



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 24/2025

Auglýstur afsláttur Fly Play hf.

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til Fly Play hf., dags. 8. júlí 2024, var félaginu gert kunnugt um að ábending hafi borist er varði auglýsingar félagsins um afslátt til allra áfangastaða þess. Í kjölfar ábendingarinnar hafi stofnunin athugað markaðsefni Fly Play á vefsíðu félagsins, samfélagsmiðlum og á fréttamiðlum. Í athugun stofnunarinnar hafi stofnunin orðið vör við tvennskonar auglýsingar sem birtar voru með innan við mánaðar millibili. Annars vegar hafi verið um að ræða 20% afslátt og hinsvegar 33% afslátt en við nánari skoðun hafi raunverulegur afsláttur verið lægri en auglýstur afsláttur þar sem afslátturinn reiknaðist ekki af endanlegu verði. Þá var hvergi getið til um takmarkanir á tilboðinu. Í auglýsingum félagsins var ekki getið til um takmarkanir á sætaframboði, að afslátturinn reiknist ekki af endanlegu verði og að afslátturinn gildir ekki til allra áfangastaða, að undanskyldri einni auglýsingu um 20% afslátt sem birt var á Facebook síðu félagsins þar sem fram kom að um takmarkað sætaframboð væri að ræða.

Vakti stofnunin athygli félagsins á ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr., 17. gr. og 18. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þá var athygli félagsins einnig vakin á 2. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

Óskaði stofnunin eftir skýringum og/eða öðrum athugasemdum félagsins við erindi stofnunarinnar. Meðfylgjandi bréfi Neytendastofu var að finna skjáskot af umræddum auglýsingum.

Engin svör bárust við upphaflegu erindi stofnunarinnar og ítrekaði því stofnunin erindi sitt í tvígang, n.tt .31. júlí og 3. september 2024.



2.

Svar barst Neytendastofu með tölvubréfi, mótt. 20. september 2024. Í svari Fly Play kom fram að umræddar auglýsingar hafi verið gerðar í góðri trú um að efni þeirra færi ekki í bága við reglur um framsetningu markaðsefnis á Íslandi og að félagið hafi ekki fengið sambærilegar ábendingar á sitt borð áður. Þá hafi framsetning verið í samræmi við vinnubrögð sem tíðkuðust meðal aðila í ferðaþjónustu hjá eldri félögum. Tilvitnaðar reglur um sumt séu matskenndar og telur félagið að neytendur séu nokkuð upplýstir um atviksbundnar og mögulegar takmarkanir á sérkjörum sem komist ekki til skila með tæmandi hætti í markaðsefni.

Hvað mögulegar takmarkanir í umræddum auglýsingum varði vilji félagið árétta að afsláttur gildir iðulega til allra áfangastaða, en ekki endilega alla daga á öllum brottförum. Þá sé það lögboðið hvernig fari með opinber gjöld sem hluta af farmiðum, en félagið geti ekki boðið afslátt af þeim gjöldum. Það sé því lögboðin skýring á því að afsláttur reiknist ekki sjálfkrafa af endanlegu verði, þó hann geri það af verðinu sem félagið hafi yfirráð yfir. Hvað varði takmarkanir á sætaframboði þá vísi félagið til þess að ætla megi að slíkt sé alþekkt í öllu vöru- og þjónustuframboði.

Félagið telji skilmála þess skilmerkilega og efnislega víðtæka, einnig með tilliti til samkeppnisaðila. Það sé að mati félagsins mikilvægt og gagnkvæmur ávinningur í því að skilmálar þess séu tæmandi. Þá hafi félagið ekki áhuga á að fara á svig við upplýstari framkvæmd í framsetningu markaðsefnis á íslenskum auglýsingamarkaði.

Í lok bréfsins kom fram að Fly Play hafi sett af stað verkefni til þess að bæta merkingar og framsetningu auglýsinga þar sem afsláttur er auglýstur. Breytingarnar feli í sér að ýmist verða hlutfallsleg afsláttarkjör ekki auglýst sérstaklega heldur verður áhersla lögð á föst verð eða texti og/eða stjörnumerkingu bætt við myndefni sem vísi í að sérstakir skilmálar eigi við. Það sé von félagsins að slík breyting á framsetningu svari kalli Neytendastofu um myndræna framsetningu á kynningarefni félagsins og sé vinnan þegar hafin með hönnuðum.

3.

Með bréfi Neytendastofu til Fly Play hf., dags. 23. janúar 2025, var félaginu gert kunnugt um að eftir yfirferð framkominna gagna hafi stofnunin orðið þess vör að auglýstur afsláttur virðist ekki ná yfir aðra þjónustu sem Fly Play veitir t.a.m. töskugjöld og sætisval. Þá var einnig gerð grein fyrir því að stofnunin hafi orðið vör við samskonar auglýsingar og athugasemdir voru gerðar við í bréfi stofnunarinnar 8. júlí 2024. Auglýsingarnar voru birtar á fréttamiðlum og samfélagsmiðlum dagana 8. og 13. janúar 2025, þar sem auglýstur var afsláttur með almennum hætti.

Í lok bréfsins og með vísan til 1. mgr. 20. gr. laga nr. 57/2005 óskaði stofnunin eftir upplýsingum um hvort veittur hafi verið afsláttur af aukapjónustu sem félagið selur í tengslum við flugferðir neytenda t.a.m. töskugjald eða gjald vegna sætisvals.



Engin svör bárust við erindi Neytendastofu.

4.

Með bréfi Neytendastofu til Fly Play hf., dags. 4. mars 2025, var vísað til fyrri samskipta stofnunarinnar og félagsins auk bréfs stofnunarinnar, dags. 23. janúar 2025, þar sem óskað var eftir upplýsingum frá félaginu um hvort afsláttur hafi verið veittur af aukaþjónustu sem félagið selji í tengslum við flugferðir neytenda t.a.m. töskugjöld eða gjald vegna sætisvals.

Þá var greint frá því að svo virðist sem afsláttur sé eingöngu veittur af flugfargjaldi án skatta eða annarrar þjónustu þrátt fyrir að afdráttarlausar fullyrðingar í auglýsingum þ.e. „Viltu meiri sól í sumar? 20% sumarafsláttur“, „Gleðilegt nýtt flugár! 25% afsláttur af 2025!“, „25% afsláttur af 25! Farðu á flug árið 2025“, „Viltu koma út að leika? 33% afsláttur til allra áfangastaða“, „20% afsláttur til allra áfangastaða í heilt ár!“, „allir áfangastaðir 20% afsláttur! Í heilt ár“ og „Þetta verður veisla! 33% afsláttur til allra áfangastaða!“.

Þá kom í lok bréfsins fram að Neytendastofa taldi það koma til álita að um sé að ræða viðskiptahætti sem fari gegn 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005.

5.

Svarbréf Fly Play barst Neytendastofu þann 18. mars 2025. Í bréfinu kom fram að óheppilegt sambland af endurnýjun starfsfólks í markaðsheimi á sama tíma og nýtt verkstjórnunarkerfi var innleitt, hafði í för með sér að í þessu tiltekna tilfelli hafi vinnureglur um framleiðslu og dreifingu umræddra tegunda af auglýsingum týnst í verkferli. Það hafi ekki uppgötvast fyrir en of seint.

Þá kom fram að búið væri að leiðrétta mistökin og ítreka við starfsmenn og auglýsingastofu félagsins að slíkt ætti ekki að endurtaka sig en þess hafi verið vandlega gætt í síðustu tveimur herferðum Fly Play.

6.

Með bréfi Neytendastofu til Fly Play, dags. 7. apríl 2025, var athygli félagsins vakin á því að 2. og 3. apríl 2025 hafi stofnunin að nýju orðið vör við auglýsingar Fly Play þar sem auglýstur var 25% afsláttur til allra áfangastaða. Samkvæmt skilmálum tilboðsins gildi auglýstur afsláttur aðeins á flugfargjaldi (ekki sköttum, þjónustu og gjöldum) og gildi ekki með öðrum afslætti. Umræddar auglýsingar varð stofnunin vör við á fréttamiðlinum DV, vefsíðu og markpósti Fly Play auk kostaðra auglýsinga á Facebook og Instagram. Í kostuðu auglýsingunum á Facebook og Instagram ásamt auglýsingu á fréttamiðlinum DV var getið til um, í töluvert smærri lettri neðarlega í auglýsingunum, að skilmálar gildi um tilboðið. Þá var engan áskilnað um skilmála



að sjá í auglýsingu félagsins á vefsíðu þess en í markpósti félagsins var takmarkana getið í smáu lettri neðarlega í póstinum.

