



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 6/2023

Villandi auglýsingar ÓB um afslátt af eldsneyti

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til Olís ehf., eiganda vörumerkis ÓB og rekstraraðila eldsneytissjálfsafgreiðslustöðva ÓB, dags. 24. janúar 2023, greindi stofnunin frá ábendingum sem borist höfðu vegna auglýsinga félagsins um tiltekinn afslátt af eldsneyti. Ábendingarnar lutu að því að auglýstur hafi verið afsláttur af eldsneyti, sem tengdist úrslitum íslenska landliðsins í handbolta á heimsmeistaramótinu sem fram fór í Svíþjóð, án þess að tekið hafi verið fram að afslátturinn gildi ekki á ákveðnum sjálfsafgreiðslustöðvum ÓB. Umræddar auglýsingar birtust a.m.k. á vefsíðunum visir.is og dv.is og þá sem rúllandi vefborðar þar sem einvörðungu kom fram tiltekin krónutölulækkun á eldsneyti en ekki að afsláttarkjörin giltu ekki á ákveðnum sjálfsafgreiðslustöðvum ÓB. Þá birtust auglýsingarnar einnig á vefsíðu ÓB og í tölvupóstum sendum viðskiptamönnum ÓB en þar var tekið fram, með smáu lettri neðarlega í umræddum auglýsingum, að afsláttarkjörin giltu ekki á ákveðnum sjálfsafgreiðslustöðvum ÓB. Sambærilegar upplýsingar komu fram í smáskilaboðum sendum viðskiptamönnum.

Í bréfi Neytendastofu var tekið fram að stofnunin teldi að ákvæði 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, kæmu til álita vegna auglýsinga ÓB. Var félaginu gefinn tveggja vikna frestur til að koma að athugasemdum og/eða skýringum vegna málsins.

2.

Svar barst frá Olís með bréfi, dags. 3. febrúar 2023. Í bréfinu kom fram að félagið árétti að þær auglýsingar sem um ræði, þ.e. þar sem ekki hafi komið fram að afslættir giltu ekki á ákveðnum sölustöðum, hafi verið þannig úr garði gerðar að ef smellt hafi verið á þær birtist borði þar sem glögglega hafi komið fram að viðkomandi afsláttur gildi ekki á tilteknum stöðvum ÓB. Því telji Olís að auglýsingin hafi ekki verið til þess fallin að blekkja neytendur og bendi í því tilliti auk þess á að skilaboð hafi verið send á viðskiptamenn félagsins um að



afslátturinn gildi ekki á tilteknum stöðvum. Þar við bætist að á viðkomandi stöðvum sé að finna skilti þar sem sérstaklega sé upplýst um að engir afslættir gildi.

Engu að síður fallist Olís á að betur hefði farið á því að skilaboð um að umræddur afsláttur gildi ekki á tilteknum sölustöðum hefði komið fram með skýrari hætti í öllum útgáfum auglýsinganna.

Meðfylgjandi bréfi félagsins var mynd af súlu við sjálfsafgreiðslustöð ÓB þar sem fram kemur að enginn afsláttur gildi á viðkomandi stöð.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 14. mars 2023, var Olís tilkynnt um að stofnunin líti svo á að gagnaöflun málsins sé lokið og að málið verði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.

II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta lýtur að auglýsingum Olís ehf. um afsláttarkjör eldsneytis á völdum sjálfsafgreiðslustöðvum ÓB. Þær auglýsingar sem birtust á vefmiðlum innihéldu einvörðungu upplýsingar um hvaða dag umræddur afsláttur gildi og tiltekin krónutölulækkun á eldsneyti. Þær auglýsingar sem birtust á vefsíðu ÓB innihéldu einnig stjörnumerktan texta, með smáu lettri, þar sem upplýst var um að afslátturinn gildi ekki á þeim sjálfsafgreiðslustöðvum þar sem í gildi væri lægsta verð ÓB. Þá sendi félagið einnig auglýsingar á viðskiptamenn félagsins með tölvupósti og textaskilaboðum þar sem fram koma upplýsingar um afsláttarkjör, gildisdag afsláttar og hvar hinn umræddi afsláttur gildi.

Í svörum félagsins kom fram að þær auglýsingar, þar sem ekki hafi komið fram að afslættir giltu ekki á ákvæðnum sölustöðum, hafi verið þannig úr garði gerðar að ef smellt hafi verið á þær hafi birst borði þar sem glögglega hafi komið fram að viðkomandi afsláttur gildi ekki á tilteknum stöðvum ÓB. Þá hafi skilaboð verið send á viðskiptamenn félagsins þar sem upplýst hafi verið um að afslátturinn gildi ekki á tilteknum stöðvum. Þar að auki sé að finna skilti með upplýsingum um takmörkun afsláttar á þeim sjálfsafgreiðslustöðvum sem afslátturinn gildi ekki. Því telji félagið að auglýsingarnar hafi ekki verið til þess fallnar að blekkja neytendur. Félagið fallist engu að síður á að betur hefði farið á því að skilaboð um að umræddur afsláttur gildi ekki á tilteknum sölustöðum hefði komið fram með skýrari hætti í öllum útgáfum auglýsinganna.

Telur Neytendastofa að ákvæði 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, komi til skoðunar í málinu.



2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Í 5. gr. er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fara fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Ákvæði 1. mgr. 8. gr., sem er í III. kafla, 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.“

Ákvæðinu er ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða samkvæmt ákvæðinu er litið til þess hvort háttsemin geri það að verkum að hinn almenni neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.

Í 9. gr. laganna er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur, t.d. með almennri framsetningu þó gefnar séu upp réttar staðreyndir, eða ef neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Í erindi Neytendastofu var vísað til d. liðar 1. mgr. 9. gr. laganna þar sem segir að átt sé við rangar upplýsingar um:

„d. verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértílbod eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum,“

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. Í greinargerð með ákvæðinu kemur fram að hafa megi þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr. 9. gr. laganna.

Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segir í 14. gr.:

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“



Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum

3.

Í máli þessu liggur fyrir að Olís ehf. birti auglýsingar á vefmiðlum þar sem fullyrt var að tiltekinn krónutöluafsláttur af eldsneyti stæði neytendum til boða. Í auglýsingunum kom hins vegar ekki fram að umræddur afsláttur gildi ekki nema á ákveðnum sölustöðum félagsins. Í svörum félagsins kom fram að auglýsingarnar væru þannig úr garði gerðar að ef smellt væri á viðkomandi vefborða birtist borði þar sem nánari upplýsingar kæmu fram, m.a. að afslátturinn gildi ekki á ákveðnum sölustöðum félagsins. Það er álit Neytendastofu að með framangreindri háttsemi hafi félagið ekki greint frá upplýsingum sem telja má að almennt skipti máli fyrir neytendur, þ.e. þeirri staðreynd að afsláttarkjörin voru ekki í boði á ákveðnum sölustöðum, en umræddar upplýsingar eru að mati stofnunarinnar til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti og raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Þá breytir það ekki afstöðu stofnunarinnar að með því að smella á umræddan vefborða hafi fengist ítarlegri upplýsingar enda verður að gera þær kröfur til auglýsinga og annars kynningarefnis að allar nauðsynlegar og mikilvægar upplýsingar sem kunna að hafa áhrif á ákvörðun neytenda, m.a. þá ákvörðun að fara á sölustað, komi fram í auglýsingunni sjálfri. Að sama skapi er það hvorugt nægjanlegt að mati Neytendastofu að senda viðskiptamönnum viðbótar upplýsingar í tölvupósti eða með textaskilaboðum eða að vera með texta á sílu á sölustað þar sem fram koma upplýsingar um takmarkanir á afsláttarkjörum enda neytandinn þá búinn að taka ákvörðun um að fara á sölustað. Þá var að mati Neytendastofu líkur og hættu á því að neytendur hafi tekið ákvörðun um að eiga viðskipti við félagið á grundvelli auglýsinganna án þess að átta sig á því að umrædd afsláttarkjör gildu ekki á ákveðnum sölustöðum.

Olís ehf. hefur með framangreindum viðskiptaháttum brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr., og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.

Að sama skapi liggur fyrir að Olís ehf. birti auglýsingar á vefsíðunni ob.is þar sem fram komu fullyrðingar um tiltekin afsláttarkjör tengd úrslitum handboltalandliðsins en þær auglýsingar voru frábrugðnar að því leyti að þar var viðbætt stjórnúmerkingu þar sem fram kom að afslátturinn gildi ekki á ákveðnum sölustöðum félagsins. Neytendastofa tók sérstaklega til skoðunar þessa framsetningu auglýsinganna og þá með tilliti til þess hvort að takmörkun á afsláttarkjörum komi fram með nægjanlega skýrum og greinargóðum hætti. Að mati Neytendastofu þurfa upplýsingar um takmarkanir á afsláttarkjörum, ef einhverjar, eðli málsins samkvæmt að koma skýrt fram í auglýsingum þar sem slíkar upplýsingar teljast almennt skipta neytendur máli og til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Ljóst er að meta þarf í hverju tilviki fyrir sig hvort upplýsingarnar eru veittar með fullnægjandi hætti. Við það mat er m.a. litið til stærðar og útlits leturs, staðsetningu textans og framsetningu



upplýsinganna að teknu tilliti til annarra upplýsinga sem fram koma í auglýsingunni sem og að teknu tilliti til auglýsingamiðilsins.

Framsetning auglýsinga félagsins á vefsíðu ÓB var með þeim hætti að afsláttarkjör voru auglýst með stóru hvítu letri á rauðum grunni. Þar undir var texti með smærra letri, þar sem upplýsingar um dagsetningu afsláttarkjara kom fram, með viðskeyttri stjörnu. Stjörnumerkti textinn var svo undir þeim texta með enn smærra grænu letri á gulum grunni. Það er álit stofnunarinnar að stjörnumerkti textinn hafi verið með of smáu letri miðað við mikilvægi þeirra upplýsinga sem þar komu fram og hafi fallið of mikið inn í bakgrunn auglýsinganna enda eru einkennislitir ÓB grænn og gulur. Að mati Neytendastofu var framsetning auglýsinganna því með þeim hætti að mikil hætta var á að neytendur gerðu sér ekki grein fyrir að mikilvægar takmarkanir voru á afsláttarkjörunum. Með tilliti til leturstærðar, lit letursins og staðsetningu textans, sem tilgreindur var með stjörnumerkingu, telur Neytendastofa auðsýnt að margir neytendur hafi ekki orðið varir við þær upplýsingar sem honum var ætlað að veita. Stofnunin telur að framsetning auglýsingarinnar hafi verið ósanngjörn og óréttmæt gagnvart neytendum og auglýsinguna fela í sér villandi upplýsingar um fyrirkomulag afsláttarkjaranna og hefur félagið, með viðskiptaháttum þessum, brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005 enda framsetning auglýsinganna til þess fallin að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 að banna Olís ehf. að viðhafa framangreinda viðskiptahætti.

III.

Ákvörðunarorð:

„Olís ehf., kt. 500269-3249, Skútuvogi 5, 104 Reykjavík, hefur með birtingu auglýsinga um afslátt af eldsneyti, án þess að taka fram að afslátturinn gildi ekki á öllum sölustöðum félagsins, brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Olís ehf., kt. 500269-3249, Skútuvogi 5, 104 Reykjavík, hefur með birtingu auglýsinga um afslátt af eldsneyti, án þess að taka fram með nægjanlega skýrum og greinargóðum hætti að afslátturinn gildi ekki á öllum sölustöðum félagsins, brotið gegn ákvæðum 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. c. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Olís ehf. að viðhafa framangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar.“



Neytendastofa, 11. maí 2023

Þórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir