



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 32/2018

## Duldar auglýsingar bloggara

### I.

#### Málsmeðferð

##### 1.

Með bréfi Neytendastofu til Fanneyjar Ingvarsdóttur, bloggara á vefsíðunni trendnet.is, dags. 22. júní 2018, var greint frá því að Neytendastofa hafi fengið ábendingar vegna umfjallana bloggans um vörur og þjónustu á vefsíðunni. Vísað var sérstaklega til umfjallana eða tilvísana til Canon EOS M100 myndavélar í nokkrum færslum. Í færslunum væri ágæti umræddrar myndavélar tíundað auk þess sem þar væri að finna hlekk á myndavélina og tekið fram að hún fái í verslun Origo. Neytendastofa benti á að engin þessara færslna væri hins vegar merkt sem auglýsing eða með öðrum skýrum hætti greint frá því að færslurnar væru gerðar í viðskiptalegum tilgangi.

Af þessu tilefni væri athygli vakin á því að Neytendastofa hafi eftirlit með lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þá var á það bent að Neytendastofa gerði almennt þá kröfu til bloggara og fyrirtækja að þau fylgi ákvæðum laganna í hvívetna og hefðu hliðsjón af leiðbeiningum Neytendastofu um auðþekkjulegar auglýsingar í markaðssetningu sinni.

Í bréfinu var sérstök athygli vakin á ákvæðum 1. og 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 2. mgr. 9. gr. sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, ásamt 11. tölul. 1. gr. reglna nr. 160/2009 um viðskiptahætti sem teljist undir öllum kringumstæðum óréttmætir. Greint var frá því að Neytendastofa teldi að viðskiptahættir gætu talist villandi í skilningi 9. gr. laganna ef látið væri hjá líða að gera grein fyrir viðskiptalegum tilgangi viðkomandi viðskiptahátta eða ástæðunum að baki þeim, sbr. 1. mgr. 6. gr. og 2. mgr. 7. gr. tilskipunar 2005/29/EB um óréttmæta viðskiptahætti.

Þá kom fram að Neytendastofa teldi að framangreindir viðskiptahættir bloggans kynnu að vera til þess fallnir að teljast í andstöðu við ofangreind ákvæði laga. Þá var athygli bloggans vakin á aðgerðum sem Neytendastofa getur gripið til gegn óréttmætum viðskiptaháttum samkvæmt IX. kafla laga nr. 57/2005.



Í bréfinu óskaði Neytendastofa eftir upplýsingum frá bloggaranum með vísan til 1. og 2. mgr. 20. gr. laganna. Var óskað eftir upplýsingum um hvernig viðskiptasambandi bloggarans við vefsíðu Trendnet væri háttað, hver væri aðkoma bloggarans að undirbúningi umræddrar umfjöllunar á blogginu, hver aðkoma Origo væri að undirbúningi umfjöllunarinnar, hvort þriðji aðili hefði annast samskipti eða milligöngu við Origo vegna umfjöllunarinnar og hvort Origo hefði látið bloggaranum í té myndavél eða endurgjald af einhverju tagi fyrir umfjöllun um vörur fyrirtækisins. Einnig óskaði Neytendastofa eftir öðrum athugasemdum eða skýringum sem bloggarinn vildi koma á framfæri vegna málsins.

## 2.

Svar bloggarans barst með bréfi, dags. 9. júlí 2018. Í bréfinu segir að lög nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, taki fyrst og fremst til fyrirtækja sem á einn eða annan hátt eru að auglýsa vörur sínar og að þeir sem söluaðilar beri ábyrgð á að auglýsingar um þær vörur séu ávallt merktar sem slíkar. Það sé því í verkahring söluaðilanna sjálfra, að taka fram að þeir séu í ákveðnu samstarfi með tilteknum aðilum, eða gefa skýrar leiðbeiningar til þeirra aðila sem þeir geri samstarfssamning við, að þeir verði að merkja umfjallanir sem auglýsingar. Bréf stofnunarinnar ætti því fremur að beinast til þessara fyrirtækja og að það sé líklega sú leið sem best væri farin til að ná árangri að þessu leyti.

Myndavélina hafi bloggarinn fengið að gjöf fyrir um það bil sex mánuðum en gjöfin hafi verið endurgjaldslaus. Á milli bloggarans og Origo hafi aldrei verið gerður samstarfssamningur né hafi verið gerðar kröfur til bloggarans um að fjalla um myndavélina á einn eða annan hátt. Þá hafi bloggarinn aldrei samþykkt neinn samning, hvorki munnlega né skriflega, heldur hafi það verið upp á bloggarann komið hvort slíkt væri gert eða ekki.

Eftir reynslu af myndavélinni hafi bloggarinn sjálfur ákveðið að fjalla um hana þar sem bloggaranum hafi þótt hún góð og því sé ekkert athugavert að deila ánægjunni með lesendum bloggsins og öðrum. Það hafi þó verið af fúsum og frjálsum vilja og að eigin frumkvæði án nokkurs konar fyrirmæla frá söluaðila myndavélarinnar. Þá hafi bloggarinn ekki þegið né verið boðin greiðslu af nokkurri tegund fyrir þær umfjallanir sem Neytendastofa vísi til.

Bloggarinn fái reglulega fyrirspurnir um hvers konar myndavélar hann sé að nota til þess að taka myndir og vegna þeirra teldi hann eðlilegt að það væri tekið fram í færslum þar sem myndavélin sé notuð, hvaða vél sé notuð hverju sinni. Það sé tímasparnaður vegna fjölda fyrirspurna þess efnis. Hún bloggarinn fullan rétt til þess að skrifa um það sem hann vilji hverju sinni og lýsa ánægju eða óánægju á einstökum vörum ef hann kjósi. Þá bendi bloggarinn á að um sex mánuðir séu frá því honum hafi borist varan sem gjöf og síðan þá ekki þegið neinar greiðslur, annars konar endurgjald eða hlunnindi frá söluaðila. Þrátt fyrir það sé bloggarinn sé enn að fjalla um vöruna eða réttara sagt að minnast á hana til þess að svara fyrirspurnum. Það hljóti að endurspeglar að ánægja hennar sé ástæða umfjöllunarinnar en ekki annars konar hvati.



Í svörum bloggarans við spurningum stofnunarinnar um viðskiptasamband hans við Trendnet sé bent á að það sé ekki til staðar þar sem enginn starfssamningur hafi verið gerður, hvorki skriflega né munnlega. Trendnet sé sjálfstæður lögaðili og bloggarinn sé hvorki starfsmaður Trendnet né hafi verið gerður sérstakur verktakasamningur á milli aðila. Bloggarinn hafi ekki þegið greiðslur frá Trendnet né renni greiðslur sem hann kunni að fá, til Trendnet. Bloggarinn sé sjálfstæður í sínum bloggstörfum en fái að notast við vefmiðilinn trendnet.is til þess að sinna þeim störfum. Trendnet hafi ekki boðvald yfir honum í formi vinnuveitendasambands eða verktakasambands. Þá geri bloggarinn athugasemd við þau vinnubrögð Neytendastofu að eigandi Trendnet og jafnvel aðrir hafi fengið upplýsingar um stjórnsýslulegt bréf sem beint hafi verið til hennar frá stjórnvaldi. Slíkt bréf sé persónulegt málefni og ábyrgðarlaust sé að stjórnvald sem sinni eftirlitshlutverki að senda slíkt bréf til óviðkomandi aðila. Þetta sé sérstaklega athugasvert í ljósi þess að ekki hafi verið vitað nákvæmlega hvernig viðskiptasambandi hennar og Trendnet var háttað eða hvort slíkt væri almennt til staðar. Rétt hefði því verið að athuga slíkt áður en persónuleg málefni voru gerð kunn, óviðkomandi aðilum að þessu leyti.

Hvað varði samskipti bloggarans við Origo þá hafi Origo, söluaðili myndavélarinnar, haft samband að fyrra bragði og boðið myndavélina að gjöf, þar sem bloggarinn væri oft að taka myndir með ólíkum myndavélum, og hvatt hann til þess að prófa vöruna. Aldrei hafi verið minnst á væntingar um jákvæða umfjöllun um vélina og ekki hafi fengist neinskonar endurgjald frá Origo vegna umfjallana um myndavélina. Engar greiðslur hafi átt sér stað milli bloggarans og Origo né hafi hann þegið annars konar hlunnindi eða endurgjald í kjölfar tilgreindra færslna. Myndavélin hafi vissulega verið gjöf en henni hafi ekki fylgt nein fyrirmæli eða leiðbeiningar um blogg færslur eða kynningu á vörunni. Þær færslur þar sem minnst sé á umrædda vöru hafi hún gert af fúsum og frjálsum vilja og hafi ekki verið kostaðar sérstaklega.

## II.

### Niðurstaða

#### 1.

Mál þetta lýtur að umfjöllun á bloggsíðu á vefsíðunni trendnet.is, um vöru fyrirtækisins Origo, myndavélinni Canon EOS M100. Í málinu liggur fyrir að bloggarinn fékk umrædda myndavél að gjöf frá Origo og fjallaði um myndavélina í nokkrum blogg færslum með einum eða öðrum hætti. Í málinu kemur til álita hvort umfjallanir bloggarans um vöru Origo hafi verið nægilega vel merktar þannig að ljóst væri að um auglýsingu væri að ræða og umfjöllunin gerð í markaðslegum tilgangi, sbr. ákvæði 5. gr., 1. og 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og 2. mgr. 9. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Að mati bloggarans taki lög nr. 57/2005 fyrst og fremst til fyrirtækja og því sé það á ábyrgð söluaðila að gæta að merkingu auglýsinga sem og þess að um samstarf sé að ræða og gefa leiðbeiningar til þeirra sem samningur sé gerður við. Þá hafi verið um gjöf frá Origo að ræða



sem hafi verið endurgjaldslaus og enginn samningur eða væntingar af hálfu Origo um umfjöllun af hennar hálfu um viðkomandi vöru. Söluaðili hafi haft samband við hana að fyrra bragði og ekkert endurgjald hafi átt sér stað eftir umfjallanir um vöruna á bloggi hennar.

## 2.

Ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 leggur almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fer fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Ákvæði 1. og 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 eru svohljóðandi:

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

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

Samkvæmt ákvæði 1. mgr. 6. gr. á neytendum ávallt að vera það ljóst þegar um auglýsingu er að ræða. Í athugasemdum í frumvarpi með ákvæðinu segir að ákvæðið taki til allra auglýsinga og nái ekki einungis til auglýsinga í hljóðvarpi eða sjónvarpi. Þar segir jafnframt að meðal þeirra tilvika, sem geti fallið undir ákvæðið, megi nefna ef orðið fréttir eða því um líkt væri notað til að auðkenna auglýsingar, t.d. í fyrirsögn þeirra. Í athugasemdum í frumvarpi með 2. mgr. 6. gr. segir að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar. Ótilhlýðilegt form geti t.d. komið fram í samanburði við vörur frá öðrum. Skírskotun til óviðkomandi mála getur birst í ýmsum myndum, t.d. þannig að stjórn mála- eða trúarskoðanir keppinauta séu dregnar inn í málið eða skírskotað til góðgerðastarfsemi og safnana í þágu almennings sem telja verði að sé óviðkomandi mál.

Ákvæði 8. gr. er í IV. kafla laganna og er svohljóðandi:

*„Viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Viðskiptahættir sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa eru alltaf óréttmætir.“*

Í 1. mgr. 9. gr. laganna, sem er í III. kafla þeirra, er um það fjallað að viðskiptahættir séu villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur eða eru með þeim hætti að neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Í a.-g. liðum 1. mgr. 9. gr. eru tilgreindar þær upplýsingar sem ákvæðið tekur til.



Í 2. mgr. 9. gr. laganna er enn fremur kveðið á um að viðskiptahættir séu villandi ef ekki er greint frá upplýsingum sem telja má að almennt skipti máli fyrir neytendur eða þeim er leynt og þær eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytanda um að eiga viðskipti.

Ákvæði 9. gr. laganna eru matskennd og krefjast þess að litið sé til allra atvika hvers máls fyrir sig. Við mat á því hvort viðskiptahættir séu villandi í skilningi 2. mgr. 9. gr. laganna telur Neytendastofa að líta megi til allra sérkenna, aðstæðna og takmarkana í tengslum við þann samskiptamiðil sem nýttur er hverju sinni. Við mat á þessum atriðum telur Neytendastofa einnig að líta beri til þess þegar fyrirtæki leyndu upplýsingum eða veita á óljósan, óskiljanlegan, margræðan eða ótímabæran hátt mikilvægar upplýsingar eða láta hjá líða að gera grein fyrir viðskiptalegum tilgangi viðkomandi viðskiptahátta, ef það hefur ekki þegar komið fram af samhenginu, sbr. 2. mgr. 7. gr. tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins 2005/29/EB um óréttmæta viðskiptahætti.

### 3.

Í máli þessu liggur fyrir að Origo lét bloggaranum í té myndavél endurgjaldslaust. Samkvæmt gögnum málsins fjallaði bloggarinn um myndavélina í fimm færslum þar sem ágæti myndavélarinnar er tíundað, tekið fram að hún fáið í Origo auk þess sem þar er að finna hlekk á myndavélina og/eða vefsíðu Origo. Engin þessara umfjallana er þó merkt sem auglýsing eða með öðrum skýrum hætti greint frá því að þær séu gerðar í viðskiptalegum tilgangi.

Lög nr. 57/2005 taka til allrar atvinnustarfsemi án tillits til þess hvort um einstaklinga eða fyrirtæki er að ræða, óháð formi eignarhalds og án tillits til þeirrar vöru, þjónustu eða réttinda sem sýslað er með gegn endurgjaldi. Lögin taka til samninga, skilmála og athafna sem hafa eða er ætlað að hafa áhrif hér á landi. Aðilar sem fá endurgjald og skrifa um eða dreifa upplýsingum um vörur eða þjónustu fyrirtækja á vefsíðum eða samfélagsmiðlum heyra því undir lögin, óháð því á hvaða formi endurgjaldið er.

Stöðufærslur af því tagi sem hér er rætt um eru ein tegund markaðssetningar sem að mati Neytendastofu fellur undir ákvæði gildandi laga og takmarkanir þeirra. Í markaðssetningunni felst að fyrirtæki hafa milligöngu um að velja og ráða einstaklinga gegn greiðslu eða öðru endurgjaldi til að setja fram persónuleg meðmæli með vöru, þjónustu eða fyrirtæki í formi stöðufærslna á samfélagsmiðli.

Greiðsla eða annað endurgjald í þessum skilningi getur verið í ýmsu formi, s.s. peningar, gjafir eða lán svo dæmi sé tekið. Ekki skiptir máli hvort fyrirtækið eða annar aðili hafi leiðbeint viðkomandi, hvort gjafir séu sendar óumbeðnar eður ei, hvort rætt hafi verið um efni umfjöllunarinnar eða að umfjöllunin lýsi persónulegri skoðun viðkomandi.

Neytendastofa telur að leggja beri til grundvallar að hinn almenni neytandi átti sig að jafnaði ekki á að um sé að ræða auglýsingu eða markaðssetningu þegar ekki er skýrlega greint frá viðskiptalegum tilgangi umfjöllunar einstaklinga á vefsíðum. Neytendastofa bendir á að jafnvel



þótt nafn vöru, þjónustu eða fyrirtækis komi fram í blogg færslu þá gerir það hinum almenna neytanda að jafnaði ekki kleift að gera auðveldlega greinarmun á meðmælum einstaklings annars vegar og auglýsingu í viðskiptalegum tilgangi hins vegar. Jafnframt telur Neytendastofa að auglýsingar í formi persónulegra meðmæla nýti traust og trúgirnir í ríkari mæli en önnur hefðbundin form auglýsinga og markaðssetning gerir. Framangreind atriði leiða til þess að ríkar kröfur verður að gera til kynningar af hálfu aðila sem nota slíka miðla í auglýsingaherferðir sem beint er til neytenda.

Líkt og fram hefur komið gaf Neytendastofa út leiðbeiningar um auðþekkjjanlegar auglýsingar á árinu 2015. Í leiðbeiningunum kemur fram að sú skylda hvíli á þeim sem fjalla um vörur á vefsíðum og samfélagsmiðlum að láta koma fram að um auglýsingu sé að ræða hafi þeir fengið eitthvað endurgjald, s.s. vöruna sem fjallað er um að gjöf. Þær upplýsingar þurfa að koma fram strax í byrjun færslunnar svo neytandinn átti sig á því áður en hann les hana að hún sé auglýsing. Merkingin þarf að vera vel staðsett og hafa nægjanlega stórt letur. Ekki er því nægjanlegt að það komi fram í lok færslunnar að um gjöf hafi verið að ræða án þess að fram komi frá hverjum gjöfin er.

Að mati Neytendastofu eru viðskiptahættirnir sem að ofan er lýst gerðir í viðskiptalegum tilgangi enda er markmiðið að vekja athygli neytenda á vörum fyrirtækisins. Neytendastofu telur að ekki komi fram með fullnægjandi hætti af hálfu bloggarans að um markaðssetningu sé að ræða eða að greiðsla eða annað endurgjald hafi komið fyrir stöðuuppfærslunnar. Að ofangreindu virtu telur Neytendastofa því að bloggarinn hafi með villandi viðskiptaháttum brotið gegn 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. og 8. gr. laga nr. 57/2005.

Í máli þessu koma ákvæði 1. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 einnig til álita en samkvæmt ákvæðinu eiga auglýsingar að vera þannig úr garði gerðar að ekki leiki vafi á um að þær séu auglýsingar. Samkvæmt 1. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 ber aðilum sem stunda atvinnustarfsemi því að forðast að útbúa auglýsingar með þeim hætti að vafi leiki á að um auglýsingar sé að ræða óháð því hvar þær birtast.

Til þess er að líta að auglýsingar á vörum Origo voru í formi blogg færslna og ekki gefið til kynna að um auglýsingu væri að ræða. Að teknu tilliti til forms og útfærslu auglýsinganna telur Neytendastofa að þær hafi verið þannig úr garði gerðar að vafi hafi leikið á um að þær væru auglýsingar. Telur Neytendastofa jafnframt að það sé ósanngjarnt gagnvart neytendum að setja auglýsingu fram í formi stöðufærslna frá einstaklingum án þess að þær séu merktar sem slíkar þannig að neytendur geti með góðu móti áttað sig á að um auglýsingu sé að ræða. Að ofangreindu virtu telur Neytendastofa því að bloggarinn hafi brotið gegn 1. og 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005.

Að öllu ofangreindu virtu telur Neytendastofa að bloggarinn hafi brotið gegn ákvæðum 1. og 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr. sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 með notkun dulinna auglýsinga á bloggi á vefsíðunni Trendnet.



Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 telur Neytendastofa nauðsynlegt að banna bloggaranum að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti að viðlögðum sektum samkvæmt 22. gr. laga nr. 57/2005.

Neytendastofa telur rétt að taka fram að bréf stofnunarinnar var eingöngu sent bloggaranum. Markaðssetningin sem um ræðir í máli þessu snýr að fleiri en einum aðila sem öllum var sent sambærilegt bréf. Er það annars vegar í samræmi við hefðbundna málsmeðferð eftirlitsstofnunar og hins vegar þá grundvallareglu stjórnarsýslunnar að sjá til þess að mál sé nægjanlega upplýst áður en ákvörðun sé tekin í því. Upplýsingar sem fram komu í umræddu bréfi varða ekki einkahagsmuni viðkomandi eða innihéldu persónulegar upplýsingar.

### III.

#### Ákvörðunarorð:

**„Faney Ingvarsdóttir, hefur með notkun dulinna auglýsinga í formi stöðufærslna á bloggi, án þess að fram komi með skýrum hætti að um auglýsingu sé að ræða og með villandi viðskiptaháttum, brotið gegn 1. og 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr. sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.**

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Faneyju Ingvarsdóttur bannað að birta auglýsingar með framangreindum hætti. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sekt á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. “

Neytendastofa, 27. september 2018

Tryggvi Axelsson  
Forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir