breytingar á tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 98/6/EB frá 16. febrúar 1998 um neytendavernd að því er varðar upplýsingar um verð á vöru sem er boðin neytendum (verðupplýsingatilskipunin) sem innleidd er í markaðssetningarlögunum og reglugerðum settum skv. þeim. Í þriðja og síðasta lagi er um að ræða breytingar á tilskipun ráðsins

93/13/EBE frá 5. apríl um óréttmæta skilmála í neytendasamningum (hér eftir nefnd tilskipunin um óréttmæta samningsskilmála) sem innleidd er í lögum um samningsgerð, umboð og ógilda löggæringa, nr. 7/1936 (hér eftir nefnd samningalög) og í markaðssetningarlögnum. Auk framangreindra breytinga gerir tilskipunin um nútímavæðingu breytingar á tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 2011/83/ESB frá 25. október 2011 um réttindi neytenda sem innleidd var í lögum um neytendasamninga nr. 16/2016. Innleiðing á þeim hluta tilskipunarinnar krefst breytinga á lögum um neytendasamninga nr. 16/2016 og eru því ekki gerðar tillögur til innleiðingar hans í þessu frumvarpi.

Tilskipunin um nútímavæðingu hefur í för með sér breytingar af ýmsu tagi á tilskipuninni um óréttmæta viðskiptahætti. Helstu breytingar eru ný og breytt hugtök, nýtt ákvæði um markaðssetningu vöru yfir landamæri sem sams konar vöru og markaðssett er í öðrum aðildarríkjum, breytingar á ákvæði um villandi athafnaleysi, ný ákvæði um leitarniðurstöður og umsagnir á netinu, nýtt ákvæði um einkaréttarleg úrræði neytenda vegna brota gegn ákvæðum tilskipunarinnar, ný ákvæði með ítarlegri kröfum til reglna um viðurlög vegna óréttmætra viðskiptahátta og ný ákvæði sem bætast við I. viðauka tilskipunarinnar um viðskiptahætti sem teljast í öllum tilvikum óréttmætir (hér eftir nefndur svarti listinn). Tilskipunin gerir einnig breytingar á tilskipuninni um óréttmæta samningsskilmála. Þannig eru gerðar ítarlegri kröfur til reglna um viðurlög vegna brota gegn reglum um bann við notkun óréttmætra samningsskilmála. Þá gerir tilskipunin einnig breytingar á verðupplýsingatilskipuninni. Annars vegar er um að ræða ný ákvæði sem varða tilkynningu afsláttarkjara og fyrra verð og hins vegar ítarlegri kröfur til reglna um viðurlög vegna brota gegn reglum um verðupplýsingar.

Tilskipunin um nútímavæðingu mælir fyrir um allsherjarsamræmingu að því er varðar breytingar á tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti og mega lög aðildarríkjanna því hvorki ganga lengra né skemmra en ákvæði hennar mæla fyrir um að undanskildum nokkrum valfrjálsum þáttum.

Við mat á færum leiðum til innleiðingar var litið til þess að um er að ræða tilskipun Evrópusambandsins. Tilskipanir skulu veita stjórnvöldum samningsaðila EES-samningsins val um form og aðferð við framkvæmdina í samræmi við b-lið 7. gr. EES-samningsins. Þar sem tilskipunin veitir nokkuð svigrúm við innleiðingu er hún innleidd með umritunaraðferð. Í því felst að ákvæði tilskipunarinnar eru nánar útfærð með lögum án þess að um orðréttu tilvísun sé að ræða. Við ritun frumvarpsins var lagt til grundvallar að gætt væri samræmis við orðalag tilskipunarinnar eins og kostur er. Þá var lagt til grundvallar að innleiðing félli vel að öðrum efnisákvæðum og framfylgdarákvæðum frumvarpsins.

3. Meginefni frumvarpsins.

Lagt er til að sett verði ný heildarlög um markaðssetningu sem leysi af hólmi gildandi markaðssetningarlög, lög um Neytendastofu nr. 62/2005 og lög um samvinnu stjórnvalda á Evrópska efnahagssvæðinu um neytendavernd nr. 20/2020. Auk þess eru lagðar til afleiddar breytingar á öðrum lögum sem vísa til fyrrgreindra laga. Kaflaskipting frumvarpsins er eftirfarandi:

- I. kafli – Almenn ákvæði
- II. kafli – Viðskiptahættir gagnvart neytendum
- III. kafli – Upplýsingaskyldur
- IV. kafli – Sérstakar markaðssetningaraðferðir
- V. kafli – Samningsskilmálar og ábyrgðaryfirlýsingar
- VI. kafli – Háttsemi milli atvinnurekenda

- VII. kafli – Stjórnsýsla og eftirlit
- VIII. kafli – Rannsóknarheimildir
- IX. kafli – Eftirlitsúrræði
- X. kafli – Réttarúrræði
- XI. kafli – Viðurlög
- XII. kafli – Erlend samvinna
- XIII. kafli – Gildistaka o.fl.

4. Helstu breytingar frá gildandi rétti.

4.1. Nýtt lagaheiti.

Gildandi markaðssetningarlög eru almenn lög sem gilda um hverskonar atvinnustarfsemi á markaði. Löggin eru undirorpin eftirliti Neytendastofu en eftirlitið er einkum í þágu neytenda. Ákvæðum laganna verður auk þess framfylgt með öðrum hætti en eftirliti. Þar má nefna að sá sem á lögvarinna hagsmuna að gæta getur höfðað dómsmál til að fá bann lagt við háttsemi og/eða dæmda eða viðurkennda kröfu um skaðabætur eða hæfilegt endurgjald vegna brota gegn lögnum.

Heiti gildandi laga, lög um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er því ekki nægilega lýsandi fyrir efni þeirra enda fjalla þau ekki einungis um eftirlit.

Á Norðurlöndunum er löng hefð fyrir því að hliðstæðir lagabálkar séu kenndir við markaðssetningu með einum eða öðrum hætti.

Með frumvarpinu er nálgun gildandi laga viðhaldið og lagt til að sett verði almenn lög sem gildi um hvers konar atvinnustarfsemi opinberra aðila og einkaaðila að því marki sem boðnar eru fram afurðir á markaði. Löggin geta vissulega verið undirorpin eftirliti að ákveðnum skilyrðum uppfylltum. Framfylgd laganna er hins vegar ekki einungis í höndum Neytendastofu. Vel starfandi markaður er samvinnuverkefni atvinnurekenda, neytenda, félagasamtaka, stjórnvalda og dómstóla. Gert er ráð fyrir að allir þessir aðilar komi með einum eða öðrum hætti að mótun framkvæmdar frumvarpsins.

Í frumvarpinu er enn fremur lagt til að setja nýja almenna reglu um góða markaðshætti, sbr. nánari umfjöllun í 3. gr.

Með hliðsjón af ofangreindu er lagt til að heiti laganna verði markaðssetningarlög.

4.2. Gildissvið og lögsaga.

Í 1. og 2. gr. gildandi markaðssetningarlaga er að finna almenn ákvæði sem kveða á um gildissvið og lögsögu laganna. Í frumvarpinu er lagt til að einfalda ákvæðin og að stað þeirra komi ákvæði 1. gr. frumvarpsins.

Markmið frumvarpsins er að stuðla að vel starfandi markaði. Frumvarpinu er ætlað að vernda hagsmuni neytenda, atvinnurekenda og almenna samfélagshagsmuni þegar afurðir eru boðnar fram á markaði og að spyrna gegn háttsemi sem brýtur gegn góðum markaðsháttum og góðum viðskiptaháttum. Lögð er almenn skylda á atvinnurekendur að viðhafa góða markaðshætti og góða viðskiptahætti.

Frumvarpið felur í sér almenna rammalöggjöf sem kemur til fyllingar ákvæðum sérлага sem gilda um tiltekna háttsemi eða tiltekna tegund atvinnustarfsemi.

Í ákveðnum tilfellum geta brot gegn sérlögum enn fremur falið í sér brot gegn almennum reglum frumvarpsins um góða markaðshætti eða góða viðskiptahætti, sbr. 3. og 4. gr. frumvarpsins. Atvinnurekendur standast að jafnaði ekki kröfur um góða markaðshætti eða góða viðskiptahætti ef þeir brjóta gegn lögum. Ákvæðum frumvarpsins er þannig ætlað að

virka sem öryggisventill fyrir aðra löggjöf að því marki sem hún varðar atvinnustarfsemi og boðnar eru fram afurðir á markaði.

Eftirlit Neytendastofu skv. frumvarpinu er almennt og tekur til hvers konar atvinnustarfsemi einkaaðila og opinberra aðila að því marki sem boðnar eru fram afurðir á markaði. Hafi öðrum stjórnvöldum sérstaklega verið falið eftirlit með ákvæðum sérlaga er það hins vegar ekki hlutverk Neytendastofu að hafa eftirlit með þeim á grundvelli frumvarpsins nema annað sé ákveðið með lögum.

Þegar gildissvið frumvarpsins gagnvart sérlögum kemur til álita vegna eftirlits er gert ráð fyrir góðu samstarfi milli Neytendastofu og annarra stjórnvalda að því er varðar verkaskiptingu í hverju máli fyrir sig og skilvirka notkun eftirlitsúrræða, mannafla og fjármagns.

Vel starfandi markaður er samvinnuverkefni atvinnurekenda, neytenda, félagasamtaka stjórnvalda og dómstóla. Gert er ráð fyrir að allir þessir aðilar komi með einum eða öðrum hætti að mótun framkvæmdar frumvarpsins.

4.3. Almenn regla um góða markaðshætti.

Í 13. gr. gildandi markaðssetningarlaganna er að finna almenna reglu um góða viðskiptahætti og neytendavernd. Almenna reglan var fyrst lögfest með 26. gr. verðlagslaganna árið 1978 og hefur orðalag hennar haldist svo til óbreytt síðan þá. Í greinargerð með frumvarpi til verðlagslaganna, sbr. þskj. 462 – 245. mál á 99. löggjafarþingi 1977-1978 var gerð grein fyrir gildissviði greinarinnar og sjónarmiðum við beitingu hennar. Var greininni einkum ætlað að ná til ýmissa tilvika, er aðrar greinar laganna, sem fjölluðu um sérstök tilfelli eða sérstakar viðskiptaaðferðir, tækju ekki til. Viðskiptahættir og aðferðir í viðskiptum væru margvíslegar og mjög breytilegar, þannig að hætta væri á, að sérákvæðin næðu ekki til ýmissa þeirra tilvika, sem ástæða væri til að snúast gegn. Greininni var viðhaldið í 20. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 og 5. gr. markaðssetningarlaganna fram til ársins 2008. Gildissviði greinarinnar var breytt töluvert við innleiðingu tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti með lögum nr. 50/2008 og greinin færð í 13. gr. laganna.

Í 1. mgr. 13. gr. gildandi markaðssetningarlaganna segir meðal annars að óheimilt sé 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. Í 2. mgr. 13. gr. segir að 1. mgr. gildir um aðra viðskiptahætti en þá sem III. kafli laganna tekur til. Ákvæði III. kafla innleiða ákvæði tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í greinargerð með frumvarpi til laganna sagði að greinin væri að nokkru leyti sambærileg 5. gr. þágildandi laga en vegna innleiðingar tilskipunarinnar væri lagt til að gildissviði hennar yrði breytt þannig að hún tæki eingöngu til annarra hagsmuna neytenda en fjárhagslegra hagsmuna. Orðalagið væri almenns eðlis og væri tilgangurinn með því sá að um þessa hagsmuni gildi áfram þau sjónarmið sem lögð eru til grundvallar við túlkun 5. gr. þágildandi laga. Sem dæmi um atriði sem tilskipunin gildi ekki um mætti nefna atriði sem tengjast t.d. smekk og velsæmi, en hverju aðildarríki um sig væri heimilt að setja reglur um viðskiptahætti sem varði þau atriði sem teljast ekki falla undir það að vera fjárhagslegir hagsmunir neytenda. Í greinargerðinni sagði að á þessu stigi væri erfitt að segja til um það hvaða þættir kæmu til með að falla undir ákvæði þetta en talið var rétt að halda í regluna enda hefði henni verið beitt í fjölda tilvika þó að reikna mætti með að þeim ætti eftir að fækka mjög með innleiðingu tilskipunarinnar.

Eftir lagabreytingarnar árið 2008 fækkaði mjög þeim tilvikum þar sem almennu reglunni var beitt í framkvæmd. Ákveðinnar tregðu hefur gætt við að beita reglunni í framkvæmd m.a. vegna ætlaðs óskýrleika um efnistöð hennar og samspil við ákvæði laganna sem innleiða

tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti. Undirbúningsgögn með ákvæðinu gefa enda takmarkaðar leiðbeiningar um beitingu hennar eftir lagabreytingarnar árið 2008. Um nokkurt skeið hefur því legið fyrir að þörf væri á endurskoðun ákvæðisins. Með frumvarpinu er ætlunin að bregðast við þessu og skýra betur efnisinnihald og aðferðafræði við beitingu almennu reglunnar auk samspils hennar við þau ákvæði frumvarpsins sem innleiða tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti. Aukinheldur er ætlunin að uppfæra ákvæðið til samræmis við réttarþróun á hinum Norðurlöndunum síðustu áratugina

Í 3. gr. frumvarpsins er lagt til að lögfesta nýja almenna reglu um góða markaðshætti í stað almennu reglunnar í 13. gr. gildandi markaðssetningarlaganna. Lagt er til að breyta framsetningu og orðalagi greinarinnar svo hún verndi ekki einungis neytendur og atvinnurekendur heldur einnig almenna samfélagshagsmuni. Brýnt þykir að texti ákvæðisins endurspegli allar þrjár tegundir verndarhagsmuna til að taka af vafa um beitingu reglunnar að þessu leyti.

Breytingarnar fela í sér að tekið er upp nýtt heildarhugtak, góðir markaðshættir, sem tekur til þrenns konar verndarhagsmuna, þ.e. tillitsins til neytenda, annarra atvinnurekenda og almennra samfélagshagsmuna. Einnig er lagt til að ákvæði 1. mgr. 7. gr. gildandi laga sem fjallar um almenna aðgæsluskyldu gagnvart börnum og ungmönnum verði færð í 2. mgr. greinarinnar. Ákvæði 3. mgr. fjallar um innbyrðis samband greinarinnar við ákvæði 2. kafla laganna sem innleiða ákvæði tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Frumvarpinu er einnig ætlað að skapa meiri vissu um hvaða háttsemi fellur undir almennu regluna um góða markaðshætti og hvaða háttsemi fellur undir ákvæði frumvarpsins sem innleiða tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti.

Þegar um er að ræða áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda í skilningi tilskipunarinnar gilda að jafnaði einungis ákvæði vísireglunnar 4. gr. um góða viðskiptahætti og önnur ákvæði 2. kafla frumvarpsins sbr. nánari umfjöllun um þau ákvæði í frumvarpinu. Háttsemi sem varðar t.d. smekk og velsæmi, öryggi, heilsu eða aðra samfélagshagsmuni eða gerð, gildi og áhrif samninga fellur utan gildissviðs tilskipunarinnar og fellur því að jafnaði einungis undir almennu regluna um góða markaðshætti.

Vísast nánar um þetta til umfjöllunar um ákvæði 3. og 4. gr. í greinargerð.

4.4. Viðskiptalegur tilgangur.

Tilskipunin um óréttmæta viðskiptahætti mælir fyrir um allsherjarsamræmingu á ákvæðum hennar á Evrópska efnahagssvæðinu sem felur í sér að lög aðildarríkjanna mega hvorki ganga lengra né skemur en ákvæði tilskipunarinnar, sbr. 4. gr. hennar. Í 2. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar segir m.a. að litið skuli á það sem villandi athafnaleysi ef söluaðili lætur hjá líða að gera grein fyrir viðskiptalegum tilgangi viðkomandi viðskiptahátta, ef það hefur ekki þegar komið fram af samhenginu.

Í 1. mgr. 6. gr. gildandi markaðssetningarlaganna segir að auglýsingar skuli þannig úr garði gerðar að ekki leiki vafi á að um auglýsingar sé að ræða. Ákvæðið var fyrst sett með 2. mgr. 22. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 og var viðhaldið með óbreyttu orðalagi í gildandi lögum. Í 1. mgr. 6. gr. segir að auglýsingar skuli þannig úr garði gerðar að ekki leiki vafi á að um auglýsingar sé að ræða. Skuli þær skýrt aðgreindar frá öðru efni fjölmiðla.

Ákvæði 1. másl. 1. mgr. 6. gr. gildandi laga tekur einungis til auglýsinga og ekki annarra viðskiptahátta. Þá gildir 2. másl. einungis um tilvik þegar auglýsingar birtast í fjölmiðlum. Ákvæðið gildir um samskonar tilvik og ákvæði 2. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar tekur til en hefur þengri skírskotun.

Í frumvarpinu er lagt til að nýtt ákvæði komi í stað 1. mgr. 6. gr. gildandi laga. Er þetta gert til þess að innleiða 2. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti með

nákvæmari hætti og til þess að skýra betur réttarástandið að því er varðar duldar auglýsingar og aðra svipaða viðskiptahætti. Vísast nánar um þetta til athugasemda við 6. gr. frumvarpsins.

4.5. Tilskipun um nútímavæðingu

Með frumvarpinu er lagt til að innleiða tilskipunina um nútímavæðingu að hluta. Nánar tiltekið þá eru með frumvarpinu innleiddir þeir hlutar tilskipunarinnar sem varða breytingar á tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti, verðupplýsingatilskipuninni og tilskipun um óréttmæta samningsskilmála. Markmið tilskipunarinnar er að nútímavæða gerðirnar, gera framfylgd þeirra skilvirkari og bæta réttarúrræði neytenda vegna brota gegn þeim. Tilskipunin er afrakstur endurskoðunar framkvæmdastjórnar Evrópusambandsins á Evrópugerðum á sviði neytendaverndar á árunum 2016-2017 (Regulatory Fitness and Performance programme (REFIT)). Líkt og kemur fram í umfjöllun um 13. gr. frumvarpsins þá verða reglur verðupplýsingatilskipunarinnar innleiddar á grundvelli reglugerðarheimildar ákvæðisins. Fjallað er um þær breytingar sem tilskipunin um nútímavæðingu felur í sér á tilskipun um óréttmæta samningsskilmála í kafla 4.8. Viðamestu breytingarnar sem tilskipunin um nútímavæðingu hefur í för með sér varðar tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti og verður hér farið yfir þær breytingar með tilliti til þess hvar þær koma fram í frumvarpinu, að undanskilinni umfjöllunum um stjórnvaldssektir en fjallað er um þær breytingar í kafla 4.11:

- a. Skilgreiningin á hugtakinu *product*, í c. lið 2. gr. tilskipunarinnar, er víkkað með þeim hætti að stafræn þjónusta og stafrænt efni fellur undir hugtakið. Í frumvarpinu er lagt til að hugtakið *afurð* verði notað til að innleiða hugtakið, sbr. 5. tölul. 2. gr. frumvarpsins.
- b. Bætt er við tveimur nýjum skilgreiningum í m. og n. lið 2. gr. tilskipunarinnar. Þar er fjallað um hugtökin *ranking* og *online marketplace*. Í frumvarpinu er lagt til að notuð verði orðin *röðun* og *netmarkaður* til að innleiða hugtökin, sbr. 12. og 13. tölul. 2. gr. frumvarpsins.
- c. Ný regla kemur fram í c. lið 2. mgr. 6. gr. tilskipunarinnar sem fjallar um markaðssetningu vöru í einu aðildarríki sem sams konar vöru og markaðsett er í öðru aðildarríki Evrópska efnahagssvæðisins enda þótt sú vara sé verulega ólík að samsetningu eða eiginleikum nema slíkt sé réttlætanlegt á grundvelli lögmætra og hlutlægra þátta. Reglan er innleidd í k. lið 2. mgr. 5. gr. frumvarpsins.
- d. Ný regla kemur fram í f. lið 4. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar sem varðar afurðir sem eru boðnar fram á netmörkuðum. Upplýsingar um það hvort þriðji aðilinn sem býður afurðirnar sé atvinnurekandi eða ekki, á grundvelli yfirlýsingar þriðja aðilans til þjónustuveitanda netmarkaðarins teljast mikilvægar upplýsingar. Reglan er innleidd í h. lið 2. mgr. 6. gr. frumvarpsins.
- e. Í 4a. gr. 7. gr. tilskipunarinnar er ný regla sem fjallar um að tiltekna upplýsingar sem varða röðun afurða þegar neytandi leitar eftir afurðum sem mismunandi seljendur eða neytendur bjóða, teljast mikilvægar. Reglan er innleidd með 7. gr. frumvarpsins.
- f. Í f. lið 4. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar er regla sem fjallar um það að upplýsingar um það hvort þriðji aðili sem býður vöru á netmarkaði sé seljandi að atvinnu eða ekki teljist mikilvægar. Reglan er innleidd með h. lið 2. mgr. 6. gr. laganna.

Fjögur ný ákvæði bætast við I. viðauka tilskipunarinnar um viðskiptahætti sem teljast í öllum tilvikum óréttmætir. Það eru ákvæði 11a., 23a., 23.b. og 23. c. og má segja að öll

ákvæðin varði viðskipti á netinu að einhverju leyti. Viðaukinn verður innleiddur á grundvelli reglugerðarheimildar í 11. gr. frumvarpsins.

4.6. Meginregla um íslensku

Í gildandi markaðssetningarlögum eru til staðar þrjú ákvæði sem gera þá kröfu að upplýsingar séu veittar á íslensku. Auk þess er ákvæði sem varðar leiðbeiningar, 2. mgr. 16. gr., en það má segja að það hafi litla þýðingu hvað kröfu um íslensku varðar þar sem fram kemur að leiðbeiningar skuli vera á íslensku eða öðru norðurlandamáli, þó ekki finnsku, eða ensku. Ákvæði þrjú sem kveða sérstaklega á um skyldu til þess að veita upplýsingar á íslensku eru 3. mgr. 6. gr. sem varðar auglýsingar, 3. mgr. 16. gr. sem varðar almenna skilmála og 4. másl. 16. gr. b. sem varðar ábyrgðaryfirlýsingar.

Með frumvarpinu er lagt til að sett verði ný grein sem leysi af hólmi fyrrgreindar reglur. Í 2. og 3. mgr. greinarinnar eru ákvæði sem varða almenna skilmála og ábyrgðaryfirlýsingar. Þær fela ekki í sér mikla breytingu á gildandi framkvæmd og vísast í öðru leyti til skýringa í umfjöllun um 15. gr. frumvarpsins. Það ber þó að gera nánar grein fyrir þeirri breytingu sem kemur fram í 1. mgr. greinarinnar sem kemur í stað 3. mgr. 6. gr. gildandi markaðssetningarlaga.

Ákvæði 3. mgr. 6. gr. gildandi markaðssetningarlaga kveður á um að auglýsingar sem höfða eiga til íslenskra neytenda skulu vera á íslensku. Gildandi ákvæði er nær óbreytt frá ákvæði 1. mgr. 22. gr. samkeppnislaga, nr. 8/1993, sem leyst voru af hólmi með gildandi markaðssetningarlögum og gildandi samkeppnislögum árið 2005. Í greinargerð með frumvarpinu kom skýrt fram að ákvæðið fæli í sér þá meginreglu að allar auglýsingar skyldu vera á íslensku en umfram það var lítið fjallað um hvernig bæri að túlka það hvort auglýsingum væri ætlað að höfða til íslenskra neytenda. Orðalag gildandi reglu og upplýsingar um inntak hennar í lögskýringargögnum þjóna ekki að öllu leyti því markmiði að kveða skýrt á um þá meginreglu að auglýsingar á Íslandi skuli vera á íslensku. Sjaldan hefur reynt á ákvæðið frá setningu þess en í nokkrum tilvikum hefur Neytendastofa beint tilmælum um efni þess til atvinnurekenda. Engin dæmi eru um birta ákvörðun Neytendastofu þar sem ákvæðinu er beitt.

Í frumvarpinu er lagt til að í 1. mgr. 15. gr. verði skerpt á þeirri meginreglu að allar auglýsingar skuli vera á íslensku með það að markmiði að styrkja stöðu íslenskra neytenda og tungumálsins. Í því skyni kemur meginreglan skýrt fram í 1. másl. 1. mgr. 15. gr. þar sem segir að auglýsingar skuli vera á íslensku. Í 2. másl. kemur síðan undantekning frá skyldunni sem ber að túlka þröngt. Breytingin er þannig hluti af þeirri viðleitni, sem m.a. kom fram í sameiginlegri viljayfirlýsingu menningar- og viðskiptaráðherra og Neytendastofu sem undirrituð var 20. nóvember 2023, að auka vægi og sýnileika íslenskunnar í samfélaginu.

Af dómaframkvæmd Evrópudómstólsins í málum sem hafa varðað tungumálkröfur í löggjöf aðildarríkja má draga þá ályktun að hægt sé að setja þá skyldu að tiltekið tungumál sé notað á ýmsum sviðum en með tilliti til meðalhófs og tjáningarfrelsis þá megi ekki banna notkun annara tungumála samhliða því, sbr. t.d. dóm Evrópudómstólsins í máli C-202/11. Með hliðsjón af því er í umfjöllun um greinina sérstaklega vísað til þess að ákvæði 15. gr. komi ekki í veg fyrir að upplýsingar séu veittar á öðru tungumáli samhliða íslensku.

4.7. Viðskiptahættir sem beinast að börnum og unglíngum

Í frumvarpinu er lagt til nýtt ákvæði sem fjallar sérstaklega um viðskiptahætti sem beinast að börnum og unglíngum undir 18 ára aldri. Ákvæðið byggir á sambærilegum ákvæðum í dönsku og norsku markaðssetningarlögunum sem byggja að miklu leyti á síðareglum Alþjóðaviðskiptaráðsins um auglýsingar og markaðssetningu að því er varðar vernd barna og

unglinga. Greinin felur ekki í sér innleiðingu EES-gerðar. Greinin fjallar ekki um fjárhagslega hagsmuni neytenda og fellur því utan gildissviðs tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

[...]

4.8. Óhæfilegir samningsskilmálar.

Almennt ákvæði um óhæfilega samningsskilmála.

Í 16. gr. frumvarpsins er lagt til að sett verði almennt ákvæði um óhæfilega samningsskilmála. Greinin er nýmæli og kveður á um að atvinnurekendur og samtök þeirra megi ekki nota eða mæla með notkun samningsskilmála sem teljast óhæfilegir gagnvart neytendum. Samkvæmt frumvarpinu er Neytendastofu og dómstólum m.a. veitt skýr heimild til að banna notkun slíkra skilmála. Greinin felur í sér almenna og sveigjanlega heimild Neytendastofu og dómstóla til að hindra notkun samningsskilmála sem eru óhæfilegir gagnvart neytendum með hliðsjón af samfélagsþróun.

Greininni er m.a. ætlað að tryggja framkvæmd 7. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta samningsskilmála með skýrari hætti en nú er gert og tryggja fyrirsjáanleika, lögmæti og skýrleika refsheimilda vegna innleiðingar á 8. gr. b tilskipunarinnar um nútímavæðingu sem felur í sér breytingar á tilskipuninni um óréttmæta samningsskilmála.

Nokkur lagaákvæði einkaréttarlegs eðlis hafa verið sett í íslenskum rétti sem vernda neytendur gegn ósanngjörnum samningsskilmálum. Má þar nefna ákvæði 36. gr. samningalaga sem kveður á um að samningi megi víkja til hliðar í heild eða að hluta, eða breyta, ef það yrði talið ósanngjarnt eða andstætt góðri viðskiptavenju að bera hann fyrir sig. Hér ber einnig nefna ákvæði 36. gr. a-d. samningalaga sem fjallar um ósanngjarna samningsskilmála í neytendasamningum sem sett voru til innleiðingar á tilskipun ráðsins 93/13/EBE frá 5. apríl 1993 um óréttmæta skilmála í neytendasamningum, sbr. lög nr. 14/1995.

Almenn ákvæði allsherjarréttarlegs eðlis sem taka sérstaklega til óhæfilegra samningsskilmála hafa hingað til ekki verið sett í íslenskum rétti. Allt frá gildistöku verðlagslaganna hefur verið litið svo á að unnt sé að nota almennu regluna um góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi og neytendavernd til að leiðrétta óhæfilega samningsskilmála, sbr. þskj. 462 – 245. mál á 99. löggjafarþingi 1977-1978. Almennu reglunni var enda beitt með þessum hætti í framkvæmd Verðlagsráðs og Samkeppnisráðs. Við innleiðingu tilskipunarinnar um ósanngjarna samningsskilmála með lögum nr. 14/1995 var því ekki talin þörf á að kveða sérstaklega á um framkvæmd tilskipunarinnar að allsherjarrétti þar sem fullnægjandi reglur þóttu vera fyrir hendi í þágildandi samkeppnislögum. Samkvæmt gildandi markaðssetningarlögum er Neytendastofu auk dómstóla ætlað að tryggja framkvæmd þeirra ákvæða tilskipunarinnar sem eru allsherjarréttarlegs eðlis á grundvelli almennu reglunnar í 13. gr., sbr. 5. gr. laganna.

Eftir breytingu almennu reglunnar í gildandi markaðssetningarlögum með lögum nr. 50/2008 hefur hins vegar gætt nokkurrar varfærni við að beita henni til að banna óhæfilega samningsskilmála, m.a. vegna ætlaðrar óvissu um lagagrundvöll slíks eftirlits. Á síðari árum hefur jafnframt verið kallað eftir því bæði á vettvangi Alþingis og í almennri umræðu að eftirlit Neytendastofu með ósanngjörnum samningsskilmálum verði skýrt betur.

Almennt séð er töluverður aðstöðumunur milli atvinnurekenda og neytenda við gerð neytendasamninga. Samningsskilmálar eru staðlaðir og samdir einhliða á forsendum atvinnurekenda fremur en neytenda. Þess vegna bregður því við að jafnvægi milli réttinda og skyldna samningsaðila sé raskað, neytanda í óhag. Á tímum stafvæðingar og sífellt flóknara

umhverfis neytendakaupa er enn fremur þörf á að neytendur séu verndaðir gegn ósanngjörnum samningsskilmálum.

Í gildandi rétti eru eins og áður greinir nokkur lagaákvæði einkaréttarlegs eðlis sem gera neytendum kleift að fá ósanngjörnum samningsskilmálum hnekktt eða þeim breytt í einstökum tilvikum. Málaferlum fylgir hins vegar oftast nær óhagræði og neytendur hafa almennt ekki tíma, þekkingu eða fjármagn til að höfða dómsmál þegar undirliggjandi hagsmunir svara ekki kostnaði. Neytendur geta leitað sér sérfræðiaðstoðar en hún kann að vera dýr og óhagkvæm þegar andvirði hins keypta er lítið í samanburði. Þess vegna hefur verið talið mikilvægt að til staðar séu almenn úrræði til að stöðva og koma í veg fyrir að ósanngjarnir samningsskilmálar séu notaðir í neytendasamningum.

Virk beiting almennra úrræða getur haft töluvert forvarnargildi. Með því að banna notkun ósanngjarnra samningsskilmála áður en þeir koma til beitingar er hægt að koma í veg fyrir einkaréttarlegan ágreining sem kynni síðar að verða vegna þeirra með tilheyrandi kostnaði og óhagræði fyrir einstaka neytendur. Þannig er hægt að gæta heildarhagsmuna neytenda á kostnaðarhagkvæman máta og bæta starfsemi markaðarins fyrir neytendur.

Í norskum og sænskum rétti hafa lengi verið sérstök ákvæði allsherjarréttarlegs eðlis um ósanngjarna samningsskilmála og hafa þau gegnt mikilvægu hlutverki í eftirlitsstarfi umboðsmanna neytenda í Svíþjóð og Noregi. Í Danmörku hafa ekki verið sett sérákvæði en almenna reglan í dönsku markaðssetningarlögunum lengi verið notuð í sama tilgangi ólíkt því sem tíðkast hefur hér á landi.

Tilskipun um ósanngjarna samningsskilmála og breytingar á henni með tilskipun um nútímavæðingu.

Í 1. mgr. 7. gr. tilskipunar um ósanngjarna samningsskilmála segir að aðildarríkin skuli tryggja, í þágu neytenda og samkeppnisaðila, að til séu fullnægjandi og árangursríkar leiðir til að hindra áframhaldandi notkun óréttmætra skilmála í samningum seljenda eða veitenda við neytendur.

Í 2. mgr. 7. gr. segir að meðal leiðanna samkvæmt 1. mgr. skuli vera ákvæði sem einstaklingar eða samtök, með réttmæta hagsmuni samkvæmt landslögum til að vernda neytendur, geta nýtt sér til aðgerða landslögum samkvæmt fyrir dómstólum eða þar til bærum stjórnvöldum til að fá úr því skorið hvort skilmálar, sem eru ætlaðir til almennrar notkunar, eru óréttmætir, og geti þannig beitt viðeigandi og árangursríkum leiðum til að hindra áframhaldandi notkun slíkra skilmála.

Í 3. mgr. 7. gr. segir að teknu tilliti til landslaga megi beita þeim lagaúrræðum sem um getur í 2. mgr. annaðhvort sérstaklega eða sameiginlega gegn hópi seljenda eða veitenda úr sömu atvinnugrein eða samtökum þeirra sem nota eða ráðleggja notkun sömu almennu samningsskilmálanna eða líkra skilmála.

Með 1. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu er tilskipuninni um ósanngjarna samningsskilmála breytt. Við tilskipunina bætist ný grein, 8. gr. b sem kveður á um að aðildarríkin eigi að sjá til þess að unnt sé að beita sektum vegna brota gegn ákvæðum tilskipunarinnar. Notkun ósanngjarnra samningsskilmála í neytendasamningum á því að geta haft í för með sér sektir.

Í 2. mgr. 1. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu segir að aðildarríkin geti takmarkað viðurlög við tilvik þar sem skilgreint er með skýrum hætti í landslögum að samningsskilmálarnir séu undir öllum kringumstæðum óréttmætir eða þar sem seljandi eða veitandi notar áfram samningsskilmála sem komist hefur verið að niðurstöðu um að séu

óréttmætir með endanlegri ákvörðun sem er tekin fyrir dómstólum eða þar til bærum stjórnvöldum.

Í frumvarpinu er lagt til að þessi heimild verði nýtt og báðar leiðir við innleiðingu notaðar. Annars vegar er lagt til að einungis komi til greina að beita stjórnvaldssektum eða refsingum á grundvelli 16. gr. frumvarpsins í þeim tilvikum þar sem brotið er gegn banni sem lagt hefur verið á með ákvörðun Neytendastofu eða dómi. Hins vegar er lagt til að ráðherra geti sett reglugerð þar sem kveðið er á um hvað teljist til ósanngjarnra samningsskilmála með nákvæmum hætti. Rökin fyrir þessu fyrirkomulagi eru þau sömu og eiga við um almennu reglurnar í 3. og 4. gr. laganna. Um er að ræða matskenndar heimildir sem eru ekki taldar fullnægjandi grundvöllur fyrir íþyngjandi sektarákvörðunum eða refsingum. Með tilliti til fyrirsjáanleika, skýrleika refsheimilda og lögmætisreglunnar þarf að vera ljóst að tiltekin háttsemi teljist brot gegn lögum áður en sektum eða refsingum er beitt.

Ákvæði tilskipunarinnar um ósanngjarna samningsskilmála fela í sér lágmarkssamræmingu. Í því felst að aðildarríkjum er frjálst að ganga lengra við innleiðingu gerðarinnar.

Ákvæði tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti gilda ekki um samningalög, reglur um gildi, gerð og áhrif samnings, sbr. 2. mgr. 3. gr. og 9. lið aðfararorða hennar. Af því leiðir að tilskipunin kemur ekki í veg fyrir ákvæði allsherjarréttarlegs eðlis um ósanngjarna samningsskilmála í innlendum rétti.

Með hliðsjón af öllu framangreindu er talið nauðsynlegt að setja almennt ákvæði allsherjarréttarlegs eðlis um óhæfilega samningsskilmála. Er það gert til þess að tryggja fyrirsjáanleika, lögmæti og skýrleika refsheimilda við ákvörðun stjórnvaldssekta eða refsingar en einnig til að tryggja að til staðar séu árangursríkar leiðir til að hindra áframhaldandi notkun óréttmætra skilmála í neytendasamningum.

4.9. Sjálfstæð Neytendastofa.

Samkvæmt 1. gr. laga um Neytendastofu nr. 62/2005, með síðari breytingum er Neytendastofa ríkisstofnun sem heyrir undir ráðherra. Í 1. mgr. 4. gr. gildandi markaðssetningarlaga segir að Neytendastofa fari með eftirlit samkvæmt lögum undir yfirstjórn ráðherra. Samkvæmt 1. mgr. 12. gr. laga um Stjórnarráð Íslands fer ráðherra fer með yfirstjórn stjórnvalda sem hafa á hendi framkvæmd stjórnarmálefna er undir hann heyra, enda leiði ekki af lögum að stjórnvald skuli vera sjálfstætt gagnvart ráðherra. Ráðherra hefur því stjórnunar- og eftirlitsheimildir gagnvart Neytendastofu samkvæmt lögum um Stjórnarráð Íslands nr. 115/2011. Samkvæmt gildandi lögum er Neytendastofa því ekki sjálfstæð stofnun.

Í 21. gr. frumvarpsins er kveðið á um að Neytendastofa verði sjálfstæð stofnun sem heyrir stjórnarfarlega undir ráðherra. Þetta þýðir að ráðherra hefur fyrst og fremst eftirlitshlutverki að gegna með starfrækslu, fjárreiðum og eignum stofnunarinnar. Eftirlit ráðherra tekur hins vegar ekki til málsmeðferðar né ákvarðana í einstökum málum. Þannig getur ráðherra ekki gefið stofnuninni fyrirmæli um afgreiðslu einstakra verkefna nema það leiði af lögum.

Breytingarnar miða að því að styrkja Neytendastofu og málaflokkinn í heild sinni. Sjálfstæði Neytendastofu felur þannig í sér viðurkenningu og áherslu á mikilvægi málaflokksins.

Neytendastofa sinnir almennu markaðseftirliti á sviði neytendaverndar í þágu heildarhagsmuna neytenda. Neytendastofa hefur víðtækar rannsóknar- og valdheimildir og getur tekið íþyngjandi ákvarðanir gagnvart fyrirtækjum sem starfa á markaði, til að mynda ákvarðanir um sektir eða bann við tiltekinni háttsemi, byggða á gögnum sem er unnt er að afla

meðal annars með húsleit og haldlagningu hvort sem er á starfsstöðvum eða þar sem gögn eru varðveitt.

Með innleiðingu tilskipunarinnar um nútímavæðingu mun Neytendastofa fá hærri sektarheimildir sem hafa að markmiði að auka varnaðaráhrif vegna brota gegn lögum á sviði neytendaverndar.

Í ljósi valdheimilda stofnunarinnar styðja réttaröryggissjónarmið að ráðherra geti ekki gefið undirstofnun almenn og sérstök fyrirmæli um starfrækslu verkefna.

Sjálfstæði stuðlar auk þess að áráðni og eykur líkurnar á að farið sé í erfið verkefni sem hafa almennt gildi eða eru nauðsynleg til að laga markaðsbresti. Þá stuðlar sjálfstæði enn fremur að faglegrri ásýnd og trúverðugleika stofnunarinnar og er til þess fallið að auka traust almennings á eftirlitsstarfinu.

Eftirlitsstofnanir á sviði neytendaverndar á hinum Norðurlöndunum eru allar sjálfstæðar og myndi breytingin því vera eitt af síðustu skrefunum til samræmingar við norrænan rétt.

Ákvæðið á sér fyrirmynd í 1. gr. laga um Fjarskiptastofu sem fjallar um sjálfstæði Fjarskiptastofu.

4.10. Aðild

Í frumvarpinu er lagt til að sett verði nýtt ákvæði um aðild að málum hjá Neytendastofu. Kveðið er á um að sá sem beinir erindi til Neytendastofu teljist ekki aðili máls sem Neytendastofa ákveður að taka til meðferðar. Um er að ræða sérstaka aðildarreglu á stjórnarsýslustigi sem felur í sér undantekningu frá meginreglu stjórnarsýslulaga um að sá einn hafi aðild að máli sem hafi beina, verulega, sérstaka, lögvarða hagsmuni af úrlausn máls.

Ástæða þess að lagt er til að sett verði sérstök aðildarregla er í fyrsta lagi að ákvæði frumvarpsins eru allsherjarréttarlegs eðlis. Neytendastofu er falið að hafa eftirlit með lögnum í þágu neytenda. Í því felst aðallega að Neytendastofa gæti heildarhagsmuna neytenda gagnvart atvinnurekendum. Alla jafna ættu mál Neytendastofu gagnvart atvinnurekanda því einungis að vera á milli Neytendastofu og atvinnurekandans. Atvinnurekendur sem kvarta til Neytendastofu kunna að hafa óbeina hagsmuni af niðurstöðu máls hjá Neytendastofu. Atvinnurekendur hafa hins vegar önnur úrræði til að gæta hagsmuna sinna en að leita til Neytendastofu og geta eftir atvikum notið aðildar í dómsmáli á grundvelli almennra réttarfarsreglna sem höfðað er á grundvelli ákvæða frumvarpsins. Hlutverk Neytendastofu er enn fremur ekki að leysa úr einkaréttarlegum ágreiningi á milli einstakra neytenda og atvinnurekanda þótt ákvarðanir Neytendastofu geti vissulega varðað hagsmuni tiltekinna neytenda með óbeinum hætti.

Önnur ástæða þess að lagt er til að setja sérstaka aðildarreglu í málum hjá Neytendastofu er að í frumvarpinu líkt og í gildandi markaðssetningarlögum er aðalúrræði Neytendastofu sáttaumleitan og skyldar aðgerðir. Ákvæði 29. gr. felur þannig í sér meginreglu um sáttaumleitan í starfsemi Neytendastofu. Í meginreglunni felst að Neytendastofa á að jafnaði að reyna að hafa áhrif á háttsemi atvinnurekenda með sáttaumleitan og leysa mál með samkomulagi um úrbætur eða aðrar skuldbindingar. Markmið sáttaumleitana og skyldra aðgerða er að binda endi á ólögmetta háttsemi og hafa áhrif á háttsemi atvinnurekenda til frambúðar. Meginreglan felur í sér skilvirka og kostnaðarhagkvæma eftirlitsaðferð sem ella myndi krefjast aukins mannafla og fjármagns.

Séu aðilar að málum hjá Neytendastofu tveir, þ.e. einn atvinnurekandi til sóknar og annar til varnar kann það að hafa slæm áhrif á beitingu sáttaumleitunar sem úrræðis. Af 1. mgr. 4. gr. stjórnarsýslulaga leiðir að starfsmenn sem annast rannsókn máls, úrvinnslu gagna eða gerð

tillögu að úrlausn þess verða að uppfylla hæfisskilyrði stjórnýslulaga. Ef starfsmaður tjáir sig um mál og líkleg úrslit þess við aðila máls þarf minna til að valda vanhæfi þegar aðilar að máli eru tveir og hafa ólíka hagsmuni. Þá getur starfsmaður orðið vanhæfur hafi hann farið út fyrir lögboðna leiðbeiningarskyldu sína, ef það lítur út fyrir að hann hafi snúist á sveif með öðrum málsaðilanum. Þá er það jafnframt óeðlilegt að stjórnvald tjái sig með afgerandi hætti um hvort lögprot hafi átt sér stað nema að virtri rannsóknarreglu 10. gr. stjórnýslulaga og andmælarétti 13. gr. stjórnýslulaga. Auk þess verður að hafa í huga að ef Neytendastofa kæmist að þeirri niðurstöðu að sátt við atvinnurekanda væri áhrifaríkasta og skilvirkasta leiðin til að ljúka máli með tilliti til heildarhagsmuna neytenda þá væri slík niðurstaða kæránleg af hálfu þess sem beindi erindi sínu til stofnunarinnar nyti hann aðildar að málinu.

Til þess að tryggja þá skilvirkni og hagkvæmni sem af meginreglunni leiðir er því talið nauðsynlegt að kveða á um það með skýrum hætti í lögnum að sá sem beinir erindi að Neytendastofu teljist ekki aðili máls sem Neytendastofa ákveður að taka til meðferðar. Gert er ráð fyrir að breytingin muni auka svigrúm Neytendastofu til að tjá skoðanir um meint brot í sáttaumleitun og beita aðalúrræði frumvarpsins á sem skilvirkastan máta.

4.11. Stjórnvaldssektir

Tilskipunin um nútímavæðingu gerir tilteknar kröfur um viðurlög vegna brota gegn tilskipunum sem varða neytendavernd sem innleiddar eru í markaðssetningarlögum. Í fyrsta lagi er um að ræða tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti. Í öðru lagi er um að ræða verðupplýsingatilskipunina og í þriðja lagi er um að ræða tilskipun um óréttmæta samningsskilmála.

Í 5. tölul. aðfararorða tilskipunarinnar er vísað til þess að reglur um viðurlög séu verulega mismunandi milli aðildarríkja og að ekki hafi öll aðildarríki tryggt að hægt sé að leggja á sektir vegna brota gegn neytendaverndarreglum, sem eru skilvirkar, í réttu hlutfalli við brot og hafa varnaðaráhrif. Í samræmi við það eru sett ákvæði í þrjár fyrrgreindar tilskipanir þar sem fram kemur að aðildarríki skuli setja reglur um viðurlög vegna brota á þeim ákvæðum landslaga sem eru samþykkt samkvæmt tilskipunum og gera allar nauðsynlegar ráðstafanir til þess að tryggja að slíkum viðurlögum sé beitt. Viðurlögin, sem kveðið er á um skulu vera skilvirk, í réttu hlutfalli við brot og hafa varnaðaráhrif.

Samkvæmt gildandi markaðssetningarlögum er hámark stjórnvaldssektar 10 millj. kr., sbr. 2. mgr. 22. gr. laganna. Í ljósi þeirrar kröfu sem tilskipun um nútímavæðingu gerir um að sektir séu skilvirkar, í réttu hlutfalli við brot og hafi varnaðaráhrif má efast um að núgildandi sektarheimild uppfylli þá kröfu.

Krafa um sektarfjárhæðir

Með tilskipun um nútímavæðingu eru gerðar breytingar á tilskipun um óréttmæta samningsskilmála og tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti sem fela í sér kröfu um hverjar hámarksfjárhæðir sekta samkvæmt landslögum þurfi að lágmarki að vera, sbr. 4. og 5. tölul. 8. gr. b. tilskipunar um óréttmæta samningsskilmála og 3. og 4. tölul. 13. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti. Krafan er sú að hámarksfjárhæð sekta skuli vera a.m.k. 4% af ársveltu atvinnurekenda í viðkomandi aðildarríki eða aðildarríkjum. Ef upplýsingar um ársveltu liggja ekki fyrir skal vera hægt að beita sektum að hámarksfjárhæð a.m.k. 2 milljónir evra.

Krafan um sektarfjárhæðir er afmörkuð við þau tilvik þar viðurlögum er beitt í máli í samræmi við 21. gr. samvinnureglugerðarinnar. Skilyrði þess að 21. gr. eigi við er að um sé

að ræða víðtækt brot eða víðtækt brot á sambandsvísu. Víðtækt brot er skilgreint með eftirfarandi hætti í 3. mgr. 3. gr. reglugerðarinnar:

„aðgerð eða aðgerðaleysi andstætt lögum Sambandsins til verndar hagsmunum neytenda, sem hefur skaðað, skaðar, eða er líklegt til að skaða heildarhagsmuni neytenda sem hafa búsetu í a.m.k. tveimur öðrum aðildarríkjum en því aðildarríki þar sem: i. aðgerðin eða aðgerðaleysið var upprunnið eða átti sér stað, ii. seljandinn, sem ber ábyrgð á aðgerðinni eða aðgerðarleysisinu, hefur staðfestu, eða iii. finnast sönnunargögn eða eignir seljanda sem tengjast aðgerðinni eða aðgerðaleysisinu, eða b) aðgerðir eða aðgerðaleysi andstætt lögum Sambandsins til verndar hagsmunum neytenda, sem hafa skaðað, skaða, eða eru líkleg til að skaða heildarhagsmuni neytenda og sem hafa sameiginleg einkenni, þ.m.t. sama ólöglega athæfi eða brot gegn sömu hagsmunum, sem gerast samhliða og af hálfu sama seljanda, í a.m.k. þremur aðildarríkjum,“

Víðtækt brot á sambandsvísu er skilgreint með eftirfarandi hætti í 4. mgr. 3. gr. reglugerðarinnar:

„víðtækt brot sem hefur skaðað, skaðar eða er líklegt til að skaða heildarhagsmuni neytenda í a.m.k. tveimur þriðju hlutum aðildarríkjanna sem saman samsvara a.m.k. tveimur þriðju hlutum íbúafjölda Sambandsins,“

Skaði fyrir heildarhagsmuni neytenda er skilgreint í 14. mgr. 3. gr. reglugerðarinnar:

„raunverulegur eða hugsanlegur skaði fyrir hagsmuni tiltekins fjölda neytenda vegna brota innan Sambandsins, víðtækra brota eða víðtækra brota á Sambandsvísu,“

Með hliðsjón af ákvæði 21. gr. reglugerðarinnar og framangreindum skilgreiningum er ljóst að krafan um ákveðnar sektarfjárhæðir er afmörkuð við brot sem ná yfir landamæri og að um um sé að ræða tiltekin ákvæði Evrópugerða sem varða neytendavernd.

Brot sem hafa einungis áhrif á Íslandi og brot sem ná yfir landamæri

Líkt og hefur komið fram þá er skyldan til vera með tilteknar hámarksfjárhæðir skv. tilskipun um nútímavæðingu afmörkuð við brot sem ná yfir landamæri. Brot innan sambandsins, skv. 2. mgr. 3. gr. samvinnureglugerðarinnar, og brot sem hafa einungis áhrif í einu aðildarríki falla því ekki undir þessa skyldu tilskipunarinnar. Í 13. tölul. aðfararorða tilskipunar um nútímavæðingu kemur þó fram að aðildarríki geti rýmkað reglurnar um sektir þannig að þær nái yfir brot sem falla ekki undir ákvæði þeirrar tilskipunar í tengslum við 21. gr. reglugerðarinnar. Við mat á því hvort nýta bæri fyrrgreinda heimild var litið til þess að í Noregi og Svíþjóð var ákveðið að gera ekki greinarmun á því hvaða hámarkssektir kæmu til skoðunar eftir því hvort brot næði yfir landamæri eða ekki. Í frumvarpinu er lagt til að farin verði sama leið við innleiðingu tilskipunarinnar í íslenskan rétt þannig að sömu hámarksfjárhæðir sekta eigi við óháð því hvort brot bitnar einungis á íslenskum neytendum eða neytendum annarra aðildarríkja samhliða íslenskum neytendum. Rökin fyrir því eru í fyrsta lagi að brot sem hefur einungis áhrif á íslenska neytendur geta verið jafn umfangsmikil og alvarleg og brot sem bitnar á neytendum annarra ríkja samhliða íslenskum neytendum. Í öðru lagi þá gæti það falið í sér óskilvirkt eftirlit Neytendastofu ef stofnunin þarf að fara í ítarlega rannsókn á því hvort brot sem bitnar á íslenskum neytendum hafi einnig bitnað á neytendum annarra aðildarríkja til að viðeigandi sektarrámmi liggi fyrir. Stofnunin þyrfti því að leita sérstaklega eftir neytendum í öðrum aðildarríkjum til að komast að niðurstöðu um það hver hámarksfjárhæð sektar skyldi vera. Mismunandi hámarkssektir myndu því flækja eftirlit óþarflega. Í þriðja lagi ber að líta til þess sjónarmiðs að neytendavernd íslenskra neytenda skuli ekki vera háð því skilyrði að háttsemi atvinnurekanda brjóti einnig gegn réttindum neytendum í öðrum aðildarríkjum.

Brot gegn ákvæðum sem fela ekki í sér innleiðingu á Evrópugerðum

Í frumvarpinu eru reglur sem fela ekki í sér innleiðingu á Evrópugerðum og má þar nefna sem dæmi ákvæði 3. gr. um góða markaðshætti og ákvæði 15. gr. sem varðar viðskiptahætti sem beinast að börnum og unglíngum. Líkt og hefur komið fram þá er skyldan til að vera með tiltekna hámarksfjárhæðir stjórnvaldssekta afmörkuð við ákvæði sem fela í sér innleiðingu á þeim tilskipunum sem breytingar eru gerðar á með tilskipun um nútímavæðingu. Í 13. tölul. aðfararorða tilskipunar um nútímavæðingu kemur þó fram að aðildarríki geti rýmkað reglurnar um sektir þannig að þær nái yfir brot sem falla ekki undir ákvæði þeirrar tilskipunar í tengslum við 21. gr. samvinnureglugerðarinnar. Við mat á því hvort nýta bæri fyrrgreinda heimild var litið til þess að í Noregi og Svíþjóð er ekki gerður greinarmunur á því hvaða hámarkssektir koma til skoðunar eftir því hvort brotið er gegn ákvæðum sem fela í sér innleiðingu á Evrópugerðum eða öðrum ákvæðum markaðssetningarlaga. Í frumvarpinu er lagt til að farin verði sama leið við innleiðingu tilskipunarinnar þannig að sömu hámarksfjárhæðir sekta eigi við í báðum tilvikum. Rökin fyrir því eru að brot gegn ákvæðum sem fela ekki í sér innleiðingu á Evrópugerðum eru ekki síður til þess fallin að teljast alvarleg heldur en brot gegn ákvæðum sem fela í sér innleiðingu. Sem dæmi um það má nefna markaðssetningu sem beinist sérstaklega að börnum, sbr. 15. gr. frumvarpsins. Það væri því óheppilegt að gefa til kynna að brot gegn slíkum ákvæðum teljist ekki jafn alvarleg með því að tilgreina lægri hámarkssektir vegna brota gegn þeim samanborið við ákvæði sem fela í sér innleiðingu á Evrópugerðum.

Hámarksfjárhæð sem miðar við veltu eða tiltekna fjárhæð

Í fyrrgreindum ákvæðum tilskipunar um nútímavæðingu sem varða sektir er gerð sú krafa að hámarksfjárhæð sekta skuli vera a.m.k. 4% af ársveltu atvinnurekanda í viðkomandi aðildarríki eða aðildarríkjum. Í tilvikum þar sem beita á sektum en ekki liggja fyrir upplýsingar um ársveltu skuli vera mögulegt að beita sektum að hámarksfjárhæð a.m.k. 2 milljónir evra. Ókosturinn við þetta fyrirkomulag er að 4% af veltu atvinnurekanda getur í ákveðnum tilvikum leitt til þess að sektarheimildin feli ekki í sér fullnægjandi varnaðaráhrif. Sem dæmi má nefna fyrirtæki sem er nýlega stofnað og hefur litla eða enga veltu. Fyrirtækið gæti séð sér hag í því að brjóta gróflega gegn ákvæðum markaðssetningarlaga með tilliti til þess að 4% af ársveltu fyrirtækisins feli í sér lægri sektarheimild heldur en hagnaður fyrirtækisins af hinni brotlegu háttsemi. Með tilliti til þess er í frumvarpinu lagt til að farin verði sama leið og í Noregi og því miðað við að hámarkssekt sé 4% af ársveltu eða jafnvirði 2 milljónir evra í íslenskum krónum, hvort heldur er hærra.

[...]

4.12. Brottfelld ákvæði

Útsölur.

Með frumvarpinu er lagt til að 11. gr. markaðssetningarlaganna um útsölur falli brott. Í 11. gr. segir að útsölu eða aðra sölu, þar sem selt er á lækkuðu verði, megi því aðeins auglýsa eða tilkynna að um raunverulega verðlækkun sé að ræða. Þess skuli gætt að greinilegt sé með verðmerkingum hvert hið upprunalega verð vörunnar var.

Ástæður þess að lagt er til að fella brott ákvæði 11. gr. laganna er að útsölur eru viðskiptahættir sem falla undir gildissvið tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti. Villandi auglýsingar eða tilkynningar um verðhagræði geta falið í sér brot gegn 5. gr. tilskipunarinnar um faglega kostgæfni eða brot gegn 6. og 7. gr. tilskipunarinnar um villandi viðskiptahætti á grundvelli mats í hverju tilviki fyrir sig, sbr. 5. og 6. gr. frumvarpsins. Í slíkum tilfellum getur

Neytendastofa beitt viðeigandi framfylgdarúrræðum. Brottfall 11. gr. leiðir til betra samræmis við tilskipunina og kemur í veg fyrir óþarfa endurtekningu á þeim reglum sem þegar gilda.

Til viðbótar við 11. gr. laganna hefur Neytendastofa sett reglur nr. 366/2008 um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Sömu sjónarmið eiga við um reglurnar eins og 11. gr. laganna að því er varðar samræmi við tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti. Því er gert ráð fyrir að reglurnar verði felldar úr gildi verði frumvarpið samþykkt sem lög, sbr. reglugerðarheimild ráðherra í 13. gr. frumvarpsins.

Framangreint mun ekki hafa í för með sér miklar breytingar á framkvæmd. Ákvæði 5. gr. og 6. gr. frumvarpsins um villandi viðskiptahætti leysa af hólmi ákvæði 11. gr. laganna og reglna nr. 366/2008. Auk þess er gert ráð fyrir að ákvæði 1. mgr. 2. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu sem fjallar um framsetningu afslátta verði innleidd í íslenskan rétt með reglugerð um verðupplýsingar, sbr. 13. gr. frumvarpsins. Þá er gert ráð fyrir að Neytendastofa geti sett leiðbeiningar eða leiðbeinandi reglur að því er varðar auglýsingar eða tilkynningar um verðhagræði, sbr. 29. gr. frumvarpsins.

Leiðbeiningarskylda.

Með frumvarpinu er lagt til að 1. og 2. mgr. 16. gr. markaðssetningarlaganna um leiðbeiningarskyldu falli brott.

Í 1. mgr. 16. gr. markaðssetningarlaganna segir að nú sé vara, þjónusta eða annað það sem í té er látið og löggin taka til þannig úr garði gert að leiðbeininga sé þörf við mat á eiginleikum þess, t.d. notagildi og endingu, svo og meðferð og hættu sem af vöru eða öðru getur stafað, og beri þá að veita fullnægjandi skriflegar leiðbeiningar þegar tilboð er gefið, samningur gerður eða eftir atvikum við afhendingu. Í 2. mgr. 16. gr. segir að 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.

Líta ber til þess að skortur á fullnægjandi leiðbeiningagjöf um eiginleika afurðar getur falið í sér brot gegn 5. gr. tilskipunarinnar um faglega kostgæfni eða brot gegn 6. og 7. gr. tilskipunarinnar um villandi viðskiptahætti á grundvelli mats í hverju tilviki fyrir sig, sbr. 5. og 6. gr. frumvarpsins. Brot gegn kröfum um upplýsingagjöf sem leiðir af lögum á sviði einkaréttar getur jafnframt falið í sér brot gegn góðum markaðsháttum skv. 3 gr. frumvarpsins. Í slíkum tilfellum getur Neytendastofa beitt viðeigandi framfylgdarúrræðum.

Enn fremur er til þess að líta að miklar breytingar hafa orðið á neytendaverndarlöggjöf síðan ákvæðið var fyrst lögfest árið 1978. Víða í löggjöf, þ.m.t. á sviði neytendaverndar er nú að finna almennar kröfur til upplýsingagjafar vegna vara. Hér má nefna 4. og 5. gr. laga um neytendasamninga nr. 16/2016, 1. mgr. 16. gr. laga um neytendakaup nr. 48/2003, 18. og 19. gr. laga um lausafjárkaup nr. 50/2000 og 9. gr. a. og 10. gr. laga um öryggi vöru og opinbera markaðsgæslu nr. 134/1995. Þá er víða að finna kröfur til upplýsingagjafar í sérlögum og stöðlum sem taka til mismunandi tegunda afurða.

Að öllu ofangreindu virtu er talið að brottfall 1. og 2. mgr. 16. gr. markaðssetningarlaganna muni hafa í för með sér óverulegar breytingar.

Ábyrgðaryfirlýsingar.

Með frumvarpinu er lagt til að ákvæði 16. gr. a markaðssetningarlaganna um ábyrgðaryfirlýsingar falli brott. Í 1. mgr. 16. gr. a segir að yfirlýsingu um ábyrgð megi því aðeins gefa að ábyrgðaryfirlýsingin veiti viðtakanda meiri rétt en hann hefur samkvæmt gildandi lögum. Í 2. mgr. 16. gr. a segir að ábyrgðaryfirlýsing sé lagalega bindandi fyrir

ábyrgðaraðila á grundvelli þeirra skilyrða sem fram koma í ábyrgðarskilmálum og auglýsingum hans.

Ákvæði 1. mgr. 16. gr. a hefur verið óbreytt í lögum frá lögfestingu þess með 29. gr. verðlagslaganna árið 1978. Ákvæðið var sett til að tryggja lágmarksrétt sem svaraði til frávikjanlegra reglna um ábyrgðartíma í lögum um lausafjárkaup nr. 39/1922 sem þá voru í gildi. Markmið ákvæðisins var einkum að tryggja ábyrgðartíma til eins árs fyrir varanlegar neysluvörur á borð húsgögn, heimilistæki og aðrar rafmagnsvörur, teppi, úr og skartgrip, sbr. Alpt. 1977-1978, A-deild, s. 1953.

Lagaumhverfi neytendakaupa hefur breyst mikið frá því ákvæðið var sett árið 1978. Í lögum um neytendakaup nr. 48/2003 er nú kveðið á um tveggja ára ábyrgðartíma söluhlutar í neytendakaupum og allt að fimm ára ábyrgðartíma ef um er að ræða söluhlut, eða hluti hans, sem ætlaður er verulega lengri endingartími en almennt gerist um söluhluti. Samkvæmt 3. gr. laganna eru þau ófrávikjanleg sem þýðir að ekki er heimilt að semja um eða bera fyrir sig kjör sem eru neytanda óhagstæðari en leiða mundi af lögnum.

Ákvæði 1. mgr. 16. gr. a er ekki bundið við neytendakaup heldur á það við um öll kaup, þ.m.t. kaup milli atvinnurekenda. Ákvæðið kann þannig að takmarka samningsfrelsi milli atvinnurekenda sem þeir myndu annars njóta skv. meginreglu 3. gr. laga um lausafjárkaup nr. 50/2000 um frávikjanleika laganna.

Ákvæði 1. mgr. 16. gr. a kveður á um bann við því að veita yfirlýsingu um ábyrgð ef hún veitir viðtakanda ekki meiri rétt en hann hefur skv. lögum. Tilskipunin um óréttmæta viðskiptahætti mælir fyrir um allsherjarsamræmingu á ákvæðum hennar á Evrópska efnahagssvæðinu. Í viðauka I við tilskipunina er að finna tæmandi lista yfir þær athafnir eða athafnaleysi sem tilskipunin nær yfir og teljast í öllum tilfellum óréttmætir og þar með bannaðir. Samkvæmt 10. lið viðauka I við tilskipunina telst alltaf óréttmætt að setja fram réttindi sem neytandinn hefur lögum samkvæmt sem sérstaklega einkennandi fyrir tilboð söluaðilans. Notkun innihaldslausra ábyrgðaryfirlýsinga getur jafnframt brotið í bága við ákvæði um faglega kostgæfni í 5. gr. tilskipunarinnar eða ákvæði um villandi viðskiptahætti í 6. og 7. gr. tilskipunarinnar á grundvelli mats í hverju tilviki fyrir sig. Með hliðsjón af þessu leikur vafi á því að almennt bann við notkun ábyrgðaryfirlýsinga sem veita neytanda ekki betri rétt en skv. gildandi lögum sé að fullu leyti í samræmi við tilskipunina. Er því lagt til að ákvæði 1. mgr. 16. gr. a falli brott.

Ákvæði 2. mgr. 16. gr. a var fyrst lögfest með lögum nr. 23/2003 um breytingu á samkeppnislögum nr. 8/1993, með síðari breytingum. Ákvæðið var sett til innleiðingar á 1. mgr. 6. gr. tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 1999/44/EB um tiltekna þætti í sölu neysluvara og ábyrgð þar að lútandi. Í 3. mgr. 3. gr. 18. gr. laga um neytendakaup er hins vegar að finna nær samhljóða ákvæði. Þar segir að ábyrgðaryfirlýsing sé bindandi fyrir yfirlýsingargjafann með þeim skilyrðum sem fram koma í ábyrgðaryfirlýsingunni og í auglýsingum tengdum henni. Ákvæðið var einnig sett til innleiðingar á 1. mgr. 6. gr. framangreindrar tilskipunar. Ákvæði 1. mgr. 6. gr. tilskipunarinnar er einkaréttarlegs eðlis og fer betur á að það sé innleitt með lögum um neytendakaup nr. 48/2003. Lagt er til að ákvæði 2. mgr. 16. gr. a falli brott þar sem því er ofaukið.

Auðkenni stjórnvalda og hjúkrunar- og mannúðarstarfsemi.

Með frumvarpinu er lagt til að 16. gr. d markaðssetningarlagaanna um vernd auðkenna stjórnvalda og auðkenna hjúkrunar- og mannúðarstarfsemi falli brott. Í 1. mgr. 16. gr. d segir að óheimilt sé 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. Í 2. mgr. 16. gr. d segir að við framboð vöru, þjónustu eða annars þess sem í té er látið og lögin taki til sé óheimilt að nota íslenska ríkisskjaldarmerkið, þá sé óheimilt að nota í heimildarleysi íslensk byggðamerki, svo og erlend ríkis- eða byggðamerki.

Ákvæði 16. gr. d. eiga það sammerkt að þau varða ekki hagsmuni neytenda eða atvinnurekenda heldur hagsmuni ríkisins, sveitarstjórna og Alþjóðahreyfingar Rauða krossins og Rauða hálfmánans. Samkvæmt 22. gr. frumvarpsins er það hins vegar hlutverk Neytendastofu að hafa eftirlit með lögnum í þágu neytenda. Merkin sem kveðið er á um í greininni njóta fjölpættar verndar í öðrum lögum auk þess sem lítið sem ekkert hefur reynt á ákvæði 16. gr. d eða forvera hennar í framkvæmd. Að því er byggðamerki varðar þykir einnig eðlilegra að sveitarstjórnir sem eru sjálfstæð stjórnvöld hafi forræði á að vernda eigin merki, svo sem með beiðni um lögban á óheimilaða notkun byggðamerkis eða kæru til lögreglu. Er því lagt til að ákvæði 16. gr. d falli brott.

Verðkannanir.

Með frumvarpinu er lagt til að ákvæði 19. gr. markaðssetningarlagna um verðkannanir Neytendastofu falli brott. Í 19. gr. laganna segir að í því skyni að upplýsa neytendur og efla verðskyn þeirra afli Neytendastofa upplýsinga um verð, verðmyndun og önnur viðskiptakjör og birti niðurstöður eftir því sem ástæða þykir til. Neytendastofa skuli setja verklagsreglur um öflun slíkra upplýsinga, meðferð þeirra og birtingu. Ekki hefur kveðið mikið að verðkönnunum af hálfu Neytendastofu á grundvelli 19. gr. laganna frá gildistöku þeirra.

Í dag eru flestar verðkannanir framkvæmdar af einkaaðilum eða félagasamtökum á borð við Neytendasamtökin og Alþýðusamband Íslands. Aðgengi neytenda að upplýsingum um verð afurða hefur stórbatnað á síðari árum, m.a. með tilkomu ýmissa leitarvéla og samanburðartóla á netinu. Aukin netverslun hefur haft í för með sér aukna samkeppni við erlenda atvinnurekendur á ýmsum mörkuðum og aukið úrval afurða.

Eitt af markmiðum frumvarpsins er að tryggja gagnsæi á markaði og leiðrétt misvægi upplýsinga milli neytenda og atvinnurekenda svo neytendur geti tekið upplýstar ákvarðanir um kaup á afurðum. Upplýst ákvarðanataka stuðlar að virkri samkeppni á markaði og hagsæld fyrir neytendur. Það er hlutverk Neytendastofu að hafa eftirlit með og stuðla að því að upplýsingar atvinnurekenda við markaðssetningu séu nákvæmar og gagnsæjar og villi ekki um fyrir neytendum. Hlutverk Neytendastofu ætti ekki að vera að vinna og miðla slíkum upplýsingum til almennings í samanburðarskyni enda kann slík miðlun af hálfu stjórnvalds að vera afar vandasöm þar sem erfitt getur reynt að tryggja jafnræði og andmælarétt. Þá getur slík miðlun bakað íslenska ríkinu bótaskyldu ef ranglega er að henni staðið, sbr. dóm Hæstaréttar 8. nóvember 1991, bls. 1726 (488/1989)

5. Samræmi við stjórnarskrá og alþjóðlegar skuldbindingar.

Efni frumvarpsins gefur ekki sérstaka ástæðu til að ætla að það fari gegn ákvæðum stjórnarskrár Lýðveldisins Íslands, nr. 33/1944.

Hvað alþjóðlegar skuldbindingar Íslands varðar er frumvarpinu ætlað að innleiða ákvæði tilskipunar um nútímavæðingu að hluta. Tilskipunin var tekin upp í samninginn um Evrópska efnahagssvæðið með ákvörðun sameiginlegu EES-nefndarinnar nr. 69/2021 frá 5. febrúar 2021. Auk þess er með frumvarpinu lagt til að innleiða ákvæði tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti með nákvæmari hætti en gert í gildandi markaðssetningarlögum.

Með frumvarpinu eru þannig innleidd í löggjöf ákvæði tilskipunar eins og Íslandi er skylt að gera vegna aðildar að EES-samningnum.

5. Samráð.

Við vinnslu frumvarpsins var haft samráð við Neytendastofu, ... Drög að frumvarpinu voru birt í samráðsgátt stjórnvalda [...]

6. Mat á áhrifum.

Afleiðingar af samþykkt frumvarps fyrir almannahagsmuni og helstu hagsmunaaðila.

Áhrif á stjórnslu ríkisins.

Endursögn þess sértæka mats á áhrifum sem farið hefur fram.

Rökstutt hvers vegna ávinningur af samþykkt frumvarpsins sé meiri en hugsanleg neikvæð eða íþyngjandi áhrif þess.

Um einstakar greinar frumvarpsins.

Um 1. gr.

Greinin fjallar um gildissvið frumvarpsins. Greinin svarar til 1. og 2. gr. gildandi laga en uppbygging og orðalag hefur verið einfaldað.

Í 1. mgr. kemur fram að frumvarpið taki til hvers konar atvinnustarfsemi einkaaðila og opinberra aðila að því marki sem boðnar eru fram afurðir á markaði. Lögin ná því til hvers konar háttsemi í atvinnuskyni. Hér má sem dæmi nefna auglýsingar, framleiðslu, dreifingu, sölu og innheimtu. Það hefur ekki þýðingu að atvinnurekandi hafi eða reyni að hafa persónulegan efnahagslegan ávinning af háttseminni svo lengi sem hún fer fram í atvinnuskyni. Atvinnurekstur getur verið í formi framleiðslu, iðnaðar, handverks, verslunar, þjónustu, flutninga, landbúnaðar svo dæmi séu tekin.

Frumvarpið nær til allrar atvinnustarfsemi hvort sem hún er rekin af einstaklingum, félögum, opinberum aðilum á borð við ríki eða sveitarfélag eða öðrum. Hugtakið atvinnurekandi ber að skilja í því ljósi.

Háttsemi sem fer fram í mannúðarskyni eða í trúarlegu eða pólitísku samhengi fellur einungis undir lögin að því marki sem hún stafar frá atvinnustarfsemi.

Frumvarpið tekur ekki til launa eða starfskjara skv. kjarasamningum. Að því er varðar þjónustu í almannabágu þá ræðst það af heildarmati hvort háttsemin sem um ræðir teljist til atvinnustarfsemi. Kjarnastarfsemi starfsgreinasamtaka eða stéttarféлага á borð við gerð kjarasamninga eða hagsmunagæsla fyrir félagsmenn sína fellur því utan gildissviðs laganna þar sem slík háttsemi fer ekki fram í atvinnuskyni. Aftur á móti getur starfsemi slíkra samtaka eða félaga fallið undir gildissvið laganna ef um er að ræða t.d. rekstur verslana, skipulagningu ferðalaga fyrir félagsmenn eða ýmsa aðra þjónustu við félagsmenn. Við matið skiptir máli hvort samtökin eða félagið hefur starfsemi á almennum markaði. Það eru því einkenni starfseminnar sem eru afgerandi við matið fremur en hver það er sem stendur á bak við starfsemina.

Þegar opinberir aðilar bjóða almenna þjónustu eða velferðarþjónustu getur slíkt fallið undir gildissvið frumvarpsins ef hún fer fram á markaðslegum forsendum. Það skiptir enda þjónustupega ekki máli hvort þjónusta er veitt af opinberum aðila eða einkaaðila.

Við mat á því hvort opinberir aðilar falli undir ákvæði frumvarpsins er unnt að líta til þess hvort afurðir eru boðnar fram á markaði eða markaðslegum forsendum, þ.m.t. ef afurðir eru boðnar gegn endurgjaldi og í samkeppni milli opinberra aðila og einkaaðila.

Það sem er afgerandi við matið er að allir sem starfa með einum eða öðrum hætti á markaði, hvort sem um er að ræða opinbera eða einkaaðila lúta sömu reglum.

Í samræmi við meginreglur þjóðaréttar gildir frumvarpið að jafnaði um háttsemi atvinnurekanda á íslenskum markaði. Við mat á því hvort háttsemin falli undir frumvarpið hefur þýðingu hvort hún beinist að íslenska markaðnum. Frumvarpið tekur þannig m.a. til samninga, skilmála og háttsemi sem hefur eða er ætlað að hafa áhrif hér á landi. Það hefur því ekki þýðingu hvort um er að ræða fyrirtæki sem hefur staðfestu á Íslandi eða í útlöndum.

Það getur hins vegar haft þýðingu hvort um er að ræða fyrirtæki sem hefur staðfestu í öðru ríki á Evrópska efnahagssvæðinu ef um er að ræða rafræna þjónustu skv. lögum um rafræna þjónustu og aðra rafræna þjónustu nr. 30/2002 sem innleiðir tilskipun 2000/31/EB um rafræn viðskipti. Þegar svo háttar gildir meginregla um upprunaland, sbr. ákvæði II. kafla laganna. Samkvæmt þeirri meginreglu þarf háttsemi atvinnurekanda að jafnaði eingöngu að vera í samræmi við löggjöf þess ríkis þar sem atvinnurekandinn hefur staðfestu.

Frumvarpið felur í sér almenna rammalöggjöf sem kemur til fyllingar ákvæðum sérlaga sem gilda um tiltekna háttsemi eða tiltekna tegund atvinnustarfsemi. Í ákveðnum tilfellum geta brot gegn sérlögum enn fremur falið í sér brot gegn 3. gr. frumvarpsins um góða markaðshætti eða 4. gr. um góða viðskiptahætti eða talist villandi skv. 6. gr. frumvarpsins, sbr. 5. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Eftirlit Neytendastofu skv. frumvarpinu er almennt og tekur til hvers konar atvinnustarfsemi einkaaðila og opinberra aðila að því marki sem boðnar eru fram afurðir á markaði. Hafi öðrum stjórnvöldum sérstaklega verið falið eftirlit með ákvæðum sérlaga er það hins vegar ekki hlutverk Neytendastofu að hafa eftirlit með þeim á grundvelli frumvarpsins nema annað sé ákveðið með lögum.

Ákvæði 1. gr. takmarkar ekki gildissvið og lögsögu samvinnureglugerðarinnar sem lögfest er í 40. gr. frumvarpsins.

Að öðru leyti vísast nánar til umfjöllunar um gildissvið og lögsögu í 4.2. kafla frumvarpsins. Um samspil sérlaga við 3. gr., 4. gr. og 16. gr. frumvarpsins vísast nánar til skýringa við þau ákvæði.

Um 2. gr.

Í greininni er að finna skilgreiningar á hugtökum sem notuð eru í frumvarpinu. Lagt er til að samræma skilgreiningar frumvarpsins eins og frekast er unnt við skilgreiningar í tilskipuninni um samanburðarauglýsingar, tilskipuninni um óréttmæta viðskiptahætti og tilskipuninni um nútímavæðingu.

Í 1. tölul. er hugtakið auglýsing skilgreint með tilliti til skilgreiningar í a. lið 2. gr. tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 2006/114/EEB frá 12. desember 2006 um villandi auglýsingar og samanburðarauglýsingar.

Í 2. tölul. er hugtakið neytandi skilgreint með tilliti til skilgreiningar í a. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 3. tölul. er hugtakið atvinnurekandi skilgreint með tilliti til skilgreiningar í b. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 4. tölul. er hugtakið viðskiptahættir skilgreint með tilliti til skilgreiningar í d. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 5. tölul. er hugtakið afurð skilgreint með tilliti til skilgreiningar í c. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 6. tölul. er hugtakið viðskiptaákvörðun skilgreint með tilliti til skilgreiningar í k. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 7. tölul. er hugtakið veruleg röskun á fjárhagslegri hegðun neytenda skilgreint með tilliti til skilgreiningar í e. liðar 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 8. tölul. er hugtakið siðareglur skilgreint með tilliti til skilgreiningar í f. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 9. tölul. er hugtakið góðir viðskiptahættir skilgreint og er vísað til viðmiðunar fyrir sérstaka færni og alúð. Viðmiðunina ber að skilgreina í samræmi við h. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 10. tölul. er hugtakið sölutilboð skilgreint með tilliti til skilgreiningar í i. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 11. tölul. er hugtakið ótilhlýðilegar aðferðir skilgreint með tilliti til skilgreiningar í j. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 12. tölul. er hugtakið röðun skilgreint með tilliti til skilgreiningar í m. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Í 13. tölul. er hugtakið netmarkaður skilgreint með tilliti til skilgreiningar í n. lið 2. gr. tilskipunar um óréttmæta viðskiptahætti.

Um 3. gr.

Greinin kemur í stað almennu reglunnar í 13. gr. gildandi markaðssetningarlaga. Lagt er til að breyta framsetningu og orðalagi greinarinnar og bæta við textann tilvísun til almennra samfélagshagsmuna. Þannig er lagt til að nýtt heildarhugtak, góðir markaðshættir, taki til þrenns konar verndarhagsmuna, þ.e. tillitsins til neytenda, annarra atvinnurekenda og almennra samfélagshagsmuna. Einnig er lagt til að ákvæði 1. mgr. 7. gr. gildandi laga sem fjallar um almenna aðgæsluskyldu gagnvart börnum og ungmennum verði færð í 2. mgr. greinarinnar. Samhliða er lagt til að breyta orðalagi og gildissviði ákvæðisins svo það taki til allra viðskiptahátta en ekki einungis auglýsinga. Ákvæði 3. mgr. fjallar um innbyrðis samband 1. og 2. mgr. greinarinnar við ákvæði 2. kafla laganna, þ.m.t. ákvæði 4. gr. um góða viðskiptahætti gagnvart neytendum. Ákvæðið kemur í stað 2. mgr. 13. gr. gildandi laga.

Í 1. mgr. er lagt til að atvinnurekendur skuli viðhafa góða markaðshætti að teknu tilliti til neytenda, atvinnurekenda og almennra samfélagshagsmuna, sbr. þó 3. mgr. Ákvæði 1. mgr. gildir um samband atvinnurekenda við aðra atvinnurekendur og samband atvinnurekenda við neytendur þegar ekki er um að ræða áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda. Þegar um er að ræða áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda gilda að jafnaði einungis ákvæði II. kafla, sbr. 3. mgr.

Ákvæði 1. mgr. gildir um samband atvinnurekenda við aðra atvinnurekendur og er einkum ætlað að vernda fjárhagslega hagsmuni keppinauta eða aðstæður sem varða viðskipti milli atvinnurekenda. Hér má sem dæmi nefna viðskiptaorðsendingar til fjárfesta eða útgáfu kynningarefnis um starfsemi atvinnurekenda sem hefur ekki áhrif á viðskiptaákvörðanir neytenda um afurð. Ákvæði 1. mgr. verndar atvinnurekendur m.a. gegn óheiðarlegri samkeppni af hálfu annarra atvinnurekenda, þ.m.t. gegn eftirlíkingum eða annars konar hagnýtingu á vinnu annarra og brotum gegn rétti atvinnurekenda til nafns, hönnunar og viðskiptaleyndarmála að því marki sem réttindin eru ekki vernduð í annarri löggjöf. Ákvæðið verndar atvinnurekendur einnig gegn lítillækkandi umtali keppinauta og ósanngjarni hagnýtingu keppinauta á orðstír atvinnurekenda.

Ákvæði 1. mgr. varðar einnig þætti sem tengjast smekk og velsæmi. Ákvæðið á við um smekk og velsæmi í breiðu samfélagslegu samhengi og verndar m.a. neytendur gegn viðskiptaháttum sem stríða gegn almennum samfélagshagsmunum. Ákvæðið verndar neytendur enn fremur gegn viðskiptaháttum sem brjóta gegn líkamlegri og andlegri friðhelgi

einstaklingsins og friðhelgi einkalífs, eru uppþrengjandi, fela í sér misnotkun, valda óþægindum eða eru á annan hátt meiðandi. Sem dæmi má nefna óréttmæta notkun á nafni eða mynd neytanda. Einnig getur verið um ræða viðskiptahætti sem stríða gegn samfélagslegri ábyrgð, mismuna eða hvetja til haturs á grundvelli þjóðernisuppruna, litarháttar, kynþáttar, trúarbragða, kynhneigðar eða kynvitundar eða sem gera út á ótta, sjúkdóma, slys eða hjátrú eða hvetja til ofbeldis eða annarrar hættulegrar aðferðar.

Að því er varðar tilvísun til öryggis og heilsu neytenda þá getur ákvæði 1. mgr. um góða markaðshætti einnig verndað neytendur vegna markaðssetningar áfengis, tóbaks og lyfja.

Ákvæðið á enn fremur við ef um er að ræða atvik á sviði samningaréttar, þ.m.t. um gerð, gildi og áhrif samnings og óhæfilega samningsskilmála. Þetta á t.d. við um ósanngjarna samningsskilmála sem raska til muna jafnvægi milli réttinda og skyldna samningsaðila, neytanda í óhag. Ákvæðið getur einnig átt við ef neytendur eru krafðir um gjald sem byggir ekki á samningi.

Brot atvinnurekenda gegn ófrávíkjanlegum ákvæðum sérlaga sem vernda neytendur, þ.m.t. einkaréttarlegri löggjöf felur að jafnaði í sér brot gegn góðum markaðsháttum að teknu tilliti til neytenda. Neytendastofa getur því eftir atvikum beitt viðeigandi allsherjarréttarlegum úrræðum á grundvelli 1. mgr. vegna brota gegn neytendaverndarlöggjöf á sviði einkaréttar. Eftirlit Neytendastofu skv. frumvarpinu er almennt og tekur til hvers konar atvinnustarfsemi einkaaðila og opinberra aðila að því marki sem boðnar eru fram afurðir á markaði. Hafi öðrum stjórnvöldum verið falið sérstakt eftirlit með ákvæðum sérlaga er það hins vegar ekki hlutverk Neytendastofu að hafa eftirlit með þeim á grundvelli frumvarpsins nema annað sé ákveðið með lögum.

Við mat skv. 1. mgr. er eftir atvikum unnt að líta til viðtekinnna siðferðisviðmiða eða siðareglna. Sem dæmi má nefna siðareglur ýmissa starfsgreinasamtaka eða siðareglur Alþjóða viðskiptaráðsins um auglýsingar og markaðssetningu.

Ákvæðið um góða markaðshætti gerir stjórnvöldum og dómstólum kleift að setja viðmið og þróa réttarframkvæmd í samræmi við samfélagslegan skilning á því hvað teljist góð og heilbrigð atvinnustarfsemi á hverjum tíma. Það ræðst af heildarmati hverju sinni hvort háttsemi sé í samræmi við góða markaðshætti. Við matið ber að líta til meginmarkmiðs laganna sem er að tryggja vel starfandi markaði, þ.m.t. að teknu tilliti til atvinnurekenda, neytenda og almennra samfélagshagsmuna eins og þeir þróast. Verndarhagsmunir ákvæðisins eru hliðstæðir og getur sama háttsemi því varðað alla þeirra í senn. Það er stjórnvalda og dómstóla að meta hvaða verndarhagsmunir háttsemin varðar hverju sinni.

Í 2. mgr. er lagt til að viðskiptahættir sem beinast að börnum og ungmennum eða viðskiptahættir sem börn og ungmenni eru sérstaklega viðkvæm fyrir, skuli útfærðir af sérstakri varkárni vegna trúgírni, reynsluleysi og áhrifagírni barna og ungmenna. Ákvæðið er almenn aðgæsluregla sem atvinnurekendur skulu líta til þegar þeir útfæra viðskiptahætti sína. Einnig má líta til ákvæðisins við túlkun annarra ákvæða frumvarpsins eftir því sem við á.

Með börnum og ungmennum er almennt átt við einstaklinga sem hafa ekki náð 18 ára aldri. Taka skal mið af aldurshópnum sem um ræðir hverju sinni. Viðskiptahættir sem t.d. beinast að leikskólabörnum skulu því ekki metnir á sama hátt og þeir sem beinast að unglingum á aldrinum 15-16 ára.

Að jafnaði gildir ákvæði 2. mgr. ekki um tilfelli sem fjallað er um í 2. kafla frumvarpsins, sbr. 3. mgr. greinarinnar. Viðskiptahættir geta hins vegar samtímis tekið til verndarhagsmuna sem varða smekk og velsæmi, öryggi, heilsu eða aðra þætti sem hafa ekki að markmiði að

vernda fjárhagslega hagsmuni neytenda eða viðskiptahættirnir eru á sviði samningaréttar og gilda þá ákvæði 2. kafla samhliða 2. mgr. greinarinnar.

Með ákvæðinu er börnum og ungmennum veitt sérstök vernd þar sem þau skortir almennt meiri reynslu og eru almennt trúgjarnari og áhrifagjarnari en fullorðnir. Af ákvæðinu leiðir að atvinnurekendur mega ekki hagnýta sér trúgirnri, reynsluleysi og áhrifagirnri barna og ungmenna.

Við mat á því hvort viðskiptahættirnir séu í samræmi við góða markaðshætti skal þess gætt að börn og ungmenni eiga auðveldara með að taka jákvæðum boðskap um afurðir. Af þeim sökum þurfa allar lýsingar á stærð, virði, eðli, endingu, eiginleikum og skilyrðum afurðar að vera nákvæmari og raunhæfari en þegar viðskiptahættir beinast að fullorðnum. Af ákvæðinu leiðir enn fremur að atvinnurekendur mega ekki vísa ekki til kynlífs þegar viðskiptahættir beinast að börnum.

Viðskiptahættir sem beinast ekki að börnum eða ungmennum falla að jafnaði ekki undir ákvæðið. Þetta á við jafnvel þótt t.d. auglýsingar séu settar upp í almannarýminu. Atvik geta þó haft það í för með sér að viðskiptahættir atvinnurekenda verði taldir beinast að börnum eða ungmennum þrátt fyrir að börn og ungmenni séu ekki aðal markhópur auglýsingarinnar. Það að viðskiptahættir höfði bæði til barna, ungmenna og fullorðinna útilokar því ekki að viðskiptahættirnir falli undir ákvæðið. Viðskiptahættir geta beinst að börnum og ungmennum ef vefsíða atvinnurekanda eða markaðssetning á henni eða vörum hennar og þjónustu beinist sérstaklega að börnum og ungmennum. Hið sama gildir þótt auglýsing sem höfðar til barna og ungmenna birtist á miðli sem hefur börn og ungmenni ekki sem markhóp.

Það ræðst af heildarmati hverju sinni hvort viðskiptahættir teljist beinast að börnum og ungmennum. Við matið ber að líta til framsetningar og innihalds viðskiptaháttanna, hvar þeir koma fyrir, vörunnar eða þjónustunnar sem um ræðir og hvort börn koma fyrir í þeim.

Þegar atvinnurekandi má með sanngirnri gera ráð fyrir að tilteknir viðskiptahættir hafi áhrif á börn og ungmenni þar sem þau séu sérstaklega viðkvæm fyrir þeim er ekki gerð krafa um að viðskiptahættirnir beinist aðallega að börnum og ungmennum.

Við mat á því hvort viðskiptahættir á netinu beinist að börnum og ungmennum getur skipt máli hvort atvinnurekandi notar t.d. aldurstakmarkanir á vefsíðu til að hindra aðgang barna og ungmenna. Aldurstakmarkanir sem börn og ungmenni geta auðveldlega komist framhjá t.d. með að gefa upp rangan fæðingardag eða svara já og nei spurningum hafa hins vegar takmarkaða þýðingu og nægja ekki til ályktunar um að vefsíða beinist ekki að börnum og ungmennum.

Það getur einnig haft þýðingu við matið hvort hægt sé að stýra því tæknilega hvaða aldurshópar sjái viðskiptahættina á samfélagsmiðlum. Ef notendur samfélagsmiðla gefa upp aldur sinn þegar þeir stofna reikning á samfélagsmiðli og samfélagsmiðillinn býður upp á að stjórna því hvaða aldurshópar sjá efnið getur atvinnurekandinn að jafnaði gengið út frá að notendurnir veiti réttar upplýsingar um aldur sinn.

Það ræðst af heildarmati hverju sinni hvort tilteknir viðskiptahættir stríði gegn ákvæði 2. mgr.

Í 3. mgr. er lagt til að 2. kafli laganna gildi í stað 1. og 2. mgr. ef viðskiptahættirnir hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda. Ákvæði 1. og 2. mgr. greinarinnar eiga því við ef verndarhagsmunirnir varða ekki fjárhagslega hagsmuni neytenda heldur aðra verndarhagsmuni á borð við smekk og velsæmi, öryggi, heilsu eða aðra samfélagshagsmuni eða viðskiptahættirnir eru á sviði samningaréttar. Ákvæði 2. kafla eiga ekki við um slík tilfelli.

Ef atvik varða hins vegar bæði fjárhagslega hagsmuni neytenda og verndarhagsmuni sem varða smekk og velsæmi, öryggi, heilsu eða aðra samfélagshagsmuni eða viðskiptahættirnir eru á sviði samningaréttar gilda ákvæði 2. kafla samhliða 1. og 2. mgr. greinarinnar.

Í samræmi við þetta þurfa stjórnvöld sem hafa eftirlit á grundvelli laganna að meta hverju sinni hvort fara skuli með mál samkvæmt 1. og 2. mgr. greinarinnar, 2. kafla frumvarpsins eða bæði skv. 1. og 2. mgr. greinarinnar og 2. kafla frumvarpsins.

Að öðru leyti vísast nánar til umfjöllunar í 4.3. kafla frumvarpsins.

Um 4. gr.

Með greininni er lagt til að ný grein komi í stað 8. gr., sbr. 5. gr. gildandi markaðssetningarlaganna sem fjallar um óréttmæta viðskiptahætti. Ákvæði 8. gr. var sett með lögum nr. 50/2008 til innleiðingar á 5. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti sem fjallar um óréttmæta viðskiptahætti sem hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda.

Með greininni er lagt til að innleiða 1. mgr. 3. gr. og 1.-3. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar

Greinin gildir um viðskiptahætti atvinnurekanda gagnvart neytendum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með afurð fara fram.

Með greininni er krafa gerð til atvinnurekanda um að þeir viðhafi góða viðskiptahætti gagnvart neytendum. Með góðum viðskiptaháttum í skilningi greinarinnar er átt við viðmiðun fyrir sérstaka færni og alúð sem með réttu má búast við að atvinnurekandi viðhafi gagnvart neytendum, í samræmi við heiðarlega markaðsvenju eða almenna meginreglu um viðskipti í góðri trú á starfssviði atvinnurekandans, sbr. skilgreiningu í 9. tölul. 2. gr. frumvarpsins.

Við mat á því hvort brotið sé gegn góðum viðskiptaháttum verða skilyrði 10. gr. einnig að vera uppfyllt.

Ákvæðið um góða viðskiptahætti gagnvart neytendum er vísiregla og ber að túlka á virkan hátt með hliðsjón af samfélagsþróun. Ákvæðið gefur eftirlitsstjórnvöldum færi á að fylgja eftir breytingum í viðskiptaháttum og beina réttarfrankvæmd í farveg sem heppilegastur þykir á hverjum tíma með hliðsjón af dómafrankvæmd og í samræmi við samfélagsleg viðmið um eðlilegan og heilbrigðan atvinnurekstur.

Brot atvinnurekanda gegn einkaréttarlegri löggjöf á sviði neytendaverndar munu að jafnaði einnig fela í sér brot gegn góðum viðskiptaháttum gagnvart neytendum. Neytendastofa getur þannig stuðst við ákvæðið vegna brota gegn einkaréttarlegri löggjöf á sviði neytendaverndar og gripið til allsherjarréttarlegra úrræða í IX. kafla frumvarpsins vegna þeirra að því tilskildu að viðskiptahættirnir raski verulega eða séu líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun hins almenna neytanda.

Brot gegn ákvæðum 5.-9. gr. frumvarpsins munu alltaf fela í sér brot gegn ákvæðinu. Þetta leiðir af ákvæði 4. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar. Enn fremur leiðir það af dómi Evrópudómstólsins frá 19. september 2013 í máli C-435/11 að þegar viðskiptahættir teljast villandi skv. 1. mgr. 6. gr. tilskipunarinnar er ekki nauðsynlegt að kanna hvort viðskiptahættirnir teljist einnig fara gegn kröfum um faglega kostgæfni skv. 2. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar svo þeir teljist óréttmætir og þar með bannaðir samkvæmt 1. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar.

Um 5. gr.

Með greininni er lagt til að ný grein komi í stað 1. mgr. 9. gr. gildandi markaðssetningarlaganna sem fjallar um villandi athafnir sem hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda. Ákvæði 1. mgr. 9. gr. var sett með lögum nr. 50/2008 til innleiðingar á 6. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti sem fjallar um villandi athafnir.

Greininni er ekki ætlað að hafa í för með sér efnislegar breytingar á gildandi rétti að því er varðar tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti. Með greininni er lagt til að innleiða 6. gr., sbr. 1., 3. og 4. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar með nákvæmari hætti en gert er í gildandi lögum.

Í k. lið 2. mgr. greinarinnar er lagt til nýmæli um markaðssetningu vöru í einu aðildarríki sem samskonar vöru og markaðssett er í öðru aðildarríki Evrópska efnahagssvæðisins. Með ákvæðinu er lagt til að innleiða ákvæði c. liðar 2. mgr. 6. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti eins og henni var breytt með ákvæði 3. liðar 3. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu.

Greinin gildir um viðskiptahætti atvinnurekenda gagnvart neytendum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með afurðina fara fram.

Í greininni er kveðið á um að atvinnurekendur megi ekki viðhafa villandi athafnir. Kveðið er á um skilyrði sem líta ber til við mat á því hvort viðskiptahættir teljist villandi. Brot gegn ákvæðinu getur samtímis falið í sér brot gegn ákvæðum 7. gr. frumvarpsins um villandi athafnaleysi.

Í 1. mgr. er lagt til að viðskiptahættir atvinnurekenda teljist villandi athafnir ef þeir fela í sér rangar upplýsingar eða upplýsingar sem á annan hátt, þ.m.t. vegna framsetningar, villa um fyrir eða eru líklegar til að villa um fyrir hinum almenna neytanda, jafnvel þótt upplýsingarnar séu raunverulega réttar.

Viðskiptahættir geta villt um fyrir eða verið líklegir til að villa um fyrir hinum almenna neytanda ef atvinnurekandi setur réttar upplýsingar fram á villandi hátt, t.d. ef auglýsing gefur neytendum til kynna að afurð hafi tiltekna kosti þótt nánari skoðun á auglýsingunni leiði í ljós að svo er ekki. Viðskiptahættir geta einnig verið villandi ef atvinnurekandi gefur til kynna að lögboðin leyfi séu á einhvern hátt einkennandi fyrir atvinnurekstur hans þegar slík leyfi eru fersenda þess að geta haft þann starfa til að byrja með.

Í 2. mgr. er lagt til að kveðið verði á um þætti sem líta skuli til við mat á því hvort viðskiptahættir teljist villandi athafnir skv. 1. mgr. greinarinnar. Þættirnir sem líta skal til eru ekki tæmandi.

Í a. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti varðað eðli afurðar og hvort hún sé til. Þetta getur t.d. átt við þegar markaðssetning atvinnurekanda gefur til kynna að hann hafi tiltekna afurð til sölu þegar sú er ekki raunin. Ákvæðið getur einnig átt við þegar atvinnurekandi gefur til kynna með villandi hætti að áskriftarsamningur sem boðinn er til reynslu sé tímabundinn þegar raunin er sú að samningurinn er viðvarandi.

Í b. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti varðað helstu einkenni afurðar. Með því er t.d. átt við hverjir séu kostir hennar eða áhætta sem henni fylgir. Þar að auki er átt við aðstoð við viðskiptavini og meðferð ágreiningsmála eftir sölu. Jafnframt er átt við framleiðsluaðferð og dagsetningu framleiðslu eða veitingu, ásamt afhendingu. Þá er átt við hversu vel afurðin þjónar tilgangi sínum, notkun, magn, gæðalýsingu, landfræðilegan eða viðskiptalegan uppruna eða þann árangur sem vænta má af notkun hennar. Auk framangreinds getur verið átt við upplýsingar um hve langan tíma tekur að veita þjónustu.

Þau tilfelli sem falla undir a. og b. lið 2. mgr. geta skarast. Sem dæmi má nefna umhverfisfullyrðingar, þ.m.t. í formi texta, merkja, mynda eða tákna sem fallið geta undir ákvæði beggja töluliða. Fullyrðingar um að afurð sé umhverfisvæn mega þannig ekki vera ósannar auk þess sem framsetning sem gefur slíkt til kynna má ekki vera villandi. Þetta þýðir að allar umhverfisfullyrðingar verða að vera settar studdar viðeigandi gögnum sem stjórnvöld geti sannreynt, sbr. einnig 12. gr. frumvarpsins.

Í c. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti varðað umfang skuldbindinga atvinnurekandans, hverjar séu ástæðurnar fyrir viðkomandi viðskiptaháttum og hvers eðlis

söluferlið er. Atvinnurekandi má t.d. ekki gefa til kynna að hann starfi fyrir hönd eða á vegum hins opinbera eða að ástæður fyrir viðskiptaháttunum sé að rekja til lagaskyldu ef sú er ekki raunin.

Í d. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti varðað yfirlýsingar eða tákni sem með beinum eða óbeinum hætti styðja eða samþykkja atvinnurekanda eða afurð hans. Þetta getur t.d. átt við um villandi notkun gæðamerkja eða annarra merkja sem atvinnurekandi hefur ekki fengið heimild til að nota eða notkunar atvinnurekanda á eigin merki sem gefur neytendum til kynna að um sé að ræða merki óháðs aðila. Þetta getur einnig átt við þegar atvinnurekandi notar merki sem er svo líkt öðru merki að það valdi auðveldlega ruglingi.

Í e. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti varðað verðupplýsingar. Ákvæðið á bæði við um verð og aðferð við að reikna út verð. Sem dæmi um villandi verðframsetningu er þegar verði á afurð er skipt í marga verðþætti og áhersla lögð á einn verðþátt um fram aðra þætti verðsins sem eru settir fram á óskýran hátt þannig að neytendur fái ranga hugmynd um heildarverð afurðarinnar. Ákvæðið tekur einnig til sérstaks verðhagræðis. Sem dæmi má nefna upplýsingar um fyrra verð, afslætti, tilboð, leiðbeinandi útsöluverð, o.s.frv. Það er forsenda fyrir notkun slíkra afsláttarupplýsinga að atvinnurekandi hafi selt vöruna eða þjónustuna eða boðið hana til sölu í ákveðinn tíma beint fyrir kynningu verðhagræðisins.

Í f. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti varðað þörf fyrir viðhaldsþjónustu, varahluti, skipti á hlutum eða viðgerða.

Í g. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti tekið til réttinda, hæfni eða annars þess sem varðar aðstæður atvinnurekanda eða fulltrúa hans. Ákvæðið tekur m.a. til þess þegar atvinnurekandi eða fulltrúi hans gefur til kynna að starfsemi hans sé samþykkt af, tilheyrir eða sé í nánnum tengslum við stjórnvöld, opinbera aðila, félög eða samtök sem er til þess fallið að auka trúverðugleika eða virðingu starfseminnar í augum neytenda. Ákvæðið tekur einnig til þess þegar atvinnurekandi gefur til kynna að hann hafi tiltekin réttindi, þ.m.t. hugverkaréttindi, eða hafi hlotið verðlaun eða viðurkenningar þegar sú er ekki raunin. Þá getur ákvæðið átt við þegar atvinnurekandi gefur til kynna að hann hafi tekist á hendur ákveðnar skuldbindingar. Þetta á t.d. við þegar atvinnurekandi gefur til kynna að hann skuldbindi sig til að fylgja úrlausnum úrskurðaraðila sem fjalla um deilumál við neytendur þegar sú er ekki raunin.

Í h. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti tekið til réttinda neytenda. Ákvæðið getur þannig átt við um upplýsingar um réttindi neytenda að einkarétti, þ.m.t. skv. lögum um neytendakaup eða lögum um neytendasamninga. Sem dæmi um slíkar upplýsingar má nefna rétt neytanda til úrbóta og nýrra afhendingar eða endurgreiðslu.

Í i. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti tekið til skuldbindinga atvinnurekanda til að fylgja siðareglum. Atvinnurekandi má þannig ekki gefa sig út fyrir að fylgja tilteknum siðareglum þegar sú er ekki raunin. Enn fremur telst það í öllum tilvikum vera villandi viðskiptahættir að halda því fram að söluaðili hafi undirritað siðareglur þótt sú sé ekki raunin, sbr. 1. tölul. I. viðauka við tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti.

Í j. lið 2. mgr. er lagt til að villandi athafnir geti varðað rugling við vörumerki, auðkenni, eða afurð keppinautar. Ákvæðið getur t.d. átt við um eftirlíkingu á umbúðum annarrar vöru. Eftirlíkingin getur gefið neytendum til kynna að einungis sé verðmunur á vörum. Ef umbúðirnar eru til þess fallnar að valda því að hinn almenni neytandi kaupi vöruna sem hann hefði annars ekki gert geta viðskiptahættirnir talist villandi. Hafa ber í huga að 2., 4. og 13. tölul. I. viðauka við tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti banna viðskiptahætti sem varða m.a. vörumerki. Þessir tilteknu viðskiptahættir teljast undir öllum kringumstæðum villandi og eru því bannaðir. Í öðrum tilfellum en þeim sem tilgreind eru í I. viðauka þarf að fara fram ennislegt mat á því hvort viðskiptahættirnir teljist brjóta gegn 6. gr.

Í k. lið er lagt til það nýmæli að villandi athafnir geti varðað alla markaðssetningu vöru í einu aðildarríki sem samskonar vöru og markaðssett er í öðru aðildarríki Evrópska efnahagssvæðisins enda þótt sú vara sé verulega ólík að samsetningu eða eiginleikum nema slíkt sé réttlæt看legt á grundvelli lögmætra og hlutlægra þátta. Tekið skal fram að ákvæðið á einungis við um vörur en ekki þjónustu.

Við mat á því hvort munurinn á vörunum sé réttlæt看legur á grundvelli lögmætra og hlutlægra þátta skal litið til þess hvort neytendur eigi auðvelt með að greina muninn sem og réttar seljanda til að aðlaga vörur sem bera sama vörumerki að mismunandi landfræðilegum mörkuðum á grundvelli lögmætra og hlutlægra þátta, s.s. landslaga, tiltækileika eða árstíðabundins framboðs á hráefnum eða valfrjálsrar stefnu um að bæta aðgang að hollum og næringarríkum mat. Þá skal litið til réttar atvinnurekanda til að bjóða vörur af sama vörumerki í pakkningum af mismunandi þyngd eða rúmmáli á mismunandi landfræðilegum mörkuðum. Þau sjónarmið sem réttlæt看 geta mun á vörunum eru ekki tæmandi.

Af ákvæðinu leiðir að fara verður fram mat á því hvort varan sé eins í öðrum aðildarríkjum og þá hvort hún sé verulega ólík að samsetningu eða eiginleikum. Því næst skal metið hvort lögmætir eða hlutlægir þættir geti réttlæt看 muninn. Atvinnurekendur ættu að geta látið í té upplýsingar um slíkt eftir mismunandi leiðum sem gera neytendum kleift að fá aðgang að nauðsynlegum upplýsingum.

Um 6. gr.

Með greininni er lagt til að ný grein komi í stað 1. mgr. 6. gr. gildandi markaðssetningarlaga sem fjallar um auðþekkjulegar auglýsingar og 2. mgr. 9. gr. og 10. gr. laganna sem fjalla um villandi athafnaleyfi sem hefur áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda.

Með greininni er lagt til að innleiða 7. gr., sbr. 1., 3. og 4. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar. Lagt er til að innleiða ákvæði 7. gr. tilskipunarinnar með nákvæmari hætti en gert er í gildandi lögum. Einnig er lagt til að innleiða 4. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar eins og henni var breytt með a. lið 4. mgr. 3. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu. Annars vegar er lagt til nýmæli um upplýsingar um atvinnurekenda á netmörkuðum í h. lið 2. mgr. og hins vegar að fella brott ákvæði d. liðar 1. mgr. 10. gr. gildandi laga að því er varðar upplýsingar um meðferð kvörtunarmála.

Greinin gildir um viðskiptahætti atvinnurekenda gagnvart neytendum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöruna eða þjónustuna fara fram.

Í 1. mgr. er lagt til að viðskiptahættir atvinnurekenda teljist villandi ef atvinnurekandi sleppir mikilvægum upplýsingum, leynir þeim eða veitir þær á óljósan, óskiljanlegan, margræðan eða ótímabæran hátt. Atvinnurekendur eiga þannig að veita allar mikilvægar upplýsingar á skýran, skiljanlegan, einfaldan og viðeigandi hátt hverju sinni.

Ákvæði 1. mgr. er ætlað að tryggja gagnsæi. Neytendur eiga þannig að geta metið með áreiðanlegum hætti hina markaðssettu afurð og þá kosti, ókosti, skilyrði, o.fl. sem viðskiptaháttunum tengjast áður en ákvörðun um viðskipti er tekin.

Brot gegn ákvæðinu getur samtímis falið í sér brot gegn ákvæðum 6. gr. frumvarpsins um villandi athafnir.

Ákvæði 1. mgr. leggur skyldu á atvinnurekendur að veita allar mikilvægar upplýsingar, þ.e. upplýsingar sem eru nauðsynlegar fyrir hinn almenna neytanda svo hann geti tekið upplýsta viðskiptaákvörðun. Það ræðst af heildarmati hvaða upplýsingar teljast mikilvægar og atvinnurekendum skylt að veita. Að því er varðar sölutilboð er nánar kveðið á um í 2. mgr. hvaða upplýsingar teljast mikilvægar.

Kröfur um upplýsingar varðandi auglýsingar eða markaðssetningu, sem leiða af EES-reglum í tengslum við samskipti í viðskiptum teljast undir öllum kringumstæðum mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. greinarinnar. Slíkar kröfur má finna víða í lögum og reglugerðum. Auk þess þá inniheldur II. viðauki tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti skrá yfir lagaákvæði framkvæmdastjórnarinnar, sem er ekki tæmandi og varðar reglur um auglýsingar og samskipti í viðskiptum sem teljast alltaf mikilvægar upplýsingar. Þau ákvæði hafa m.a. verið innleidd hér á landi í lögum um rafræn viðskipti og aðra rafræna þjónustu nr. 30/2002, lögum um váttryggingarsamninga nr. 30/2004, lögum um fjarsölu á fjármálaþjónustu nr. 33/2005, lögum um váttryggingarstarfsemi nr. 56/2010, lögum um neytendalán nr. 33/2013, lögum um skiptileigusamninga fyrir afnot af húsnæði í orlofi eða frístundum, o.fl. nr. 120/2013, lögum um neytendasamninga nr. 16/2016, lögum um pakkaferðir og samtengda ferðatilhögun nr. 95/2018, lögum um dreifingu váttrygginga nr. 62/2019, lögum um lýsingu verðbréfa sem boðin eru í almennu útboði eða tekin til viðskipta á skipulegum markaði nr. 14/2020, lyfjalögum nr. 100/2020 og lögum um markaði fyrir fjármálagerninga nr. 115/2021. Ákvæði 1. mgr. virkar á þennan hátt sem vísiregla, þ.e. Neytendastofa, áfrýjunarnefnd neytendamála og dómstólar geta litið til framangreindra laga og reglna þegar metið er hvort upplýsingar teljist mikilvægar og viðskiptahættir atvinnurekenda eftir atvikum villandi skv. 1. mgr. 6. gr.

Ef neytendur þurfa að uppfylla tiltekin skilyrði til að geta nýtt sér tilboð þá teljast þau að jafnaði mikilvægar upplýsingar. Tilboð geta t.d. verið skilyrt tímalega eða bundin við ákveðin svæði eða aldur. Skilyrði geta tengst afhendingu, sendingarkostnaði, gjöldum, eða öðrum kröfum svo unnt sé að nýta sér tilboðið. Sem dæmi má nefna ef neytendur þurfa að kaupa fyrir lágmarksfjárhæð til að geta nýtt sér tilboðið. Hið sama gildir ef vöru er einungis hægt að kaupa í takmörkuðu magni. Ef verðhagræði er bundið skilyrðum svo sem ef það nær einungis til tiltekinna afurða getur það talist mikilvægar upplýsingar.

Ákvæði 1. mgr. tekur einnig aðgerða atvinnurekenda til að auka sölu afurðarinnar með því að gera hana meira aðlaðandi en ella. Þar undir falla ýmsir viðskiptahættir á borð við kaupbæti, ókeypiss prufur, auglýsingagjafir, magnafslætti, tryggðarafslætti, afsláttarkerfi, punktakerfi, verðlaunaleiki o.s.frv. Í slíkum tilfellum teljast skilyrði tilboðsins að jafnaði mikilvægar upplýsingar.

Það ræðst af einkennum viðskiptaháttanna hverju sinni hvaða tilboðsupplýsingar teljast mikilvægar. Almennt má þó leggja til grundvallar að upplýsingar sem skipta neytanda ekki máli við mat á tilboðinu teljist að jafnaði ekki mikilvægar.

Ef um er að ræða afsláttarfyrirkomulag hefur það oftast verulega þýðingu að upplýsa um tímabil afsláttarins og skilyrði þess að geta nýtt sér hann, hvort afsláttinn sé unnt að nota með öðrum tilboðum og hjá hverjum sé hægt að nota afsláttinn.

Við mat á því hvort mikilvægum upplýsingum hafi verið sleppt, þeim verið leynt eða þær verið veittar á óljósan, óskiljanlegan, margræðan eða ótímabæran hátt hefur þýðingu hvernig, hvar og hvenær upplýsingarnar eru veittar, þ.m.t. hvort þær hafi verið veittar sjálfstætt eða með fjölda annarra upplýsinga. Enn fremur hefur þýðingu hvort sérstakt form eða aðferð sé notuð til að beina athygli neytenda frá mikilvægum upplýsingum. Sem dæmi má nefna ef neytanda er talið trú um að hann sé að gera tímabundinn samning en ekki viðvarandi samning með því að beina honum frá þeim upplýsingum. Hið sama á við ef neytandi kaupir afurð án þess að tekið sé skýrt fram að samhliða sé gerður viðvarandi áskriftarsamningur um aðra afurð.

Í 2. mgr. er lagt til að kveðið verði á um upplýsingar sem teljist mikilvægar í skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð og sem atvinnurekanda ber skylda til að veita nema það hafi þegar komið skýrt fram af samhenginu. Hugtakið sölutilboð er skilgreint í 10. tölul. 2. gr.

frumvarpsins. Með því er átt við samskipti í viðskiptum sem gefa til kynna eiginleika og verð afurðarinnar á þann hátt sem hæfir þeirri tegund samskipta sem um ræðir og gerir þar með neytandanum kaupin möguleg.

Samkvæmt ákvæðinu þarf ekki alltaf að veita upplýsingarnar berum orðum ef þær hafa þegar komið skýrt fram af samhenginu. Sem dæmi má nefna ef einkenni vöru koma skýrt fram með uppstillingu hennar í verslun. Sé slíkt ekki hægt, t.d. þegar um er að ræða tæknilega flókna vöru þarf að veita upplýsingarnar sérstaklega. Með ákvæðinu eru ekki gerðar formkröfur til upplýsingagjafar í sölutilboðum. Krafa 1. mgr. á aftur á móti jafnt við um sölutilboð eins og aðra viðskiptahætti sem þýðir að ekki má sleppa eða leyna upplýsingunum eða veita þær á óljósan, óskiljanlegan, margræðan eða ótímabæran hátt.

Upplýsingarnar á að jafnaði að veita í beinum tengslum við sölutilboðið. Í vissum tilfellum kann hins vegar að vera fullnægjandi að vísað sé á heimasíðu atvinnurekanda um tilteknar tegundir upplýsingar sem tengjast sölutilboðinu, sbr. dóm Evrópudómstólsins í máli C-122/10. Þegar sölutilboðið felst í uppstillingu vöru í verslun telst fullnægjandi að veita upplýsingar um verð og einkenni vörunnar með vörunni sjálfri og merkingum við hana. Upplýsingar sem ekki varða vöruna sjálfa, svo sem um greiðslufyrirkomulag eða skilarétt, er þá hægt að veita með skýrum merkingum annars staðar í versluninni. Kauptilboð í auglýsingum eiga að innihalda allar upplýsingar sem kveðið er á um í 2. mgr. svo lengi sem þær hafa ekki þegar komið skýrt fram af samhenginu.

Í a. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um helstu eiginleika afurðar teljist mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð. Upplýsingar um helstu eiginleika afurðar á að veita að því marki sem hæfir miðlinum og afurðinni sem um ræðir. Liggi fyrir að um sölutilboð sé að ræða er a. liður 2. mgr. oft uppfylltur þegar af þeirri ástæðu, sbr. skilgreiningu frumvarpsins á hugtakinu sölutilboð.

Í b. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um nafn og heimilisfang atvinnurekanda og ef við á, þess atvinnurekanda sem hann starfar fyrir teljist mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. Þegar verslun er almennt þekkt af neytendum nægir að upplýsa um nafn atvinnurekanda í auglýsingu, ef heimilisfangið má ráða af samhenginu, svo sem þegar verslanakeðja hefur verslanir um land allt. Þegar sölutilboð felst í ústillingu vöru í verslun ræðst nafn og heimilisfang atvinnurekanda þegar af samhenginu og þarf því ekki að taka það sérstaklega fram.

Í c. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um greiðslutilhögun, afhendingu og framkvæmd samnings, teljist mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð, víki þessi atriði frá því sem tíðkast í starfsgreininni. Þannig þarf að fara fram mat á atvikum með hliðsjón af því sem tíðkast í starfsgreininni.

Í d. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um rétt til að falla frá samningi, rétt til afpöntunar eða skilarétt hafi neytendur slíkan rétt, teljist mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð. Skyldan til að veita upplýsingarnar á bæði við um lögbundinn rétt og rétt neytenda skv. samningi. Að jafnaði nægir að veita upplýsingar um að slíkur réttur sé til staðar.

Í e. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um verð, þ.m.t. virðisaukaskatt og önnur opinber gjöld teljist mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð. Með verði er ekki einungis átt við verðið fyrir sjálfa afurðina heldur einnig allan aukakostnað og gjöld sem neytandi þarf óhjákvæmilega að greiða. Sem dæmi má nefna eldsneytisgjald, þrifagjald, umsýslugjald, flýti- eða afgreiðslugjald eða gjald fyrir útgáfu vörureiknings. Ef um er að ræða áskriftarsamninga verður að upplýsa um samanlagt lágmarksverð áskriftartímans. Ákvæðið gerir þá kröfu að upplýst sé um heildarverð vegna kaupa á afurðinni.

Í f. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um hvernig verð sé fundið út ef afurð hefur þá eiginleika að ekki sé hægt að gefa upp verð með góðu móti fyrirfram teljist mikilvægar í upplýsingar skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð.

Í g. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um allan viðbótarkostnað við frakt, afhendingu eða flutning ef við á, teljist mikilvægar í upplýsingar skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð. Þegar fraktkostnaður ræðst af umfangi heildarviðskipta getur verið að ekki sé hægt að gefa hann upp fyrirfram með góðu móti. Í slíkum tilfellum verður að greina frá því að fraktkostnaður bætist við verðið. Þegar um rafræn viðskipti er að ræða á að taka fram að sendingarkostnaður geti bæst við þegar heildarverð er gefið upp. Til dæmis er hægt að uppfylla skilyrði ákvæðisins með því að greina frá því að sendingarkostnaður bætist við verðið með hlekk á vefsíðu þar sem útskýrt er hvernig sendingarkostnaður er reiknaður út. Ef sendingarkostnaður er fastur eða hlutfall verðsins ber að reikna hann inn í verðið.

Í h. lið 2. mgr. er lagt til að upplýsingar um hvort þriðji aðili sem býður afurðir á netmarkaði sé atvinnurekandi eða ekki teljist mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð. Það nægir fyrir þjónustuveitanda netmarkaðar að styðjast við yfirlýsingu þriðja aðila til þjónustuveitandans um stöðu sína. Með öðrum orðum er ekki gerð krafa um að þjónustuveitandinn staðreyni réttmæti yfirlýsingarinnar. Ákvæðinu er ætlað að tryggja að neytandi fái skýrar upplýsingar um það hver sé viðsemjandi sinn og hvort hann sé atvinnurekandi eða ekki. Þessar upplýsingar ætti að veita á skýran og skilmerkilegan hátt og ekki aðeins í stöðluðum skilmálum og skilyrðum eða svipuðum samningsgögnum. Við mat á því hvort upplýsingarnar eru veittar á skýran og skilmerkilegan hátt má líta til þess hvort neytandinn fær upplýsingarnar án þess að aðhafast nokkuð sjálfur.

Í 3. mgr. er lagt til að atvinnurekendur skuli upplýsa á skýran hátt um viðskiptalegan tilgang hvers konar viðskiptahátta, þar á meðal auglýsinga ef það hefur ekki þegar komið fram af samhenginu. Ákvæðið bannar því m.a. duldar auglýsingar.

Ákvæðið gerir þá almennu kröfu að upplýst skuli um viðskiptalegan tilgang viðskiptahátta með skýrum hætti. Markmið ákvæðisins er að tryggja að neytendur sem viðskiptahættirnir beinast að geti borið kennsl á hinn viðskiptalega tilgang og metið viðskiptahættina í því ljósi. Sé t.d. um að ræða auglýsingu er markmiðið að viðtakendur hennar átti sig á að um auglýsingu sé að ræða.

Sem dæmi um viðskiptahætti sem ákvæðið nær til má nefna auglýsingar þar sem einstaklingar eru fengnir til að koma á framfæri tilteknum atvinnurekanda eða afurðum.

Viðskiptalegur tilgangur verður að vera fyrir hendi svo ákvæðið eigi við. Það er aftur á móti ekki gerð krafa um að fyrir liggi samningur milli atvinnurekandans og þess sem stendur fyrir markaðssetningunni. Hafi hins vegar verið gerður samningur um að koma afurð á framfæri er alltaf um að ræða viðskiptalegan tilgang. Hafi atvinnurekandi t.d. gefið einstaklingi sem kemur fram á samfélagsmiðlum gjafir eða látið viðkomandi í té afurð án skuldbindingar um að nota hana á tiltekinn hátt getur það að virtu heildarmati gefið til kynna að viðskiptalegur tilgangur sé fyrir hendi.

Ákvæðið gerir þá kröfu að upplýst sé um viðskiptalegan tilgang með skýrum hætti nema það hafi komið skýrt fram af samhenginu. Á samfélagsmiðlum getur persónuleg tjáning hæglega runnið saman við viðskiptalega tjáningu og erfitt getur verið fyrir neytendur að átta sig á muninum þar á milli. Ákvæðið eftirlætur atvinnurekanda að ákveða hvernig upplýst er um viðskiptalegan tilgang svo lengi sem það er gert á skýran hátt. Með því er átt við að athygli viðtakandans sé vakin á að um viðskiptalegan tilgang sé að ræða.

Það er skylda atvinnurekandans sem ber ábyrgð á viðskiptaháttunum að sjá til þess að upplýst sé um viðskiptalegan tilgang. Ef atvinnurekandinn hefur t.d. greitt einstaklingi eða

látið honum í té annað endurgjald til þess að fjalla um eða á annan hátt markaðssetja afurð, þá á atvinnurekandinn að gera það sem er mögulegt og forsvaranlegt til að tryggja að greint verði frá viðskiptalegum tilgangi. Sé það ekki gert þrátt fyrir ráðstafanir atvinnurekandans ber hann að jafnaði ekki ábyrgð.

Ákvæðið kemur til viðbótar við sérákvæði laga um fjölmiðla um dulin viðskiptaboð og laga um rafræn viðskipti og aðra rafræna þjónustu um auðkenningu markaðssetningar. Ákvæðið hefur ekki áhrif á sérákvæði laga um fjölmiðla eða valdmörk fjölmiðlanefndar.

Í 4. mgr. er lagt til að við mat á því hvort viðskiptahættir séu villandi skv. 1. og 3. mgr. skuli tekið tillit til þess hvort miðillinn sem notaður er veitir takmarkað rými eða tíma til að miðla upplýsingunum og ráðstafana atvinnurekanda til að gera upplýsingarnar aðgengilegar fyrir neytendur með öðrum hætti. Ef miðillinn veitir takmarkað rými eða tíma getur atvinnurekandi að ákveðnu marki gert upplýsingarnar aðgengilegar neytendum á annan hátt. Sem dæmi má nefna texta í auglýsingaborða þar sem neytendum er bent á að nánari upplýsingar megi nálgast á vefsíðu atvinnurekandans. Upplýsingar geta þó verið það mikilvægar að ekki sé forsvaranlegt að sleppa þeim úr auglýsingunni enda þótt hún veiti til þess takmarkað rými eða tíma. Það ræðst af heildarmati hverju sinni að tekni tilliti til allra atvika máls hvort viðskiptahættirnir teljist villandi.

Um 7. gr.

Greinin er nýmæli og með henni lagt til að innleiða 4a. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti, sbr. b. lið 4. mgr. 3. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu.

Greinin gildir um viðskiptahætti atvinnurekenda gagnvart neytendum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöruna eða þjónustuna fara fram.

Í greininni er lagt til að almennar upplýsingar, aðgengilegar í sérstökum hluta netskilflatar sem beinn og auðveldur aðgangur er að frá síðu með leitarniðurstöðum, um helstu breytur sem ákvarða röðun afurða, sem neytandanum er sýndar sem leitarniðurstöður og hlutfallslegt vægi þessara breyta samanborið við aðrar breytur teljist mikilvægar upplýsingar í skilningi 1. mgr. þegar um er að ræða sölutilboð. Ákvæði greinarinnar eiga við þegar neytendum er boðið að leita að afurðum sem mismunandi atvinnurekendur eða neytendur bjóða, með fyrirsögn í formi leitarorðs, orðasambands eða annars innleggs, óháð því hvar gengið er frá viðskiptunum. Ákvæði greinarinnar eiga ekki við þegar neytendum er einungis boðið að leita að eigin afurðum atvinnurekandans. Ákvæði greinarinnar eiga heldur ekki við leitarvélar á netinu skv. 6. lið 2. gr. reglugerðar Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2019/1150. Með ákvæðinu er stefnt að bættu gagnsæi í röðun leitarniðurstöðna.

Af greininni leiðir að neytendur eiga að fá upplýsingarnar í tengslum við leitarniðurstöður með greiðum, áberandi og beinum hætti. Upplýsingarnar sjálfar eiga að vera sýnilegar og auðveldlega aðgengilegar öllum og á einföldu og skiljanlegu máli. Með öðrum orðum ættu neytendur að jafnaði að geta nálgast upplýsingarnar með því að smella á einn hlekk hjá leitarniðurstöðunum. Breytur sem ákvarða röðun eru allar almennar viðmiðanir, ferli, sérstök merki sem felld eru inn í algrím eða annað fyrirkomulag til aðlögunar eða lækkunar sem notað er í tengslum við röðunina.

Um 8. gr.

Greinin er nýmæli og með henni lagt til að innleiða 6. mgr. 7. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti, sbr. c. lið 4. mgr. 3. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu.

Greinin gildir um viðskiptahætti atvinnurekenda gagnvart neytendum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöruna eða þjónustuna fara fram.

Í greininni er lagt til að þegar atvinnurekandi veitir aðgang að umsögnum neytenda um afurðir teljast upplýsingar um það hvort og hvernig atvinnurekandinn tryggir að birtar umsagnir komi frá neytendum sem hafi í reynd notað eða keypt afurðina, vera mikilvægar í skilningi 1. mgr. 7. gr.

Með ákvæðinu er ekki gerð sú krafa að atvinnurekandi tryggi að umsagnirnar stafi í raun frá neytendum heldur að upplýst sé hvort fyrir hendi séu ferlar og verklag til að tryggja að birtar umsagnir komi frá neytendum sem hafa í reynd notað eða keypt afurðirnar. Ef slíkir ferlar og verklag eru fyrir hendi ættu atvinnurekendur að veita upplýsingar um það hvernig athuganir eru gerðar og veita neytendum skýrar upplýsingar um það hvernig vinnslu umsagna er háttáð, t.d. hvort allar umsagnir, jákvæðar jafnt sem neikvæðar, séu birtar eða hvort umsagnirnar séu kostaðar eða atvinnurekandi hafi samið um þær með öðrum hætti.

Ákvæðið skal athuga í samhengi við tölul. 23b í I. viðauka tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti eins og viðaukanum var breytt með c. lið 7. mgr. 3. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu sem kveður á um að það teljist í öllum tilvikum villandi viðskiptahættir að halda því fram að umsagnir um afurð séu settar fram af neytendum sem hafa í reynd notað eða keypt vöruna án þess að gera sanngjarnar og hóflegar ráðstafanir til að kanna hvort þær komi frá slíkum neytendum. Slíkar ráðstafanir geta m.a. falist í að nota tæknilegar leiðir til að sannreyna áreiðanleika einstaklings sem setur inn umsögn, t.d. með því að fara fram á upplýsingar til að ganga úr skugga um að neytandinn hafi í reynd notað eða keypt afurðina. Upplýsingar um hvernig atvinnurekandi tryggir að birtar umsagnir komi frá neytendum samkvæmt greininni geta þannig skipt máli við mat á því hvort gripið hafi verið til sanngjarnra og hóflegra ráðstafana í skilningi tölul. 23b í I. viðauka tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Um 9. gr.

Með greininni er lagt til að ný grein komi í stað 12. gr. gildandi markaðssetningarlaga sem fjallar um ágenga viðskiptahætti sem hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda.

Greininni er ekki ætlað að hafa í för með sér efnislegar breytingar á gildandi rétti. Með greininni er lagt til að innleiða 8. og 9. gr., sbr. 1. og 4. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar. Lagt er til að innleiða 8. gr. tilskipunarinnar með nákvæmari hætti en í gildandi lögum auk þess sem lagt er til að ákvæði 9. gr. tilskipunarinnar leiði af lagatextanum sjálfum.

Greinin gildir um viðskiptahætti atvinnurekenda gagnvart neytendum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöruna eða þjónustuna fara fram.

Í 1. mgr. er lagt til að atvinnurekandi megi í viðskiptaháttum sínum ekki beita áreitni, þvingunum, ofbeldi eða ótilhlýðilegum áhrifum sem er til þess fallið að skerða verulega valfrelsi eða hegðun neytenda varðandi afurðina.

Í 11. tölul. 2. gr. frumvarpsins er hugtakið ótilhlýðilegar aðferðir skilgreint. Þar er átt við það þegar valdastaða gagnvart neytandanum er nýtt til að beita hann þrýstingi jafnvel þótt líkamlegu ofbeldi eða hótunum um slíkt sé ekki beitt, á þann hátt sem takmarkar verulega möguleika neytandans á því að taka upplýsta ákvörðun.

Í 2. mgr. er lagt til að lögfest verði sjónarmið við mat á því hvort atvinnurekandi hafi í viðskiptaháttum sínum beitt áreitni, þvingunum, ofbeldi eða ótilhlýðilegum áhrifum í skilningi 1. mgr. greinarinnar.

Í fyrsta lagi skal tekið tillit til tímasetningar viðskiptaháttanna, staðsetningar þeirra, eðli þeirra og hve lengi þeir vara. Í því samhengi getur haft þýðingu hvort viðskiptahættirnir eiga sér stað í almannarýminu eða á starfsstöð atvinnurekanda sem neytandi getur yfirgefið auðveldlega eða á stöðum þar sem neytandi reiknar að jafnaði ekki með að verða fyrir slíkum

viðskiptaháttum, t.d. á heimili eða vinnustað neytenda eða öðrum stöðum sem eru ekki opinir almenningi.

Í öðru lagi skal tekið tillit til þess hvort notað er ógnandi eða móðgandi orðalag eða háttsemi. Í þriðja lagi skal tekið tillit til þess hvort atvinnurekandi nýtir sér tiltekna óheppilega stöðu eða aðstæður neytandans, sem hann þekkir til og eru svo alvarlegar að þær draga úr dómgreind neytandans, til að hafa áhrif á ákvörðun neytandans varðandi afurðina. Þetta getur til dæmis átt við um tilvik þar sem neytandi stendur í skilnaði eða hefur misst einhvern nákominn.

Í fjórða lagi skal litið til þess hvort atvinnurekandi setur fram íþyngjandi eða óhóflegar hindranir, sem ekki leiða af samningi, þegar neytandi vill neyta réttar síns samkvæmt samningi, þ.m.t. rétti til að rifta samningi eða skipta yfir í aðra afurð eða annan atvinnurekanda. Þetta getur til dæmis átt við um atvinnurekendur sem bjóða einungis upp á mjög stuttan opnunartíma eða gera neytendum í raun ómögulegt að hafa samband svo sem með því að svara ekki símtölum eða tölvupóstum, neita að taka við bréfum eða gera kröfu um að samningi megi t.d. bara segja upp með faxi.

Í fimmta lagi skal litið til hvers konar hótana um ólögmæta háttsemi, þ.m.t. ef neytanda er hótad innheimtuaðgerðum eða skráningu á vanskilaskrá þegar lagaskilyrði fyrir slíkum aðgerðum eru ekki uppfyllt.

Í I. viðauka við tilskipunina um óréttmæta viðskiptahætti er kveðið á um margvíslega ágenga viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir.

Hafa ber í huga að kveðið er á um hótanir, ofbeldi og ólögmæta nauðung í almennum hegningarlögum sem átt geta við um háttsemina, eftir atvikum þannig að um brotasamsteypu sé að ræða. Þá geta ógildingarákvæði III. kafla samningalaga einnig komið til skoðunar í þessu samhengi.

Um 10. gr.

Með greininni er lagt til að kveðið verði á um skilyrði þess að viðskiptahættir teljist brjóta gegn 4.-9. gr. frumvarpsins. Greinin er ný en með henni er safnað saman skilyrðum sem koma fram í 8.-10. gr. og 12. gr. gildandi markaðssetningarlaga sem innleiða ákvæði 5.-9. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti. Greinin orðar skilyrði tilskipunarinnar með skýrari hætti en í gildandi lögum.

Í 1. mgr. er lagt til að viðskiptahættir brjóti gegn 4.-9. gr. að því tilskildu að þeir raski verulega eða séu líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun hins almenna neytanda gagnvart afurðinni sem hann fær eða er ætluð honum. Viðskiptahættirnir verða þannig að vera líklegir til að valda því að hinn almenni neytandi taki viðskiptaákvörðun sem hann hefði ekki annars gert. Ákvæðið gerir þannig ekki kröfu um að viðskiptahættir hafi í raun raskað verulega fjárhagslegri hegðun. Það nægir að viðskiptahættirnir geti haft í för með sér að hinn almenni neytandi taki viðskiptaákvörðun sem hann hefði annars ekki gert. Veruleg röskun á fjárhagslegri hegðun neytenda er skilgreind í 7. tölul. 2. gr. frumvarpsins.

Það ræður ekki úrslitum að neytandinn hafi í raun tekið viðskiptaákvörðun sem hann hefði annars ekki tekið. Það er heldur ekki gerð krafa um að viðskiptahættirnir sem um ræðir séu endurteknir eða varði fleiri en einn neytanda, sbr. dóm Evrópudómstólsins í máli nr. C-388/13. Skilyrði ákvæðisins teljast uppfyllt þótt ekki sé sannað t.d. að tiltekin auglýsing hafi valdið því að neytandi skoðaði og eftir atvikum keypti afurð. Það nægir að slík áhrif séu líkleg. Hugtakið viðskiptaákvörðun er skilgreint í 6. tölul. 2. gr. frumvarpsins.

Hinn almenni neytandi er að teknu tilliti til félagslegra, menningarlegra og málfarslegra þátta tiltölulega vel upplýstur og tiltölulega athugull og varkár. Hugtakinu er ætlað að skapa

jafnvægi milli nauðsynlegrar neytendaverndar og frjálsra viðskipta á opnum samkeppnismarkaði.

Við mat á þekkingu hins almenna neytanda verður að taka tillit til allra viðeigandi þátta, svo sem efnahagslegs samhengis, markaðsaðstæðna og aðstæðna við sölu afurðarinnar. Þá verður að líta til eiginleika hennar, hvaða upplýsingar eru veittar neytandanum, hversu skýrar þær eru og framsetningar viðskiptaháttanna.

Félagslegir, menningarlegir og málfarslegir þættir geta verið breytilegir milli aðildarríkja. Atvinnurekandi í einu aðildarríki kann því að þurfa veita ítarlegri upplýsingar en í öðru aðildarríki til þess að villa ekki um fyrir neytendum. Það ber þó að líta til þess við mat á viðskiptaháttunum hvort þeir séu almennt stundaðir í öðrum aðildarríkjum.

Hinn almenni neytandi er hvorki óbreytilegt né tölfræðilegt hugtak. Stjórnvöld og dómstólar skulu sjálf meta hvað teljist dæmigerð viðbrögð hins almenna neytanda hverju sinni að teknu tilliti til dómaframkvæmdar. Þar sem hugtakið er ekki tölfræðilegt er ekki nauðsynlegt að leggja fram matsgerðir eða neytendarannsóknir við matið. Í dómi Evrópudómstólsins í máli C-210/96 var komist að því að ekki sé nauðsynlegt fyrir matið að leggja fram matsgerðir sérfróðra matsmanna eða skoðanakannanir.

Af ákvæðinu leiðir einnig að ef viðskiptaháttum er beint að sérstökum hópi neytenda, þá skuli miðað við hinn almenna neytanda í þeim hópi. Beinist viðskiptahættirnir t.d. að börnum ber að miða við hið almenna barn sem neytanda. Til að unnt sé að beita ákvæðinu með þeim hætti þarf að meta hvort viðskiptahættirnir beinist að tilteknum hópi neytenda. Um þetta vísast til umfjöllunar við 3. gr. að því er varðar börn og ungmenni.

Í 2. mgr. er lagt til að viðskiptahættir sem eru líklegir til að raska verulega hegðun hóps neytenda sem fyrirsjáanlega er sérstaklega berskjaldaður fyrir viðskiptaháttunum, afurðinni sem á í hlut, skuli metnir út frá hinum almenna neytanda í þeim hópi. Sem dæmi um slíka hópa eru neytendur sem vegna andlegrar eða líkamlegrar fötlunar, aldurs eða trúgirnri eru berskjaldaðri fyrir viðskiptaháttunum en hinn almenni neytandi. Sérkennin sem talin eru í ákvæðinu og valda því að tilteknir hópar neytenda eru berskjaldaðri en ella eru ekki tæmandi talin. Við mat á viðskiptaháttum gagnvart berskjölduðum hópum skal einnig litið til þess hvort atvinnurekendur hafi auðveldlega mátt sjá fyrir að viðskiptahættirnir kunni að raska hegðun slíkra neytenda í fjárhagslegu tilliti.

Það er ekki markmið ákvæðisins að banna almennar og lögmætar auglýsingaraðferðir þar sem settar eru fram ýktar fullyrðingar eða fullyrðingar sem ekki er ætlunin að séu teknar bókstaflega. Ákveðnir neytendur geta verið svo auðtrúa að þeir láta blekkjast eða bregðast órökrétt við jafnvel heiðarlegustu viðskiptaháttum. Til dæmis gætu einhverjir neytendur haldið að franskar kartöflur komi alltaf frá Frakklandi. Atvinnurekendur geta ekki borið ábyrgð á öllum mögulegum viðbrögðum eða túlkunum á viðskiptaháttum sem einstaka neytendum dettur í hug.

Ákvæðið á m.a. við um viðskiptahætti sem beinast að breiðum hópi neytenda en sem hefur í raun það markmið að misnota neytendur sem standa höllum fæti. Þetta getur t.d. átt við þegar bréf eru send til mikils fjölda neytenda um að þeir eigi von á peningaverðlaunum sem gabbar þá til að afhenda persónuupplýsingar eða peninga.

Um 11. gr.

Greinin kemur í stað reglugerðarheimildar í 2. mgr. 8. gr. gildandi markaðssetningarlaga, sbr. reglugerð nr. 160/2009 um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir sem innleiðir I. viðauka tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Greininni er ætlað að innleiða með reglugerð I. viðauka við tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti, sbr. 5. mgr. 5. gr. tilskipunarinnar eins og honum var breytt með 7. mgr. 3. gr. tilskipunarinnar um nútímavæðingu.

Greinin gildir um viðskiptahætti atvinnurekanda gagnvart neytendum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöruna eða þjónustuna fara fram.

Viðaukinn inniheldur nokkurn fjölda reglna um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir án þess að fram þurfi að fara mat í hverju tilviki fyrir sig, skv. 5-9. gr. frumvarpsins. Í greininni er því sérstaklega tilgreint að án tillits til þess hvort brotið sé gegn 5.-9. gr. megi atvinnurekendur ekki viðhafa viðskiptahætti sem tilgreindir eru í reglugerð sem sett er á grundvelli greinarinnar.

Fyrstu 27 liðir viðaukans varða viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum villandi. Næstu átta liðir varða viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum ágengir.

Ekki er unnt að gagnálykta frá greininni á þann hátt að viðskiptahættir sem ekki eru tilgreindir í reglugerðinni séu löglegir heldur verður að meta þá í hverju tilviki fyrir sig.

Um 12. gr.

Með greininni er lagt til að nýtt ákvæði komi í stað 4. mgr. 6. gr. gildandi markaðssetningarlaga sem kveður á um að fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á. Ákvæði 4. mgr. 6. gr. var fyrst sett með lögum nr. 50/2008 og lögfesti áralanga framkvæmd.

Greinin felur í sér innleiðingu á ákvæði a. liðar 12. gr. tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Með greininni er lagt til að atvinnurekendur skuli geta fært sönnur á réttmæti fullyrðinga um staðreyndir. Er þannig lagt til að inntaki ákvæðisins verði breytt svo það taki einungis til fullyrðinga um staðreyndir til að tryggja betra samræmi við ákvæði tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Ákvæðið á ekki við þegar atvinnurekendur setja fram með almennum hætti ýktar fullyrðingar eða fullyrðingar sem ekki er ætlunin að séu teknar bókstaflega. Ákvæðið leggur þær skyldur á herðar atvinnurekendum að leggja fram gögn til að færa sönnur á fullyrðingar þeirra um staðreyndir. Slík gagnaframlagning verður að vera viðeigandi að teknu tilliti til atvika máls hverju sinni og lögmætra hagsmuna atvinnurekenda.

Um 13. gr.

Greinin er sambærileg 17. og 18. gr. gildandi markaðssetningarlaga.

Ákvæði 1. mgr. felur í sér þá skyldu að atvinnurekandi greini skýrt og greinilega frá verði afurðar.

Í 2. mgr. er kveðið á um reglugerðarheimild ráðherra til að setja nánari ákvæði um upplýsingaskyldu skv. 1. mgr. Á grundvelli heimildarinnar verður sett reglugerð sem felur í sér innleiðingu á þeim reglum sem leiða af verðupplýsingatilskipuninni.

Í 3. mgr. er fjallað um reglugerðarheimild sem varðar kröfur til tiltekinna afurða í tengslum við markaðssetningu, merkingar og eiginleika þeirra.

Um 14. gr.

Greinin kemur í stað 3. mgr. 6. gr., 3. mgr. 16. og 4. másl. 16. gr. b. gildandi markaðssetningarlaga. Í greininni eru tekin saman þau ákvæði sem varða kröfu um að upplýsingar komi fram á íslensku. Ákvæðin mæla fyrir um kröfur til þess að upplýsingar komi

fram á íslensku en með þeim er ekki komið í veg fyrir að upplýsingar séu veittar á öðru tungumáli samhliða íslensku.

Ákvæði 1. mgr. felur í sér þá meginreglu að auglýsingar skuli vera á íslensku. Í samræmi við þá meginreglu sem ákvæðið felur í sér þá skulu allar auglýsingar sem birtast á almannafæri vera á íslensku. Með tilliti viðtækrar skilgreiningar á hugtakinu auglýsing í 1. tölul. 3. gr. frumvarpsins þá skulu allar kynningar á atvinnurekanda og afurðum hans vera á íslensku, þ.m.t. auglýsingar á skiltum í umhverfinu, matseðlar veitingastaða og upplýsingabæklingar verslana. Ákvæðið felur ekki í sér að auglýsing skuli eingöngu vera á íslensku þar sem heimilt er að auglýsing birtist á öðru tungumáli samhliða íslensku. Í 2. málsl. ákvæðisins er undantekning frá meginreglunni sem felur í sér að heimilt sé að auglýsing sé eingöngu á öðru tungumáli en íslensku ef hún beinist aðeins að erlendum neytendum. Sem dæmi má nefna auglýsingu í tímariti þar sem allur texti er á öðru tungumáli en íslensku. Það ber að túlka undantekninguna þröngt og á hún því t.d. ekki við í þeim tilvikum þar sem því er haldið fram að auglýsing beinist aðallega að erlendum neytendum.

Með breytingunum frá gildandi rétti, sbr. 3. mgr. 6. gr. gildandi markaðssetningarlagar, er ætlunin að kveða skýrar á um þá meginreglu að auglýsingar skuli vera á íslensku og að allar undantekningar frá þeirri reglu sæti þröngri túlkun. Ætlunin er að ákvæðið verði virkara í framkvæmd en verið hefur fram til þessa og að Neytendastofu, sem eftirlitsstjórnvaldi, verði betur kleift að móta regluna í framkvæmd og grípa til ráðstafana þegar þörf krefur.

Ákvæði 2. mgr. er nær samhljóða 3. mgr. 16. gr. gildandi markaðssetningarlagar og þarfnast ekki skýringar.

Í 3. mgr. kemur fram að ábyrgðaryfirlýsingar sem eru afhentar íslenskum neytendum skulu vera á íslensku. Ákvæðið er sambærilegt þeirri kröfu sem kemur fram í 4. málsl. 16. gr. b. gildandi markaðssetningarlagar um að skriflegar ábyrgðaryfirlýsingar skuli vera á íslensku.

Um 15. gr.

Greinin er nýmæli og fjallar um viðskiptahætti sem beinast að börnum og unglíngum undir 18 ára.

Um mat á því hvort viðskiptahættir beinast að börnum og unglíngum undir 18 ára vísast til umfjöllunar um 3. gr. frumvarpsins.

Greinin felur ekki í sér innleiðingu EES-gerðar. Greinin fjallar ekki um fjárhagslega hagsmuni neytenda og fellur því utan gildissviðs tilskipunarinnar um óréttmæta viðskiptahætti.

Greinin felur í sér sérákvæði um bann við tilteknum viðskiptaháttum sem beinast að börnum og unglíngum undir 18 ára og kemur til viðbótar við almennu regluna í 3. gr. frumvarpsins.

Greinin byggir að miklu leyti á siðareglum Alþjóðaviðskiptaráðsins um auglýsingar og markaðssetningu að því er varðar vernd barna og unglínga.

Viðskiptahættir sem hvetja til ofbeldis, eineltis eða álíka háttsemi eru bannaðir. Hið sama gildir um viðskiptahætti sem nýta með óviðeigandi hætti ofbeldi, einelti eða álíka háttsemi sem aðferð. Enn fremur mega viðskiptahættirnir ekki sýna eða lýsa atferli sem er hættulegt, fer gegn öryggiskröfum eða leitt getur til þess að börn eða unglíngar undir 18 ára komist í hættu, setji aðra í hættu eða geri það sem óheimilt er nema samfélagsleg, málefnaleg eða uppeldisfræðileg ástæða sé fyrir því. Sem dæmi um það sem fallið getur undir ákvæðið er auglýsing er sýnir barn við stýri ökutækis eða að leik aftan við það, barn sem hefur poka yfir höfðinu eða barn sem fer með eldfæri.

Viðskiptahættir sem sýna, fjalla um eða vísa til vímuefna eða áfengis og beinast að börnum og unglingum undir 18 ára eru bannaðir. Hið sama gildir um aðra afurð sem hæfir ekki börnum eða unglingum undir 18 ára. Með þessu er t.d. átt við afurðir sem hafa heilsuspillandi áhrif á börn og unglinga undir 18 ára hvort sem er líkamleg eða andleg. Við mat á því hvort afurðin hæfi ekki börnum eða unglingum undir 18 ára má í fyrsta lagi líta til þess hvort löglegt er að selja þeim hana. Í öðru lagi má líta til þess hvort þekkt sé að afurðin hafi óæskileg áhrif á þau, hvort aldurstakmark sé fyrir notkun afurðarinnar eða hvort stjórnvöld mæli ekki með þeim fyrir börn og unglinga undir 18 ára. Sem dæmi má nefna sólbekki, orkudrykki eða megrunarvörur.

Viðskiptahættir sem gera út á samviskubit, félagslegt óöryggi eða lágt sjálfstraust eru bannaðir ef þeir beinast að börnum og unglingum undir 18 ára. Þetta getur t.d. átt við um auglýsingar sem sýna að börn verði útundan ef þau eða foreldrar þeirra kaupa ekki tiltekna afurð. Viðskiptahættir sem eru til þess fallnir að skapa þrýsting um líkamlegt útlit eru einnig bannaðir ef þeir beinast að börnum eða unglingum undir 18 ára. Með þessu er t.d. átt við auglýsingar sem sýna óraunhæfar líkamlegar fyrirmyndir eða hvetja til ákveðins líkamlegs útlits hjá börnum eða unglingum undir 18 ára.

Um 16. gr.

Greinin er nýmæli. Með greininni er lagt til að útfæra nánar almennu regluna í 13. gr. gildandi markaðssetningarlaga að því leyti sem hún tekur til óhæfilegra samningsskilmála.

Í 1. mgr. er kveðið á um að atvinnurekendur og samtök þeirra mega ekki nota eða mæla með notkun samningsskilmála sem eru óhæfilegir gagnvart neytendum. Við mat á því hvort samningsskilmálar séu óhæfilegir gagnvart neytendum skal áhersla lögð á jafnvægi milli réttinda og skyldna samningsaðila og skýrleika samningssambandsins.

Ákvæði 1. mgr. veitir stjórnvöldum og dómstólum almenna og sveigjanlega heimild til að hindra notkun samningsskilmála sem eru óhæfilegir gagnvart neytendum með hliðsjón af samfélagsþróun.

Ákvæðið nær m.a. til samningsskilmála sem atvinnurekendur hafa ekki samið um sérstaklega við neytendur. Ákvæðið er þó ekki bundið við staðlaða samningsskilmála og gildir það hvort sem skilmálar eru valkvæðir eða óumsemjanlegir og óháð því hvort þeir hafi verið kynntir neytanda sérstaklega. Með notkun samningsskilmála er átt við hvers konar notkun. Það hefur ekki úrslitabýðingu hvort samningsskilmálarnir hafi formlega verið teknir upp í samning eða tilboð heldur nægir að skilmálarnir séu ætlaðir einum eða fleiri neytendum eða til almennrar notkunar. Skilmálarnir geta verið á stöðluðu samningsformi, á vörureikningi, pöntunarseðli, auglýsingu, skilti í verslun eða starfsstöð, á vefsíðu eða settir fram með öðrum hætti þannig að þeir séu ætlaðir neytendum. Ákvæðið getur tekið til samningsskilmála sem eru ekki enn orðnir skriflegir eða á annan hátt formgerðir. Þannig getur ákvæðið t.d. átt við ef neytandi skrifar undir samning með auðum reit og atvinnurekandi setur skilmála inn eftir á, hvort sem skilmálarnir voru til við samningsgerðina eða koma til eftir hana. Ákvæðið getur náð til samningsgerðar, forms, orðalags, framsetningar eða framfylgdar samningsskilmála.

Ákvæðið nær bæði til atvinnurekenda og samtaka þeirra. Hér er fyrst og fremst átt við starfsgreinasamtök og önnur hagsmunasamtök atvinnurekenda. Ef margir atvinnurekendur nota samskonar skilmála getur Neytendastofa eftir atvikum og að undangenginni viðeigandi málsmeðferð bannað þeim öllum að nota skilmálana. Einnig getur Neytendastofa bannað samtökum að nota eða ráðleggja atvinnurekendum að nota samningsskilmála sem teljast óhæfilegir.

Það ræðst af heildarmati á samningsskilmálum og að teknu tilliti til neytenda sem hóps hvort samningsskilmálarnir séu óhæfilegir. Matið er almennt og lýtur þannig að því hvort samningsskilmálar séu óhæfilegir gagnvart neytendum almennt fremur en í tilteknu samningssambandi. Þetta almenna mat tekur heildstætt til samningssambands og samningsskilmála í samhengi auk allra réttinda og skyldna sem tengjast samningssambandi og allra aðstæðna.

Ákvæðið er allsherjarréttarlegs eðlis og hefur ekki sjálfkrafa áhrif á samningssamband atvinnurekenda og neytenda að einkarétti. Ákvæðinu verður þannig ekki beitt til að víkja til hliðar löggerningum, hvorki í heild né hluta eða breyta þeim. Það eru dómstólar sem geta vikið til hliðar eða breytt samningsskilmálum löggerninga í ákveðnum tilvikum, skv. 36. og 36. gr. a.-d. samningalaga.

Þegar metið er hvort samningsskilmálar séu óhæfilegir gagnvart neytendum samkvæmt þessu ákvæði frumvarpsins er þó unnt að líta til skilyrða 36. gr. og 36. gr. a-d samningalaga. Samningsskilmáli telst því að jafnaði óhæfilegur gagnvart neytendum ef það væri ósanngjarnt eða andstætt góðri viðskiptavenju að bera hann fyrir sig skv. 36. gr. samningalaga eða ef hann telst ósanngjarn skv. 36. gr. a-d sömu laga. Ákveðið samspil getur þannig verið milli ákvæða samningalaga og ákvæðisins. Í þessu samhengi skal haft í huga að 2. másl. 1. mgr. 36. gr. b. samningalaga á ekki við þegar metið er hvort samningsskilmáli teljist óhæfilegur gagnvart neytendum, sbr. 2. mgr. sömu greinar.

Hafi dómstólar eða Neytendastofa áður komist að því að samningsskilmáli teljist óhæfilegur gagnvart neytendum á grundvelli ákvæðisins getur það sömuleiðis haft þýðingu við mat á því hvort samningsskilmálinn sé ósanngjarn eða að ósanngjarnt sé eða andstætt góðri viðskiptavenju að bera hann fyrir sig að einkarétti, sbr. 36. gr. eða 36. gr. a-d samningalaga. Niðurstaða um að samningsskilmáli teljist óhæfilegur gagnvart neytendum skv. ákvæðinu leiðir þó ekki sjálfkrafa til niðurstöðu um brot gegn 36. gr. eða 36. gr. a-d samningalaga að einkarétti án þess að fram fari mat á öllum atvikum máls er varða einstakan samning.

Í 2. másl. 1. mgr. segir að við mat á því hvort samningsskilmálar séu óhæfilegir gagnvart neytendum skuli áhersla lögð á jafnvægi milli réttinda og skyldna samningsaðila. Mat á jafnvægi milli réttinda og skylda samningsaðila er almennt og nær til samningssambandsins í heild. Einstaka samningsskilmála verður því að meta í samhengi við aðra.

Lagt skal til grundvallar að samningsskilmálar sem brjóta gegn ófrávíkjanlegum ákvæðum laga, þ.m.t. einkaréttarlegri löggjöf og löggjöf sem verndar neytendur séu óhæfilegir gagnvart neytendum og brjóti gegn ákvæðinu. Hið sama gildir um samningsskilmála sem víkja frá meginreglum laga sem binda samningsaðila. Sem dæmi um hið síðarnefnda má nefna samningsskilmála þar sem atvinnurekandi reynir að undanskilja sig skaðabótaábyrgð vegna stórfellds gáleysis.

Ákvæði laga sem eru frávíkjanleg gera ráð fyrir að samningsaðilar geti vikið frá þeim með samningi sín á milli. Víki staðlaðir samningsskilmálar hins vegar frá frávíkjanlegum lagaákvæðum til tjóns fyrir neytendur eru samningsaðilar ekki jafnsettir. Þegar svo er skulu frávíkjanleg ákvæði laga sem um samninginn gilda notuð sem viðmið við mat á jafnvægi milli réttinda og skyldna samningsaðila.

Samningsskilmálar geta talist óhæfilegir ef óhóflegar og einhliða byrðar eru settar á neytanda sem eru ekki réttlætanlegar að teknu tilliti til þeirrar tegundar viðskipta sem um ræðir eða þess sem neytandi fær í staðinn. Sem dæmi má nefna samningsskilmála um binditíma eða fyrirkomulag uppsagnar í viðvarandi samningum sem gera neytanda óþarflega erfitt að losna undan samningnum að teknu tilliti til hugsanlegs ávinnings sem neytandi gæti haft af slíku fyrirkomulagi. Annað dæmi er þjónustugjald sem endurspeglar ekki þjónustuna sem um ræðir.

Í 2. másl. 1. mgr. segir einnig að við mat á því hvort samningsskilmálar séu óhæfilegir gagnvart neytendum skuli áhersla lögð á skýrleika samningssambandsins. Það leiðir af meginreglu kröfuréttar um trúnaðarskyldu við gerð, framkvæmd og slit samninga að samningsskilmálar skuli vera skýrir og aðgengilegir. Það er mikilvægt fyrir neytendur að réttindi og skyldur í samningssambandi séu eins skýr og kostur er svo þeir geti tekið upplýsta ákvörðun um að eiga viðskipti. Óskýrir samningsskilmálar geta einnig raskað jafnvægi milli samningsaðila, þ.e. ef þeir gera atvinnurekanda kleift að túlka þá að vild þegar á reynir. Við matið getur haft þýðingu að samningsskilmálar séu orðaðir eða settir fram á villandi, óskýran eða margræðan hátt eða þeim leynt. Við mat skv. ákvæðinu getur haft þýðingu hvar samningsskilmála er að finna, hvort sérstök athygli sé vakin á þeim og hvort þá megi auðveldlega misskilja. Þrátt fyrir að tiltekinn skilmáli sé í sjálfu sér skýr getur samhengi hans við aðra skilmála valdið því að hann teljist óskýr.

Í 2. mgr. er lagt til að ráðherra geti með reglugerð kveðið á um samningsskilmála sem teljast undir öllum kringumstæðum óhæfilegir. Brjóti samningsskilmálar gegn ákvæðum reglugerðar skv. ákvæðinu getur það haft í för með sér ákvörðun Neytendastofu um sektir, sbr. 33. gr. frumvarpsins.

Neytendastofa hefur eftirlit með framkvæmd greinarinnar í samræmi við VII. kafla frumvarpsins og á að leggja áherslu á mál sem þykja brýnust fyrir neytendur. Neytendastofa á því ekki að taka upp mál sem varða einungis hagsmuni keppinauta eða snerta neytendur með takmörkuðum hætti. Ákvæðið útilokar þó ekki að tekin séu upp mál sem varða samtímis hagsmuni neytenda og keppinauta. Keppinautar sem eiga lögvarinna hagsmuna að gæta geta höfðað dómsmál til að fá bann lagt við óhæfilegum samningsskilmálum gagnvart neytendum, sbr. 35. gr. frumvarpsins.

Neytendastofa getur haft áhrif á efni samningsskilmála með sáttaumleitan og skyldum aðgerðum gagnvart atvinnurekendum og samtökum þeirra, sbr. 29. gr. frumvarpsins. Neytendastofa og dómstólar geta stuðst við greinina til að banna atvinnurekendum eða samtökum þeirra að nota áfram eða mæla með notkun óhæfilegra samningsskilmála, sbr. 30. gr. og 34. gr. frumvarpsins. Ákvæðið getur þannig nýst til að fyrirbyggja einkaréttarlegan ágreining sem kynni ella að verða vegna áframhaldandi notkunar þeirra. Auk banns getur Neytendastofa beitt öðrum framfylgdarúrræðum skv. frumvarpinu eftir því sem við á. Stjórnvaldssektum verður ekki beitt vegna brota á greininni nema um sé að ræða brot gegn banni sem Neytendastofa hefur lagt á eða samningsskilmála sem kveðið er á um í reglugerð sem ráðherra setur skv. 2. mgr. greinarinnar. Vísast nánar um það til athugasemda við 33. gr. frumvarpsins. Um greinina vísast að öðru leyti til umfjöllunar í 4.8 kafla frumvarpsins.

Um 17. gr.

Greinin byggir á 2. mgr. 16. gr. a. og 16. gr. b. gildandi markaðssetningarlaganna sem fjallar um ábyrgðaryfirlýsingar og felur í sér innleiðingu á ákvæðum 2.-4. mgr. 17. gr. tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 2019/771 um tiltekna þætti varðandi samninga um sölu á vörum, um breytingu á reglugerð (ESB) 2017/2394 og tilskipun 2009/22/EB og um niðurfellingu tilskipunar 1999/44/EB.

Í 1. mgr. kemur fram að atvinnurekandi skuli afhenda neytenda ábyrgðaryfirlýsingu á varanlegum miðli í síðasta lagi við afhendingu afurðar. Ákvæðið er í samræmi við gildandi rétt að öðru leyti en því að skyldan til að afhenda ábyrgðaryfirlýsingu er ekki bundin við það skilyrði að neytandi óskar þess sérstaklega.

Í 2. mgr. kemur fram að ábyrgðaryfirlýsing skuli vera á skýru og skiljanlegu máli og í stafliðum a.-e. er fjallað um þær upplýsingar sem þurfa að koma fram.

Í 3. mgr. kemur fram að þótt ekki sé farið að ákvæðum 2. mgr. eru skilmálar ábyrgðaryfirlýsingarinnar bindandi fyrir ábyrgðarveitandann eins og segir í 3. mgr. 18. gr. laga um neytendakaup.

Um 18. gr.

Greinin kemur í stað 14. gr. gildandi markaðssetningarlaga. Lagt er til að einfalda og uppfæra orðalag greinarinnar til að gæta samræmis við önnur ákvæði frumvarpsins. Hugtakið viðskiptaaðferðir er notað í samræmi við gildandi markaðssetningarlög til aðgreiningar frá hugtakinu viðskiptahættir sem er afmarkað við viðskiptahætti gagnvart neytendum skv. tilskipun um óréttmæta viðskiptahætti og skilgreiningu í 4. tölul. 2. gr. frumvarpsins. Viðskiptaaðferðir ber að túlka í samræmi við hugtakið viðskiptahættir að öðru leyti.

Greinin gildir einungis um tilfelli sem skaða fjárhagslega hagsmuni keppinauta eða varða aðra atvinnurekendur.

Með 1. og 2. mgr. greinarinnar eru innleidd ákvæði 3. gr., sbr. b. lið 2. gr. tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 2006/114/EB frá 12. desember 2006 um villandi auglýsingar og samanburðarauglýsingar. Ákvæði 3. mgr. um ágenga og óviðeigandi viðskiptahætti felur ekki í sér innleiðingu á Evrópugerð. Ólíkt ákvæðum tilskipunarinnar sem tekur einungis til auglýsinga tekur greinin til til allra viðskiptahátta.

Í 1. mgr. er lagt til að atvinnurekendur megi ekki viðhafa viðskiptaaðferðir sem eru villandi eða líklegar til að vera villandi enda séu þær til þess fallnar að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun annars atvinnurekanda eða skaða keppinaut.

Viðskiptaaðferðir geta brotið gegn ákvæðinu jafnvel þótt veittar séu réttar upplýsingar ef form eða framsetning viðskiptaaðferðar er villandi eða líkleg til að vera villandi. Hið sama á við ef mikilvægum upplýsingum er sleppt. Viðtakandinn getur verið hver sá sem viðskiptaaðferðir beinast að eða ná til, hvort sem það varðar einstakan viðtakanda eða fleiri.

Ákvæðið á við þegar viðskiptaaðferðirnar hafa áhrif á eða eru til þess fallnir að hafa áhrif á eftirspurn eftir afurð eða ef þeir skaða eða eru til þess fallnir að skaða keppinaut. Það ræður ekki úrslitum hvort viðskiptahættirnir valdi skaða eða hafi áhrif á eftirspurn afurða heldur nægir að þeir séu hlutlægt séð til þess fallnir. Áhrif á eftirspurn getur bæði varðað eigin afurð og annarra.

Við mat á því hvort viðskiptaaðferðir séu villandi eða líklegar til að vera villandi skal miðað við það hvernig dæmigerður atvinnurekandi skilur viðskiptaaðferðirnar sem um ræðir.

Í 2. mgr. er lagt til að við mat á því hvort viðskiptaaðferðir séu villandi eða líklegar til að vera villandi skuli litið til allra atriða er varða viðskiptaaðferðirnar þar með talið atriði sem talin eru í a-c. lið ákvæðisins. Þannig á að fara fram heildarmat og eru atriðin sem talin eru í a-c. lið ákvæðisins ekki tæmandi.

Í a. lið 2. mgr. er lagt til að við matið á því hvort viðskiptaaðferðir séu villandi eða líklegar til að vera villandi skuli líta til upplýsinga um eiginleika afurðarinnar sem um ræðir. Viðskiptaaðferðirnar mega þannig ekki innihalda rangar upplýsingar um afurð. Hið sama gildir um villandi upplýsingar um eiginleika afurðar, óháð því hvort upplýsingarnar eru í sjálfu sér réttar.

Með eiginleikum er m.a. átt við hvort afurð sé á boðstólum, í hve miklu magni og í hve langan tíma. Einnig getur verið átt við eðli afurðarinnar, frágang hennar, úr hverju hún sé unnin, með hvaða framleiðsluaðferð og hvenær hún sé framleidd, hvenær hún sé afhent, hversu vel hún henti tilgangi sínum, notkunarmöguleika, magn, lýsingu og landfræðilegan eða viðskiptalegan uppruna. Með eiginleikum getur enn fremur verið átt við þann árangur sem má ætla af notkun afurðarinnar, eða niðurstöður og efnisatriði tilrauna eða kannana sem gerðar hafa verið á henni.

Í b. lið 2. mgr. er lagt til að við matið á því hvort viðskiptaaðferðir séu villandi eða líklegar til að vera villandi skuli líta til verðs eða þess hvernig verð er reiknað út sem og þeirra skilyrða sem gilda um afhendingu afurðar. Viðskiptaaðferðir mega þannig ekki innihalda rangar upplýsingar um verð eða aðferð við að reikna út verð eða vera að öðru leyti villandi eða líklegar til að vera villandi þótt réttar upplýsingar séu veittar.

Í c. lið 2. mgr. er lagt til að við matið á því hvort viðskiptaaðferðir séu villandi eða líklegar til að vera villandi skuli líta eðlis, einkenna og réttar auglýsanda. Viðskiptaaðferðir mega þannig ekki innihalda rangar upplýsingar um eðli, einkenni eða rétt auglýsanda eða vera að öðru leyti villandi eða líklegar til að vera villandi þótt réttar upplýsingar séu veittar. Þetta geta verið upplýsingar um stöðu auglýsandans, hver hann sé, og hverjar eignir hans eru, hæfni hans, hvaða hæfnikröfur hann uppfylli, hugverkaréttindi hans eða þau verðlaun eða viðurkenningar sem hann hefur hlotið.

Í 3. mgr. er lagt til að viðskiptaaðferðir atvinnurekenda megi ekki vera ágengar eða óviðeigandi gagnvart öðrum atvinnurekendum. Af ákvæðinu leiðir að viðskiptaaðferðir mega ekki vera ágengar gagnvart öðrum atvinnurekendum. Ágengar viðskiptaaðferðir gagnvart atvinnurekendum geta t.d. falist í áreitni, þvingunum, ofbeldi eða ótilhlýðilegum aðferðum. Viðskiptaaðferðir geta t.d. verið ágengir ef þrýst er á atvinnurekendur að greiða reikninga sem þeir eru ekki skuldbundnir til að greiða að einkarétti.

Viðskiptaaðferðir geta eftir sem áður brotið gegn ákvæði 3. mgr. ef þær eru ósanngjarnar gagnvart keppinautum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála, sbr. 2. mgr. 6. gr. gildandi markaðssetningarlagi. Sem dæmi má nefna niðrandi umtal eða ummæli sem skaða aðra atvinnurekendur eða skírskotun til einkalífs eða stjórn mála- og trúarskoðana keppinauta.

Um 19. gr.

Greinin svarar til 1. og 2. mgr. 15. gr. gildandi markaðssetningarlagi með smávægilegum breytingum á orðalagi.

Með greininni er lagt til að innleiða í íslenskan rétt c. lið 2. gr. og 4. gr. tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 2006/114/EB frá 12. desember 2006 um villandi auglýsingar og samanburðarauglýsingar.

Í 1. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinautar eða afurðar sem keppinautur býður. Ákvæðin eiga því aðeins við þegar auglýsandinn er í samkeppni við atvinnurekandann og afurðina sem samanburðurinn varðar.

Ákvæðið gerir einnig kröfu um beina eða óbeina tilvísun. Um beina tilvísun er að ræða þegar keppinautar eða afurðir sem hann býður eru nefndar í auglýsingunni. Þess er ekki krafist að tilvísunin sé liður í eiginlegum samanburði milli afurða eða keppinautar, sbr. dóm Evrópudómstólsins í máli C-112/99. Um beina tilvísun til afurðar eða keppinautar getur verið að ræða ef í auglýsingunni felst hvatning til annarra um að gera samanburðinn sjálf. Þetta á t.d. við um auglýsingar þar sem neytendur eru hvattir til að prófa vörur auglýsandans og keppinautarins.

Um óbeina tilvísun er að ræða þegar auglýsandinn nefnir ekki aðra atvinnurekendur eða afurðir sem þeir bjóða en gerir engu að síður kleift að bera kennsl á þann eða það sem vísað er til. Þetta á t.d. við þegar atvinnurekandinn vísar til „samkeppnisaðila okkar“ eða „annarra samkeppnisaðila á markaðnum“. Tilvísun til tiltekinnar atvinnugreinar getur verið óbein að því gefnu að um sé að ræða tiltölulega afmarkaðan og þekkjanlegan hóp. Markaðsaðstæður geta þannig haft áhrif á hvort um sé að ræða óbeina tilvísun. Því fleiri sem atvinnurekendur

eru á tilteknum markaði því meira þarf til svo um óbeina tilvísun sé að ræða. Það hefur ekki þýðingu að tilvísunin varði marga keppinauta í einu eða fleiri afurðir sem þeir bjóða, sbr. dóm Evrópudómstólsins í máli C-381/05.

Tilvísun til tiltekinnar gerðar afurðar getur verið óbein ef hún gerir kleift að bera kennsl á keppinaut eða afurð sem hann býður. Auglýsing getur enn fremur vísað óbeint til keppinautar, eða afurð sem hann býður, ef vísað er til staðgengdarafurð, þ.e. afurð sem að fullu eða verulegu leyti getur komið í stað annarrar.

Notkun gæðakannana getur eftir atvikum falið í sér óbeina tilvísun til keppinautar eða afurð sem hann býður. Ef atvinnurekandinn gerir gæðakönnunina sjálfur á ákvæðið við. Ef atvinnurekandi fjallar um eða miðlar niðurstöðum úr gæðakönnun þriðja aðila á ákvæðið hins vegar alla jafna ekki við. Með gæðakönnunum þriðja aðila er átt við gæðakannanir sem eru framkvæmdar af óháðum samtökum neytenda, neytendatímariti eða viðlíka. Í slíkum tilfellum gilda hins vegar önnur ákvæði frumvarpsins, ákvæði höfundalaga og almennar reglur íslensks réttar um skaðabætur utan samninga.

Í 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum ákveðnum skilyrðum sem eru tæmandi talin í a-h lið. Samanburðarauglýsingar þurfa að uppfylla öll skilyrði 2. mgr. Ef auglýsingin brýtur gegn einu skilyrði telst hún ólögmæt. Ákvæði 2. mgr. gera ekki kröfur til efnis samanburðarauglýsinga að öðru leyti. Ekki er þó útilokað að samanburðarauglýsing sem uppfyllir öll skilyrði ákvæðanna geti brotið gegn öðrum ákvæðum frumvarpsins.

Í a-c lið 2. mgr. er að finna almenn skilyrði til samanburðarins en í d-h lið er að finna skilyrði sem aðallega varða hugverkarétt.

Þegar samanburðarauglýsingar eru notaðar vegast á sjónarmið um virka samkeppni og einkarétt keppinauta til vörumerkis og annarra hugverkaréttinda. Tilvísun atvinnurekanda til vörumerkis eða annarra auðkenna keppinautar í samanburðarauglýsingu telst almennt ekki brjóta gegn einkarétti keppinautar ef hún er réttmæt, sanngjörn og viðeigandi. Möguleikinn til notkunar samanburðarauglýsinga kann þó að vera breytilegur eftir tegund hugverkaréttinda þar sem mismunandi reglur gilda um vernd þeirra.

Í a. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varðar, leyfðar ef þær eru ekki villandi.

Í b. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varðar, leyfðar ef samanburðurinn tekur til afurðar sem fullnægir sömu þörfum eða er ætluð til sömu nota. Markmið ákvæðins er að tryggja að samanburðarauglýsingar séu ekki notaðar á ósanngjarnan hátt sem raskar frjálsri samkeppni. Samkvæmt ákvæðinu væri t.d. hægt að bera saman ólíka samgöngumáta svo sem eins og rútuferðir samanborið við innanlandsflug.

Í c. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varðar, leyfðar ef gerður er samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleikum afurðar, þ.m.t. verði. Markmið ákvæðisins er að tryggja að málefnaleg og hlutlæg viðmið séu lögð til grundvallar í samanburði á eiginleikum afurðar. Af ákvæðinu leiðir að samanburðurinn má ekki byggja á huglægu mati eða gildisdómum sem ekki er hægt að færa sönnur á. Það ræðst af heildarmati hvort skilyrði ákvæðisins séu uppfyllt. Samkvæmt ákvæðinu er unnt að bera saman marga eiginleika þótt einn nægi. Til dæmis nægir að gerður sé samanburður á verði einu saman að því gefnu að samanburðarauglýsingin uppfylli önnur skilyrði greinarinnar.

Í d. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varðar, leyfðar ef ekki er hætt við ruglingi á auglýsanda og keppinaut hans eða á vörumerkjum eða viðskiptaheitum auglýsanda og keppinautar, öðrum auðkennum eða afurðum..

Til að samanburðarauglýsingar geti þjónað tilgangi sínum getur verið nauðsynlegt að tilgreina afurðar keppinautar og vísa til vörumerkis, firmanafns eða annarra auðkenna sem hann er réttihafi að. Slík notkun brýtur ekki í bága við einkarétt annarra ef hún er ekki til þess fallin að valda ruglingi og önnur skilyrði greinarinnar eru uppfyllt. Markmiðið er þannig að unnt sé að greina á milli afurða og vekja með hlutlægum hætti athygli á mismuninum á þeim. Ákvæði d. liðar 2. mgr. ber að túlka í samræmi við ákvæði 2. tölul. 4. gr. vörumerkjatalaga um ruglingshættu, sbr. dóm Evrópudómstólsins í máli C-533/06.

Í e. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varðar, leyfðar ef ekki er kastað rýrð á vörumerki, viðskiptaheiti, önnur auðkenni, afurð, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing. Óviðeigandi eða lítillækkandi umtal sem brýtur gegn almennu reglunum í 3. og 4. gr. frumvarpsins eða 18. gr. frumvarpsins mun að jafnaði einnig fela í sér brot gegn e. lið 2. mgr. þegar það varðar keppinaut í samanburðarauglýsingu.

Í f. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli, að því er samanburð varðar, leyfðar ef ávallt eru bornar saman vörur með sömu merkingum ef um er að ræða vörur með upprunamerkingum. Lagt er til að skerpa á orðalagi ákvæðisins til samræmis við ákvæði tilskipunarinnar.

Við mat á því hvort afurð er varin af upprunamerkingu skal höfð hliðsjón af lögum um vernd afurðarheita sem vísa til uppruna, landsvæðis eða hefðbundinnar sérstöðu nr. 130/2014 og öðrum lögum eftir því sem við á. Í 6. gr. laganna segir m.a. að skráð afurðaheiti skv. 4. og 5. gr. laganna skuli njóta verndar gegn beinni eða óbeinni notkun í viðskiptum með afurð sem fellur ekki undir skráninguna, að svo miklu leyti sem sú afurð er sambærileg við þá afurð sem skráð er undir sama heiti eða ef notkun heitisins færir sér í nyt orðspor hins verndaða heitis. Vakin er athygli á því að hugtakið afurð hefur aðra þýðingu í fyrrgreindum lögum heldur en skilgreining hugtaksins skv. þessu frumvarpi.

Ef samanburður næði t.d. til osta þyrfti að bera saman osta sem hafa sama skráða afurðaheitið. Að jafnaði væri því einungis leyft að bera saman ost sem fellur undir skráningu afurðaheitisins Feta við annan ost sem fellur undir sömu skráningu. Ákvæði f. liðar 2. mgr. felur því í sér takmarkaða möguleika til samanburðar.

Ákvæðið á ekki við ef auglýsingin varðar vöru sem fellur ekki undir skráð afurðaheiti og vísar til annarrar vöru sem er skráð undir afurðarheiti. Slíkur samanburður verður hins vegar að uppfylla önnur skilyrði 2. mgr., þ.á.m. að ekki sé með ósanngjörnum hætti hagnýttur orðstír vörumerkis, viðskiptaheitis eða annarra auðkenna keppinautar eða upprunamerkja samkeppnisafurða, sbr. g. lið 2. mgr.

Í g. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli að því er samanburð varðar, leyfðar ef ekki er með ósanngjörnum hætti hagnýttur orðstír vörumerkis, viðskiptaheitis eða annarra auðkenna keppinautar eða upprunamerkja samkeppnisafurðar. Ákvæðið á einungis við þegar um er að ræða keppinaut eða samkeppnisafurð. Aftur á móti geta önnur ákvæði frumvarpsins eftir atvikum átt við um slíka háttsemi.

Í h. lið 2. mgr. er lagt til að samanburðarauglýsingar skuli að því er samanburð varðar, leyfðar ef afurð er ekki kynnt sem eftirlíking eða eftirgerð afurðar sem ber verndað vörumerki eða viðskiptaheiti.

Ákvæðið bannar notkun á eftirlíkingum og eftirgerðum í auglýsingum jafnvel þótt fram komi í auglýsingunni að um eftirlíkingu eða eftirgerð sé að ræða. Ákvæðið á við þegar um er að ræða brot gegn hugverkaréttindum en getur einnig átt við um hvers konar eftirlíkingar eða eftirgerðir. Ákvæðið getur t.d. átt við þegar ilmvatn er kynnt sem eftirlíking af öðru

nafngreindu ilmvatni. Slík notkun á vörumerki kann jafnframt að brjóta gegn einkarétti til vörumerkis, sbr. dóm Evrópudómstólsins í máli C-487/07.

Um 20. gr.

Greinin svarar til 15. gr. a gildandi markaðssetningarlaga en orðalag ákvæðisins hefur verið einfaldað. Talsvert hefur reynt á ákvæðið í framkvæmd og er gert ráð fyrir að sömu sjónarmið séu lögð til grundvallar við túlkun ákvæðisins og 15. gr. a gildandi laga. Lagt er til að fella brott þann hluta ákvæðisins sem fjallar um bann við því að reka atvinnu undir nafni sem gefur villandi upplýsingar um eignarrétt eða ábyrgð atvinnurekenda en sú háttsemi getur eftir atvikum fallið undir ákvæði 3. gr. eða 18. gr. frumvarpsins.

Greinin er almenn samkeppnisregla um vernd auðkenna. Greinin kemur til viðbótar við 19. gr. sem verndar atvinnurekendur m.a. gegn eftirlíkingum, ósanngjarnri hagnýtingu á orðstír og annars konar hagnýtingu á vinnu annarra atvinnurekenda.

Greinin hefur að geyma almennt bann við því að atvinnurekendur noti auðkenni sem annar á. Réttur til þessara auðkenna getur hvílt á sérlöggjöf, sbr. t.d. firmalögum og vörumerkjalögum, en einskorðast ekki við slík auðkenni eingöngu, sbr. dóm Hæstaréttar 28. febrúar 2013 í máli nr. 538/2012. Ákvæði þessarar greinar skipta máli um viðbótarvernd þá sem sérlög veita auðkennum.

Í öðru lagi er rétturinn til að nota eigin auðkenni takmarkaður með greininni á þann veg að þau má ekki nota þannig að hætta sé á ruglingi við auðkenni annarra. Þetta ákvæði tekur til sömu auðkenna og almenna reglan í fyrri hluta greinarinnar. Forgangsréttur er að jafnaði afgerandi við beitingu ákvæðisins, þannig að eldri réttur gangi framar yngri.

Hugtakið auðkenni nær til alls þess sem er til þess fallið að greina starfsemi eða afurð atvinnurekenda frá öðrum þannig að hún þekkist af markhópnum eða öðrum atvinnurekendum, þ.m.t. eiginnöfn og firmanöfn, verslunarkerki, vörumerki, lén, umbúðir, hönnun, tákn, o.s.frv.

Um 21. gr.

Greinin kemur í stað 1. gr., 2. mgr. 2. gr. og 3. gr. laga um Neytendastofu, nr. 62/2005.

Í 1. mgr. er kveðið á um að Neytendastofa sé sjálfstæð stofnun sem heyrir stjórnarfarslega undir ráðherra. Fyrirmynd ákvæðisins er 1. gr. laga um Fjarskiptastofu nr. 75/2021. Í ljósi þeirra víðtæku rannsóknar- og valdheimilda sem stofnunin hefur mæla réttaröryggissjónarmið með því að Neytendastofa sé sjálfstæð stofnun. Ráðherra hefur því fyrst og fremst eftirlitshlutverki að gegna með starfrækslu, fjárreiðum og eignum stofnunarinnar. Eftirlit ráðherra tekur hins vegar ekki til málsmeðferðar né ákvarðana í einstökum málum. Þannig getur ráðherra ekki gefið stofnuninni fyrirmæli um afgreiðslu einstakra verkefna nema það leiði af lögum.

Ákvæði 2. mgr. kemur í stað 1. og 2. mgr. 3. gr. laga um Neytendastofu, nr. 62/2005. Í ákvæðinu er gerð sú krafa að forstjóri fullnægi skilyrðum til að hljóta skipun í embætti héraðsdómara og er það í samræmi við þær kröfur sem eru gerðar til formanns áfrýjunarnefndar neytendamála og varamanns hans.

Ákvæði 3. og 4. mgr. er samhljóða 2. mgr. 2. gr. og 3. mgr. 3. gr. laga um Neytendastofu, nr. 62/2005, og þarfnast ekki frekari skýringar.

Um 22. gr.

Ákvæðið byggir á 1. og 4. mgr. 4. gr. gildandi markaðssetningarlaga.

Í 1. mgr. er lagt til að eftirlit Neytendastofu samkvæmt lögnum sé einkum í þágu neytenda. Með því er átt við að helsta sjónarmiðið við eftirlit Neytendastofu, ákvarðanir um rannsókn og forgangsröðun verkefna hjá stofnuninni séu heildarhagsmunir neytenda. Neytendastofa getur tekið upp mál að eigin frumkvæði, eftir kvörtun eða ábendingu og ber stofnuninni að leggja áherslu á mál sem brýnust þykja fyrir heildarhagsmunum neytenda. Neytendastofa getur til að mynda tekið upp mál á sviðum þar sem brot eru algeng, hafa mikla þýðingu eða valda miklum skaða fyrir neytendur. Ákvæðið útilokar hins vegar ekki að Neytendastofa fjalli um mál sem varða einnig aðra hagsmuni samkvæmt lögnum, svo sem hagsmuni sem varða háttsemi milli atvinnurekenda. Af ákvæðinu leiðir að Neytendastofa á ekki að láta sig varða mál sem snerta neytendur með takmörkuðum hætti. Alla jafna ætti Neytendastofa því ekki að taka til meðferðar mál sem varða brot gegn ákvæðum í VI. kafla laganna.

Í 2. mgr. er kveðið á um heimildir Neytendastofu til að ákveða hvaða mál eru rannsökuð og forgangsráða málum við afgreiðslu þeirra. Til að stofnuninni sé unnt að sinna því eftirlitshlutverki sem henni er falið samkvæmt lögnum er mikilvægt að henni sé gert kleift að taka ákvarðanir um að sinna fyrst og fremst þeim verkefnum sem þykja brýnust. Tilfni rannsóknar geta verið skriflegar kvartanir frá neytendum eða keppinautum atvinnurekenda eða ábendingar frá almenningi sem settar eru fram skriflega, munnlega, undir nafni eða nafnlaust. Með ákvæðinu er Neytendastofu tryggt vítt svigrúm við mat á því hvort taka beri mál til rannsóknar. Ákvæðið ber að skýra í samhengi við ákvæði 1. mgr. um að áhersla skuli lögð á mál sem brýnust þykja fyrir heildarhagsmunum neytenda. Ekki er gert ráð fyrir að heimildinni verði beitt í þeim tilvikum þegar mál hefist með beiðni um framfylgdarráðstafanir, sbr. III. kafla samvinnureglugerðarinnar.

Ákvæði 3. mgr. er nýmæli en þar kemur fram að sá sem beinir erindi til Neytendastofu telst ekki aðili máls sem Neytendastofa ákveður að taka til rannsóknar. Um er að ræða sérstaka aðildarreglu á stjórnarsýslustigi sem felur í sér undantekningu frá meginreglu stjórnarsýslulaga um að sá einn hafi aðild að máli sem hafi beina, verulega, sérstaka, lögvarða hagsmuni af úrlausn máls. Vísað er til nánari umfjöllunar í kafla 4.10 í greinargerð.

Um 23. gr.

Greinin byggir á ákvæðum 4. gr. laga um Neytendastofu nr. 62/2005 og 25. gr. gildandi markaðssetningarlaga. Greinin felur ekki í sér breytingu á gildandi rétti og þarfnast ekki frekari skýringar.

Um 24. gr.

Greinin er að mestu óbreytt frá 20. gr. gildandi markaðssetningarlaga og þarfnast ekki skýringar.

Um 25. gr.

Greinin er samhljóða 20. gr. a. gildandi markaðssetningarlaga og þarfnast ekki skýringar.

Um 26. gr.

Greinin er samhljóða 20. gr. b. gildandi markaðssetningarlaga sem heimilar Neytendastofu að kaupa vörur og þjónustu, undir fölsku nafni og auðkenni, til að koma upp um brot gegn lögnum og til að afla gagna og upplýsinga sem nauðsynlegar þykja við athugun einstakra mála.

Með fölsku nafni er átt við annað nafn en nafn Neytendastofu. Með fölsku auðkenni er átt við önnur auðkenni en nafn sem gefin eru upp við kaupin, t.d. tölvupóstfang. Ekki er

nauðsynlegt að nafn eða auðkenni sé falskt sem slíkt heldur nægir að það sé annað en Neytendastofu. Neytendastofa gæti t.d. reitt sig á gögn sem er aflað af neytendum sjálfum. Slíkt fæli ekki í sér beitingu heimildarinnar enda gert ráð fyrir því að Neytendastofa geti hafið mál að eigin frumkvæði, á grundvelli kvörtunar eða ábendinga.

Í 2. mgr. er kveðið á um að Neytendastofa geti krafið seljanda um endurgreiðslu afurðar sem keypt er undir fölsku nafni eða auðkenni. Við ákvörðun á fjárhæð endurgreiðslukröfu skal tekið tillit til aðstæðna og eðlis afurðarinnar. Til dæmis þyrfti að ákvarða hvort seljanda er unnt að selja vöruna með afslætti vegna skoðunar Neytendastofu á henni.

Um 27. gr.

Greinin er samhljóða 21. gr. a. gildandi markaðsetningarlaga sem kveður á um að heimild Neytendastofu til að afhenda stjórnvöldum annarra ríkja upplýsingar og gögn. Ákvæðið felur í sér innleiðingu á þeim kröfum sem gerðar eru um upplýsingaskipti milli stjórnvalda yfir landamæri í reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2017/2394.

Um 28. gr.

Greinin er samhljóða 21. gr. gildandi markaðssetningarlaga. Í ákvæðinu kemur fram að þeir sem starfa af hálfu stjórnvalda að framkvæmd laganna séu bundnir þagnarskyldu skv. X. kafla stjórnsýslulaga. Vísað er til stjórnsýslulaga til nánari skýringar á inntaki þagnarskyldunnar.

Um 29. gr.

Greinin svarar til ákvæða 1. mgr. 21. gr. b. og 1. mgr. 21. gr. c. gildandi markaðssetningarlaga.

Í 1. mgr. segir að Neytendastofa skuli leitast við að fá atvinnurekendur til að starfa í samræmi við lög, m.a. með sáttumleitan. Ákvæðið felur í sér lögfestingu á meginreglu um sáttumleitan í starfsemi Neytendastofu. Lagt er til að sáttumleitan og skyldar aðgerðir verði aðalúrræði Neytendastofu samkvæmt lögnum. Markmið sáttumleitana og skyldra aðgerða er að binda endi á ólögmeða háttsemi og hafa áhrif á viðskiptahætti fyrirtækja til frambúðar.

Í meginreglunni felst að Neytendastofa skuli að jafnaði reyna að hafa áhrif á fyrirtæki með sáttumleitan og leysa mál með samkomulagi um úrbætur eða aðrar skuldbindingar. Af meginreglunni leiðir einnig að Neytendastofa leggi áherslu á að upplýsa fyrirtæki um lög, framkvæmd þeirra og góða viðskiptahætti og að eiga viðræður við viðeigandi samtök, fyrirtæki og neytendur til að stöðva eða fyrirbyggja brot gegn lögnum.

Meginreglan felur þó ekki í sér skyldu til sáttumleitana í öllum tilvikum. Neytendastofa getur beitt öðrum heimildum laganna ef þörf krefur án sáttumleitana og ræðst það af mati á alvarleika eða skýrleika brotsins og þeim lagaákvæðum sem koma til skoðunar hverju sinni. Ef Neytendastofa þyrfti fortakslaust að leita sáttu gæti það í ákveðnum tilvikum haft hamlandi áhrif á eftirlit stofnunarinnar. Úrræðið er til að mynda ekki raunhæft ef sakir eru miklar enda getur brot þá talist refsivert, sbr. 37. gr. laganna. Meginreglan felur heldur ekki í sér skyldu til þess að ná sáttum. Séu tillögur að úrbótum eða öðrum skuldbindingum sem fram koma við sáttumleitan metnar ófullnægjandi og fyrir liggur að um brot er að ræða er Neytendastofu heimilt að beita öðrum heimildum laganna án frekari sáttumleitana.

Sáttumleitunarir þurfa ekki að leiða til formlegrar sáttar. Um getur verið að ræða ýmis konar aðgerðir sem hafa í för með sér bættu viðskiptahætti, endi er bundinn á háttsemi sem er tilefni rannsóknar eða að farið er að öðru leyti eftir ákvæðum laganna. Hér má nefna upplýsingagjöf, viðvaranir, viðræður, munnlegt samkomulag eða skriflega sátt. Sé sátt gerð er ekki gerð krafa

um form hennar en Neytendastofa getur tekið við skriflegum skuldbindingum frá atvinnurekendum.

Í 2. mgr. segir að Neytendastofa skuli leitast við að hafa áhrif á háttsemi atvinnurekenda með útgáfu leiðbeinandi reglna að höfðu samráði við hlutaðeigandi samtök neytenda og atvinnurekenda. Ákvæðið gerir ráð fyrir að Neytendastofa meti hvar sé mest þörf á að skýra hvað teljist góðir viðskiptahættir gagnvart neytendum. Reglurnar hafa ekki skuldbindandi gildi á sama hátt og ákvæði reglugerða sem settar eru með sérstakri heimild í lögum en geta verið til fyllingar um hvað teljist til góðra markaðs- og viðskiptahátta á viðkomandi sviðum. Með samráði við fyrirtæki og samtök þeirra er stefnt að því að fyrirtæki taki aukna ábyrgð á eigin viðskiptaháttum auk þess sem Neytendastofa öðlist aukna innsýn í markaðinn.

Meginmarkmiðið með útgáfu leiðbeinandi reglna er að hafa áhrif á háttsemi fyrirtækja með fyrirbyggjandi hætti í samræmi við meginreglu laganna um sáttaumleitan svo þau viðhafi góða viðskiptahætti og fari eftir lögnum.

Auk leiðbeinandi reglna getur Neytendastofa alltaf gefið út leiðbeiningar um beitingu laganna og góða viðskiptahætti á einstökum sviðum viðskipta. Slíkt getur til dæmis átt við ef ekki næst samkomulag við fyrirtæki og samtök þeirra um útgáfu leiðbeinandi reglna. Í leiðbeiningum er hægt að greina frá sjónarmiðum sem stofnunin telur að leggja beri til grundvallar við túlkun og beitingu laganna.

Um 30. gr.

Ákvæði 1. mgr. greinarinnar er nær óbreytt frá ákvæði 2. mgr. 21. gr. b. gildandi markaðssetningarlaga. Í ákvæðinu er fjallað um úrræði Neytendastofu að taka við skriflegum skuldbindingum frá atvinnurekendum um að látið sé af broti eða tekið ákvörðun í samræmi við 2. gr. greinarinnar. Neytendastofa þarf ekki að hafa reynt sáttaumleitanir eða skyldar aðgerðir til þess að geta tekið við skriflegum skuldbindingum eða tekið ákvörðun, sbr. umfjöllun um 29. gr. frumvarpsins. Ákvæði 1. mgr. felur einnig í sér heimild til að fá viðbótarskuldbindingar frá aðila máls um að neytendum sem orðið hafa fyrir áhrifum af brotinu verði boðnar viðeigandi úrbætur. Með þessu er til að mynda átt við skuldbindingar um einkaréttarlegar ráðstafanir á borð við skaðabætur, afslátt, úrbætur eða nýja afhendingu. Neytendastofu bæri að taka tillit til slíkra aðgerða atvinnurekenda ef ákveðið væri að beita stjórnvaldssektum vegna brotsins, sbr. b. lið. 4. mgr. 33. gr. frumvarpsins.

Í 2. mgr. ákvæðisins er fjallað um þrjár tegundir ákvarðana sem Neytendastofa getur tekið. Í a. lið 2. mgr. kemur fram að Neytendastofa getur tekið ákvörðun um bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði. Þetta eru sömu úrræði og Neytendastofa hefur skv. 2. mgr. 21. gr. c. gildandi markaðssetningarlaga og þarfnast ekki frekari skýringar.

Í b. og c. lið 2. mgr. er vísað til stjórnvaldssekta skv. 33. gr. og dagsekta skv. 32. gr. frumvarpsins.

Um 31. gr.

Greinin byggir á 3. og 4. mgr. 21. gr. c. gildandi markaðssetningarlaga og felur ekki í sér breytingu á gildandi rétti.

Ákvæði 1. mgr. heimilar Neytendastofu að taka bráðabirgðaákvarðanir um bann, fyrirmæli eða heimild með skilyrði. Skilyrði fyrir beitingu heimildarinnar eru þröng enda þarf að liggja fyrir að hætta sé á að heildahagsmunir neytenda bíði alvarlegan skaða. Heimildina ber að túlka og beita í samræmi við önnur ákvæði reglugerðar Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) 2017/2394 og almennar efnisreglur stjórnsýsluréttarins eftir því sem við á, svo sem rannsóknarreglu og málshraðareglu.

Í 2. mgr. er kveðið á um að bráðabirgðaákvörðanir skuli gilda í tiltekinn tíma og að unnt sé að endurnýja þær ef það telst nauðsynlegt. Við mat á því hvað telst nauðsynlegt ber að veða saman annars vegar þörfina á að háttsemin sé stöðvuð og hins vegar óhagræðið sem ákvörðun hefur fyrir atvinnurekanda. Gert er ráð fyrir að Neytendastofa ljúki máli með endanlegri ákvörðun eða felli að öðrum kosti bráðabirgðaákvörðunina úr gildi.

Um 32. gr.

Greinin er sambærileg 23. og 24. gr. gildandi markaðssetningarlaga. Í greininni er kveðið á um heimild Neytendastofu til að ákveða þeim dagsektir sem ekki fara að ákvörðun sem stofnunin hefur tekið samkvæmt lögnum. Í 3. mgr. ákvæðisins er þó nýmæli sem fjallar um fjárhæð dagsekta. Lagt er til að fjárhæðirnar séu þær sömu og koma fram í dagsektarheimildum Neytendastofu skv. 54. gr. laga um fasteignalán til neytenda, nr. 118/2016, og 31. gr. laga um neytendalán nr. 33/2013. Að öðru leyti þarfnast ákvæðið ekki skýringar.

Um 33. gr.

Greinin kemur í stað 22. gr. gildandi markaðssetningarlaga. Í greininni er kveðið á um heimild Neytendastofu til að leggja stjórnvaldssektir á atvinnurekendur.

Í 1. mgr. er lagt til að Neytendastofa geti lagt stjórnvaldssektir á atvinnurekendur sem brjóta gegn lögnum, reglugerðum settum á grundvelli þeirra og ákvörðun Neytendastofu skv. 30. gr. laganna, sbr. þó 2. mgr.

Í 2. mgr. er lagt til að brot gegn ákvæðum 3 gr. um góða markaðshætti, 4. gr. um góða viðskiptahætti og 1. mgr. 16. gr. um óhæfilega samningsskilmála varði ekki stjórnvaldssektum nema brotið sé gegn ákvörðun Neytendastofu skv. 30. gr. Ákvæði 3. gr., 4. gr. og 1. mgr. 16. gr. eiga það sameiginlegt að fela í sér matskenndar heimildir fyrir stjórnvöld og dómstóla til að meta með hliðsjón af samfélagsþróun hvort tiltekin háttsemi teljist í andstöðu við góða markaðshætti eða góða viðskiptahætti eða hvort samningsskilmáli teljist óhæfilegur. Með tilliti til skýrleika refsheimilda, lögmætisreglunnar og fyrirsjáanleika fyrir atvinnurekendur er því lagt til að einungis sé hægt að leggja á stjórnvaldssekt vegna brota gegn fyrrgreindum ákvæðum þegar atvinnurekandi brýtur gegn fyrri ákvörðun Neytendastofu. Ef háttsemi eða samningsskilmáli atvinnurekenda hefur áður verið brjóta gegn 3. gr, 4. gr. eða 1. mgr. 16. gr. og Neytendastofa tekið ákvörðun um bann þá er til staðar grundvöllur til þess að leggja á atvinnurekanda stjórnvaldssekt.

Í 3. mgr. er lagt til að stjórnvaldssektir geti numið allt að 4% af veltu síðasta rekstrarárs hjá síðasta rekstrarárs hjá atvinnurekanda eða jafnvirði 2 millj. evra (EUR) í íslenskum krónum, hvort heldur er hærra. Með ákvæðinu er lagt til að innleiða 4. og 5. mgr. 1. gr. auk 3. og 4. tölul. 6. mgr. 3. gr. tilskipunar um nútímavæðingu. Vísað er til skýringa í kafla 4.11. í greinargerð.

Í 4. mgr. er fjallað um tiltekin viðmið sem Neytendastofu ber að taka tilhlýðilegt tillit til við ákvörðun um fjárhæð sektar. Ákvæðið felur í sér innleiðingu á 3. mgr. 1. gr., 2. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 13. gr. tilskipunar um nútímavæðingu sem fela í sér breytingar á tilskipun ráðsins 93/13/EBE um óréttmæta skilmála í neytendasamningum, tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 98/6/EB um neytendavernd að því er varðar upplýsingar um verð á vöru sem er boðin neytendum og tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 2005/29/EB um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum. Markmiðið með því að tilgreina sérstaklega þau viðmið sem líta ber til við ákvörðun um fjárhæð sektar er til að greiða fyrir samræmdari beitingu viðurlaga innan aðildarríkja Evrópska efnahagssvæðisins.

Í a. lið 4. mgr. er fjallað um hvers eðlis og hversu alvarlegt, umfangsmikið og langvarandi brotið er.

Í b. lið 4. mgr. er fjallað um aðgerðir sem atvinnurekandi hefur gripið til í því skyni að draga úr eða bæta úr tjóni neytenda. Mikilvægt er að atvinnurekendur hafi hvata til þess að draga úr eða bæta úr tjóni neytenda sem brot gegn lögunum bitnar á og því ber að taka tillit til slíkra aðgerða atvinnurekanda.

Í c. lið er fjallað um fyrri brot atvinnurekanda. Endurtekin brot sama atvinnurekanda sýna tilhneigingu til að fremja slík brot og er því mikilvæg vísbending um alvarleika háttseminnar sem sýnir fram á nauðsyn þess að hækka sektarfjárhæð til að tryggja varnaðaráhrif, sbr. umfjöllun í 7. lið aðfararorða tilskipunar um nútímavæðingu.

Í d. lið er fjallað um fjárhagslegan ávinning atvinnurekanda af brotinu eða tap sem hann hefur komist hjá með því, ef viðeigandi gögn liggja fyrir. Til að tryggja fullnægjandi varnaðaráhrif er mikilvægt að atvinnurekendur hafi ekki fjárhagslegan hvata til að brjóta gegn lögunum. Það liggja þó ekki ávallt fyrir upplýsingar um fjárhagslegan ávinning eða tap sem komist var hjá og því er settur sá fyrirvari að viðeigandi gögn liggja fyrir um það.

Í e. lið er fjallað um viðurlög sem beitt er gagnvart atvinnurekanda vegna sama brots í öðrum aðildarríkjum í málum sem ná yfir landamæri þegar upplýsingar um slík viðurlög liggja fyrir á grundvelli kerfisins sem komið var á fót með reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins 2017/2394. Með ákvæðinu er stuðlað að samræmdri beitingu viðurlaga í aðildarríkjum Evrópska efnahagssvæðisins.

Í f. lið er fjallað um aðra íþyngjandi eða mildandi þætti sem eiga við um málsatvik. Ákvæðið felur í sér sveigjanleika þar sem tekið er tillit til þess að sérstök sjónarmið geta komið til skoðunar í einstökum málum.

Ákvæði 5. mgr. felur ekki í sér breytingu frá 27. gr. gildandi markaðssetningarlaga.

Um 34. gr.

Greinin er að mestu leyti óbreytt frá 25. gr. b. gildandi markaðssetningarlaga. Í greininni er kveðið skýrt á um málshöfðunarheimild þeirra sem eiga lögvarinna hagsmuna að gæta vegna brota gegn ákvæðum laganna. Í 2. mgr. ákvæðisins er þó að finna nánari útlistun á þeim kröfum sem neytendur geta gert ef þeir verða fyrir tjóni vegna háttsemi sem er andstæð ákvæðum laganna. Ákvæðið felur í sér innleiðingu á 1. tölul. 5. mgr. 3. gr. tilskipunar um nútímavæðingu.

Um 35. gr.

Greinin er nær samhljóða 25. gr. a. gildandi markaðssetningarlaga og þarfnast ekki skýringar.

Um 36. gr.

Í greininni er kveðið á um að tiltekin háttsemi, sem torveldir eða spillir fyrir rannsóknaraðgerðum Neytendastofu, sé refsiverð. Fyrirmynd ákvæðisins er 41. gr. b. samkeppnislaga nr. 44/2005.

Greininni er ætlað að skýra og skerpa á ákvæði 2. mgr. 26. gr. gildandi markaðssetningarlaga sem segir að sá sem gefi aðilum, sem annast framkvæmd laganna, rangar skýrslur skuli sæta refsingu skv. XV. kafla almennra hegningarlaga.

Í 1. mgr. er kveðið á um að hver sá sem í tengslum við upplýsingaöflun á grundvelli 24. gr. og 25. gr. og reglna sem settar eru samkvæmt þeim eyðileggur, falsar, kemur undan eða gerir á annan hátt ónothæf hvers konar gögn sem hafa þýðingu fyrir rannsókn Neytendastofu

skuli sæta sektum eða fangelsi allt að tveimur árum nema þyngri refsing liggji við samkvæmt öðrum lögum. Verknaðarlýsing brotsins felur í sér spillingu sönnunargagna með virkum hætti. Almenn er slík háttsemi skaðlegri rannsóknarhagsmunum en röng upplýsingagjöf og eru refsímörkin í 1. mgr. því hærri en í 2. mgr.

Í 2. mgr. er kveðið á um að hver sá sem við upplýsingagjöf skv. 24. gr. veitir Neytendastofu rangar, villandi eða ófullnægjandi upplýsingar skuli sæta sektum eða fangelsi allt að einu ári.

Í 3. mgr. er kveðið á um að gera megi lögaðila sekt samkvæmt ákvæðum II. kafla A almennra hegningarlaga fyrir brot gegn 1. og 2. mgr. greinarinnar.

Um 37. gr.

Í greininni er kveðið á um refsingar vegna brota gegn tilteknum ákvæðum laganna. Ákvæðið leysir af hólmi 1., 3. og 4. mgr. 26. gr. gildandi markaðssetningarlaga.

Í 1. mgr. er lagt til að brot gegn stjórnvaldsákvörðun eða dómi á grundvelli laganna varði sektum eða fangelsi allt að sex mánuðum liggja þyngri refsing ekki við broti samkvæmt öðrum lögum. Ákvæðið getur t.d. átt við í þeim tilvikum þegar háttsemi hefur áður verið talin brjóta gegn góðum markaðsháttum skv. 3 gr. með endanlegri ákvörðun Neytendastofu eða endanlegum dómi um bann við slíkri háttsemi.

Í 2. mgr. er lagt til að brot gegn tilteknum ákvæðum laganna og reglugerðum settum á grundvelli þeirra varði sektum, en fangelsi allt að sex mánuðum ef sakir eru miklar eða brot ítrekuð, liggja þyngri refsing ekki við broti samkvæmt öðrum lögum.

Að öðru leyti þarfnast ákvæðið ekki skýringar.

Um 38. gr.

Greinin fjallar um heimild Neytendastofu til að kæra brot til lögreglu, verklag við rannsókn mála þar sem meint brot gegn lögnum varða bæði stjórnvaldssektum og refsiviðurlögum og samskipti milli Neytendastofu og lögreglu og ákærvalds. Greinin kemur ekki í veg fyrir að aðrir tilkynni eða kæri brot gegn lögnum til lögreglu í samræmi við ákvæði laga um meðferð sakamála.

Í 1. mgr. 4. gr. viðauka 7 við mannréttindasáttmála Evrópu er kveðið á um að enginn skuli sæta lögsökn né refsingu að nýju í sakamáli innan lögsögu sama ríkis fyrir brot sem hann hefur þegar verið sýknaður af eða sakfelldur fyrir með lokadómi samkvæmt lögum og sakamálaréttarfari viðkomandi ríkis. Stjórnvaldsviðurlög geta talist til refsingar í skilningi sáttmálans og álagning þeirra því komið í veg fyrir að sami aðili sæti jafnframt ákæru vegna sömu háttsemi. Greininni er ætlað að stuðla að því að viðurlög fyrir brot gegn lögnum verði aðeins ákveðin í einu máli en ekki fleirum og að mál verði ekki rannsakað á sama tíma bæði hjá Neytendastofu og lögreglu. Einnig eru í greininni nokkur ákvæði sem er ætlað að stuðla að samvinnu Neytendastofu og lögreglu við rannsókn á þeim brotum sem geta bæði varðað stjórnvaldssektum og refsiaþbyrgð.

Ákvæðið byggir á sambærilegum ákvæðum annarra laga og skýrslu nefndar forsætisráðherra um viðurlög við efnahagsbrotum frá 12. október 2006.

Um 39. gr.

Með greininni er lagt til að kveðið verði á um rétt einstaklings til að fella ekki á sig sök við rannsókn á stjórnsýslustigi.

Mannréttindadómstóll Evrópu hefur talið að það sé þáttur í réttlátri málsmeðferð skv. 6. gr. mannréttindasáttmála Evrópu að þeim sem sakaður er um refsiverða háttsemi í skilningi þess ákvæðis sé ekki skylt að tjá sig eða láta í té upplýsingar sem leitt geta til sakfellingar hans.

Dómstóllinn hefur komist að þeirri niðurstöðu að ákvæðið geti við ákveðnar aðstæður verndað rétt manns til að fella ekki á sig sök í tengslum við meðferð stjórnsýslumála og álagningu stjórnsýsluviðurlaga, einkum stjórnvaldssekta. Því er lagt til að sá réttur verði tilgreindur í 39. gr. frumvarpsins. Ákvæðið byggir á sambærilegum ákvæðum annarra laga og skýrslu nefndar forsætisráðherra um viðurlög við efnahagsbrotum frá 12. október 2006.

Ákvæðið tekur aðeins til einstaklinga en ekki til lögaðila. Ákvæðinu er ekki ætlað að taka til réttinda annarra einstaklinga en þeirra sem eru aðilar að stjórnsýslumáli. Því hefur maður ekki rétt til að neita að svara spurningum eða afhenda gögn með vísan til þess að uppi sé rökstuddur grunur um lögbrot þriðja manns og upplýsingar eða gögn kunni að fella sök á hann.

Vernd ákvæðisins verður virk þegar rökstuddur grunur vaknar um að einstaklingur hafi gerst sekur um lögbrot. Þannig verða að vera til staðar aðstæður eða sönnunargögn sem benda til sektar hans og rannsókn að beinast að honum sérstaklega en ekki stærri hópi manna.

Ef til staðar er rökstuddur grunur um að viðkomandi hafi framið lögbrot sem varðað getur stjórnvaldssektum er honum aðeins skylt að veita upplýsingar eða gögn ef unnt er að útiloka að þær geti haft þýðingu fyrir ákvörðun um sekt hans. Væri honum því til dæmis skylt að veita upplýsingar um nafn sitt og heimilisfang. Einstaklingur getur aftur á móti ákveðið að nýta sér ekki þagnarrétt sinn og bæði tjáð sig og afhent gögn í stjórnsýslumáli sem kann að ljúka með stjórnsýsluviðurlögum. Við þær aðstæður telst ekki brotið gegn þagnarrétti hans.

Áréttað skal að rétturinn er víðtækari en að neita að gefa munnlegar upplýsingar. Hann tekur einnig til þess að þurfa ekki að afhenda gögn eða ljá atbeina sinn að öðru leyti við rannsókn máls sem getur fellt sök á mann. Það breytir þó ekki heimildum sem lög veita til þess að afla gagna með þvingunaraðgerðum þar sem ekki er þörf á atbeina hins grunaða eins og á til dæmis við um húsleit og haldlagningu gagna sem finnast við slíka leit. Þá er ákvæðinu ekki ætlað að leysa einstakling undan lögmætri skyldu til að veita stjórnvaldi aðgang að húsnæði eða hirslum í fyrirtækjum. Það sem mestu skiptir og ákvæðið stefnir að er að einstaklingi verður ekki gert skylt að ljá atbeina sinni til rannsóknarinnar á virkan hátt þegar rökstuddur grunur leikur á að hann hafi gerst sekur um lögbrot.

Um 40. gr.

Greinin kemur í stað laga nr. 20/2020 um samvinnu stjórnvalda á Evrópska efnahagssvæðinu um neytendavernd.

Í 1. mgr. kemur fram að reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) nr. 2017/2394 frá 12. desember 2017 um samvinnu milli landsyfirvalda sem bera ábyrgð á að framfylgja lögum um neytendavernd og um niðurfellingu reglugerðar (EB) nr. 2006/2004, sem birt er í EES-viðbæti við Stjórnartíðindi Evrópusambandsins nr. 58 frá 18. júlí 2019, bls. 216, skuli hafa lagagildi hér á landi.

Í 2. mgr. kemur fram að ráðherra geti tilnefnt eitt eða fleiri lögbær yfirvöld, miðlæga tengiskrifstofu og stofnanir sem bera ábyrgð á beitingu reglugerðarinnar skv. 1. mgr. Æskilegt er að tilnefning sé sveigjanleg ef breytingar eru gerðar á verkefnum tilnefndra aðila samkvæmt lögum og er því lagt til að það verði gert með reglugerð sem ráðherra setur. Ákvæði 2. mgr. byggir á þeim tilnefningum sem gert er ráð fyrir í reglugerð Evrópuþingsins og ráðsins (ESB) nr. 2017/2394

Í 1. mgr. 5. gr. reglugerðarinnar segir að hvert aðildarríki skuli tilnefna eitt eða fleiri lögbær yfirvöld og miðlæga tengiskrifstofu sem beri ábyrgð á beitingu hennar. Í 27. gr. segir að sérhvert aðildarríki skuli, nema slíkt væri ekki réttlætandi, veita tilnefndum stofnunum, Evrópsku neytendamiðstöðvunum, neytendasamtökum og eftir því sem við á, samtökum seljenda, sem búa yfir nauðsynlegri sérfræðipækkingu, heimild til að gefa út svokallaða

utanaðkomandi viðvörðun til lögbærra yfirvalda hlutaðeigandi aðildarríkja og framkvæmdastjórnarinnar vegna gruns um brot sem heyra undir reglugerðina og til að veita upplýsingar sem eru á færi þeirra og sem tilgreindar eru í 3. mgr. 26. gr. reglugerðarinnar. Í 8. mgr. 3. gr. segir jafnframt að tilnefnd stofnun sé stofnun, sem hefur lögmæta hagsmuni af því að brot á lögum Sambandsins til verndar hagsmunum neytenda verði stöðvuð eða bönnuð og sem tilnefnd er af aðildarríki og fær fyrirmæli frá lögbæru yfirvaldi um að afla nauðsynlegra upplýsinga og um að grípa til nauðsynlegra framfylgdarráðstafana, sem stofnuninni eru heimil samkvæmt landslögum í því skyni að stöðva eða banna brotið, og sem kemur fram fyrir hönd þess lögbæra yfirvalds.

Í 3. mgr. kemur fram að ráðherra hafi heimild til að innleiða breytingar sem gerðar eru á reglugerð skv. 1. mgr. ákvæðisins með reglugerð.

Í 4. mgr. er ráðherra falin almenn reglugerðarheimild til skipulagningar á framkvæmd laganna hér á landi og samvinnu að öðru leyti.

Um 42. gr.

Í greininni er kveðið á um breytingar á öðrum lögum sem gera þarf samhliða samþykkt frumvarpsins. Um er að ræða breytingar á lögum sem vísa til gildandi markaðssetningarlaga og laga um Neytendastofu, nr. 65/2005, annaðhvort með almennri tilvísun til laganna eða með tilvísun í sérstök ákvæði eða kafla laganna.