Þá kom að mati Neytendastofu, með vísan til fyrri bréfa stofnunarinnar, til álita hvort að ofangreindar auglýsingar Fly Play væru villandi fyrir neytendur þar sem auglýstur afsláttur miðaðist ekki við endanlegt verð sem og að neytendum var ekki gerð grein fyrir því á skýran hátt að takmarkanir gildi um afsláttinn.

Engin svör bárust við erindi Neytendastofu.

7.

Með bréfi Neytendastofu til Fly Play hf., dags. 20. maí 2025, var félaginu tilkynnt um að gagnaöflun málsins væri lokið og að málið yrði tekið til ákvörðunar hjá stofnuninni.

Þá var félagið upplýst um að stofnunin hafi, með vísan til svara félagsins 20. september 2024, ákveðið að aðhafast ekki frekar að svo stöddu er varðar athugasemdir stofnunarinnar vegna upplýsingagjafar félagsins um takmörkun á sætaframboði. Þá var félaginu tilkynnt um að það kunni að koma síðar til heildstæðrar skoðunar á upplýsingagjöf flugfélaga um takmörkun á sætaframboði þegar auglýstur er afsláttur af flugi.

II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta varðar auglýsingar flugfélagsins Fly Play þar sem boðinn var afsláttur í formi prósentuhlutfalls. Auglýsingarnar voru birtar dagana 31. maí, 5., 25. og 26. júní 2024, 8. og 13. janúar auk 2. og 3. apríl 2025. Í auglýsingunum var afsláttur settur fram með almennum hætti, n.tt. voru þær orðaðar á eftirfarandi hátt: „Viltu meiri sól í sumar? 20% sumarafsláttur!“, „Gleðilegt nýtt flugár! 25% afsláttur af 2025!“, „25% afsláttur af 25! Farðu á flug árið 2025“, „Viltu koma út að leika? 33% afsláttur til allra áfangastaða“, „20% afsláttur til allra áfangastaða í heilt ár!“, „Allir áfangastaðir 20% afsláttur! Í heilt ár“, „Þetta verður veisla! 33% afsláttur til allra áfangastaða!“ og „Allir áfangastaðir á 25% afslætti“. Við skoðun Neytendastofu á afsláttartilboðum Fly Play kom annars vegar í ljós að afslátturinn miðaðist ekki við endanlegt verð og hins vegar að afslátturinn gildi ekki af öðru en flugfargjaldi. Í málinu telur Neytendastofa að til skoðunar komi hvort að auglýsingarnar brjóti gegn 1. mgr. 8. gr., d. lið 1. mgr. og 2 mgr. 9. gr. sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu auk 2. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.



Fram hefur komið af hálfu Fly Play að umræddar auglýsingar hafi verið gerðar í góðri trú um að efni þeirra færi ekki í bága við reglur um framsetningu markaðsefnis á Íslandi og að framsetningin sé í samræmi við vinnubrögð sem tíðkuðust meðal aðila hjá eldri félögum. Þá er vísað til þess að lögboðið sé hvernig fer með opinber gjöld sem hluta af farmiðum og að félagið geti ekki boðið afslátt af slíkum gjöldum. Þá kom fram að félagið hafi í kjölfar ábendinga Neytendastofu sett af stað ferli til að bæta merkingar og framsetningu auglýsinga.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Í 5. gr. laganna kemur fram að óréttmætir viðskiptahættir eru bannaðir áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fara fram eða þjónusta er veitt. Þá er einnig tekið fram að nánari tilgreining á hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta sé að finna í III-V kafla laganna.

Í 1. mgr. 8. gr. sem finna má í III kafla laganna segir:

„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.“

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

Í 1. mgr. 9. gr. laganna er kveðið á um í hvaða tilvikum viðskiptahættir teljist villandi. Þar er greint frá því að viðskiptahættir eru villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur eða þeim veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Í erindi Neytendastofu til Fly Play er vísað til d. liðar 1. mgr. 9. gr., en þar segir að átt sé við rangar upplýsingar um:

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

Í 2. mgr. 9. gr. kemur síðan fram:

„Viðskiptahættir eru villandi ef ekki er greint frá upplýsingum sem telja má að almennt skipti máli fyrir neytendur eða þeim er leynt og eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytanda um að eiga viðskipti.“

Samkvæmt ákvæðinu teljast viðskiptahættir villandi ef fyrirtæki leynir upplýsingum sem skipta máli við ákvörðun um að eiga viðskipti eða þær eru veittar á óljósan eða margræðan hátt. Í



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

Á grundvelli heimildar í 17. gr. laga nr. 57/2005 sem og ákvæðis 18. gr. sömu laga, sem snýr að heimild Neytendastofu til að gefa fyrirtækjum sérstök fyrirmæli um að gera ráðstafanir til að auðvelda viðskiptavinum að meta verð og gæði, hefur Neytendastofa sett reglur nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði. Reglurnar eru ákvæðum laga nr. 57/2005 til fyllingar og þar koma fram ítarlegri ákvæði um útsölur.

Um lækkað verð í auglýsingum segir í 2. gr. reglnanna:

„Í auglýsingum sem og á sölustað, þ.m.t. netverslun, skal tekið skýrt fram hvaða vörur eða þjónusta er seld á lækkuðu verði.“

Samkvæmt ákvæðinu ber seljendum að taka fram hvaða vöru og þjónustu verðlækkun nær til í auglýsingum þar sem auglýst er lækkað verð.

3.

Í máli þessu gerði Neytendastofa athugasemdir við auglýsingar Fly Play þar sem auglýstur var afsláttur í formi prósentuhlutfalls með almennum hætti ýmist án þess að takmarkana væri getið eða þeirra getið með tilvísun til skilmála í smáu lettri í neðra horni auglýsinganna. Þegar smellt var á auglýsingar félagsins opnaðist bókunarvél Fly Play þar sem finna mátti takmarkanir á afslættinum neðarlega á síðunni. Við nánari skoðun Neytendastofu á takmörkunum afsláttarins kom í ljós að auglýstur afsláttur gildi aðeins á flugfargjaldi en ekki endanlegu verði flugmiða auk þjónustu og öðrum gjöldum tengdum fluginu t.a.m. fargjalds fyrir tösku eða sætisval.

Í svörum Fly Play var vísað til þess að lögboðið væri hvernig fara skuli með opinber gjöld sem hluta af farmiðum og að félagið geti ekki boðið afslátt af slíkum gjöldum. Þá sé framsetning í samræmi við vinnubrögð sem tíðkuðust meðal aðila í ferðaþjónustu hjá eldri félögum.

Þegar fyrirtæki birta afsláttarkjör í formi prósentuhlutfalls eiga neytendur að geta gengið út frá því að auglýstur afsláttur sé sá afsláttur sem reiknist af endanlegu verði enda stendur neytendum almennt ekki til boða að versla þjónustu eða vörur án lögbundinna skatta og gjalda. Að mati Neytendastofu er ekki hægt að gera ráð fyrir því að neytendur séu meðvitaðir um lögbundin og óhjákvæmileg gjöld og skatta sem leggjast ofan á kostnað vörunnar.

Fyrirnefnd framsetning auglýsinga Fly Play leiddi til þess að raunverulegur afsláttur af endanlegu verði reyndist lægri en auglýstur afsláttur sem gildi aðeins af flugfargjaldi. Að mati stofnunarinnar á það ekki að koma í hlut neytenda að afla sér upplýsinga um aðra greiðsluliði í skilmálum tilboðs eða öðrum stöðum í því skyni að geta reiknað út raunverulegt prósentuhlutfall afsláttar m.v. endanlega verðið. Þá er það jafnframt mat stofnunarinnar að sú



staðreynd að félagið hafi ekki stjórn á opinberum gjöldum komi ekki í veg fyrir að félagið veiti neytendum afslátt af endanlega verðinu, enda er því ekkert til fyrirstöðu að reikna út afslátt að gefnu tilliti til óhjákvæmilegra gjalda og skatta. Þar sem um er að ræða lögbundin gjöld og skatta þá er neytendum jafnframt ekki kleift að versla einungis flugfargjaldið af félaginu og því stendur auglýstur afsláttur þeim aldrei til boða hyggist þeir kaupa flug með Fly Play.

Með hliðsjón af framangreindu telur stofnunin framsetningu auglýsinga Fly Play líklega til að blekkja neytendur um raunverulegt prósentuhlutfall afsláttar af flugi. Hefur Fly Play því með auglýsingum sínum brotið gegn d. lið 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, en viðskiptahættir sem brjóta í bága við 9. gr. teljast óréttmætir skv. 1. mgr. 8. gr. og 5. gr. fyrrnefndra laga.

Neytendur eiga ekki að þurfa að leita að upplýsingum sem eru veigamiklar fyrir ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Fly Play birti auglýsingar þar sem kynnt var prósentuhlutfall afsláttar með almennum hætti án þess að tilgreint væri í auglýsingunum til hvaða vöru eða þjónustu félagsins afslátturinn náði. Neytendur voru því ekki upplýstir um það hvort auglýstur afsláttur ætti einungis við um flug félagsins eða hvort að afslátturinn næði einnig til valkvæðrar þjónustu t.a.m. fargjald fyrir tösku eða sætisval. Þá birti félagið stjörnumerkingu, í mun smærra letri en annað letur í auglýsingunum, með tilvísun til skilmála sem finna mátti á vefsíðu félagsins. Að mati Neytendastofu getur tilvísun til skilmála þar sem leita þurfi upplýsinga um hvaða vöru eða þjónustu afsláttur náði til, ekki talist til skýrrar upplýsingagjafar um það hvaða vörur eða þjónustu afslátturinn náði til sbr. 2. gr. reglna nr. 366/2008. Þá er það mat stofnunarinnar að auglýsingar þar sem auglýstur er afsláttur án þess að tiltekið sé til hvaða vöru eða þjónustu afslátturinn náði teljist villandi fyrir neytendur þar sem um sé að ræða upplýsingar sem skipta neytendum máli enda hefðu þeir með réttu mátt ganga út frá því að hið auglýsta tilboð ætti við um alla þjónustu og vöruframboð félagsins til áfangastaða þess. Þá telur stofnunin að félagið hafi leynt takmörkunum á afslættinum með því að vísa til skilmála í smáu letri með stjörnumerkingu sem leiði neytendur á aðra síðu þar sem takmarkana á afslættinum er getið neðarlega þeirri síðu.

Með vísan til framangreinds hefur Fly Play brotið gegn ákvæðum 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 auk 2. gr. reglna nr. 366/2008 með því að tilgreina ekki með skýrum hætti í auglýsingum sínum til hvaða vöru eða þjónustu auglýstur afsláttur náði og leyna þeim upplýsingum fyrir neytendum.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 að banna Fly Play að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti.



III.

Ákvörðunarorð:

„Fly Play hf., Suðurlandsbraut 14, 108 Reykjavík, hefur með framsetningu auglýsinga sem líklegar eru til að blekkja neytendur um raunverulegt prósentuhlutfall afsláttar af flugi brotið gegn 1. mgr. 8. gr. og d. lið 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Fly Play hf. hefur með því að tilgreina ekki með skýrum hætti í auglýsingum sínum til hvaða vöru eða þjónustu auglýstur afsláttur nái til og leyna þeim upplýsingum fyrir neytendum brotið gegn 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk 2. gr. reglna nr. 366/2008, um útsölur eða aðra sölu þar sem selt er á lækkuðu verði.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Fly Play hf. bannað að viðhafa framangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunar þessarar. “

Neytendastofa, 8. júlí 2025

Þórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir