



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 26/2013

## **Auglýsing Tæknivara „sími sem skilur þig“**

### **I.**

#### **Erindið**

Með bréfi Skakkaturns ehf., dags. 10. júlí 2013, kvartaði fyrirtækið yfir auglýsingu Tæknivara ehf., sem ber yfirskriftina „sími sem skilur þig“. Segir í bréfin að Skakkiturn telji auglýsinguna brjóta í bága við 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., f. lið 1. mgr. 9 gr., 1. mgr. 13. gr. og 14. gr. auk a., c., e., og g. liða 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í erindi Skakkaturns segir að auglýsingin hafi vakið nokkra athygli og vísar því til stuðnings á grein af vefmiðlinum Vísir.is, sem birtist 8. júlí 2013. Þrátt fyrir að auglýsingarnar séu settar fram á óhlutbundinn hátt séu þær að mati Skakkaturns ríkar af myndmáli, einkum birtingarmynd eplisins og íslensku sauðkindarinnar. Fyrirtækið telji ljóst að eplin tákni vörumerki fyrirtækisins Apple og vörur frá Apple sem Skakkiturn flytji inn og selji hér á landi. Í erindinu kemur fram að eitt epli sé í höndum aðalpersónu auglýsingarinnar sem birtist fyrst í myndskaiðinu að nokkrum sekúndum liðnum. Eplinu sé haldið í lófa líkt og snjallsíma og gefnar skipanir sem séu dæmigerðar fyrir notkun slíkra síma. Að því loknu haldi persónan eplinu að eyra líkt og síma, en af viðbrögðum hennar að dæma virki eplið ekki sem skyldi. Að því búni drúpi hún höfði með skilaboðin „Fáðu þér síma sem skilur þig“. Eftir að aðalpersónan finnur síma af gerðinni Samsung Galaxy S4 kætist hún, en á jörðinni í kring liggja mörg epli. Að mati Skakkaturns sé verið að gefa í skyn að Apple iPhone sé á hverju strái og einskis nýtur til annars en að liggja á jörðinni. Að þessu búnu er dansatriði með svartklæddum fígúrum og sauðkind. Að mati Skakkaturns tákni sauðkindin notanda Apple iPhone, hann fylgi hjörðinni en taki ekki þátt í gleðinni sem fylgi notkun á vöru Tæknivara. Þessu til stuðnings vísi Skakkiturn til óbeinnar tilvísunar í framkvæmdarstjóra Tæknivara í frétt vefmiðilsins Vísir.is þar sem hann hafi sagt að það væri engin tilviljun að það megi finna íslenska sauðkind í myndskaiðinu. Skakkiturn telji að framsetning auglýsingarinnar feli í sér samanburðarauglýsingu sem kasti rýrð á vörumerki og vöru fyrirtækisins, auglýsingin brjóti því gegn lögum nr. 57/2005.



Skakkiturn telji augljóst að auglýsing Tæknivara uppfylli hugtaksskilyrði þess að teljast samanburðarauglýsing skv. e. lið 15. gr. laga nr. 57/2005. Vörumerki Apple sé epli og síminn iPhone sé samkeppnisvara Samsung Galaxy S4. Vara Tæknivara birtist neytendum sem epli í höndum aðalpersónunnar. Vísað er til sérstakra ummæla um 20. gr. a. eldri samkeppnislaga nr. 8/1993 sem fylgdu frumvarpi til breytingarlaga nr. 107/2000. Þar segi að hugtakið „samanburðarauglýsing“ sé skilgreint rúmt, svo allar tegundir samanburðarauglýsinga heyri undir hugtakið. Í auglýsingunni sé skýrt látið í ljós að vara Skakkaturns sé að einhverju leiti verri en vara Tæknivara. Fyrirtækið telji auglýsingu Tæknivara ekki fela í sér neinn hagnýtan samanburð á vörum fyrirtækjanna til upplýsinga fyrir neytendur. Samanburðurinn sé eingöngu settur fram í því skyni að kynna vöru Skakkaturns sem óæskilegri en vöru Tæknivara.

Skakkiturn telji auglýsinguna fela í sér beinan samanburð á vörum fyrirtækjanna og vísi til ummæla við 20. gr. a. eldri samkeppnislaga þar sem fram komi að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrði að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð við vöru keppinauta. Út frá ákvæðinu telji fyrirtækið ljóst að auglýsingin feli í sér beinan samanburð. Vörunum sé stillt upp hlið við hlið og látið að því liggja að vara Tæknivara sé betri kostur og að vara Skakkaturns sé ónothæf og notendur hennar sauðir. Jafnvel þótt ekki verði fallist á beinan samanburð telji Skakkiturn auglýsinguna hið minnsta vera óbeinan samanburð. Með notkun á epli, sem sé vörumerki Apple, og það notað sem sími sé skírskotað til vörunnar iPhone, ákvæði 15. gr. laga nr. 57/2005 geri ekki greinarmun á beinum og óbeinum samanburði.

Með því að sýna eplið sem gagnlaust og að það valdi notanda þess amstri sé vara Skakkaturns birt í neikvæðu ljósi. Skilaboðin séu að iPhone sé léleg vara sem beri að forðast. Epli, sem sé helsta vörumerki Apple og varan iPhone sé þannig lítilsvirt og kastað á hana rýrð. Skakkiturn vísi til fréttar á erlendum vefmiðli Cnet.com og fréttar Viðskiptablaðsins sem birtist 8. júlí 2013. Af umfjöllun miðlanna megi ljóst vera að túlkun Skakkaturns á auglýsingunni sé víðtekin túlkun á efni hennar. Vörumerkið Apple iPhone sé líklega útbreiddasta heiti á farsímum í veröldinni og tilvísanir í auglýsingu Tæknivara til vörunnar augljósar. Einnig vísi fyrirtækið til dóms Evrópudómstólsins í máli nr. C-112/99 þar sem dómstólinn hafi komist að þeirri niðurstöðu að tákn geti talist vörumerki ef almenningur átti sig á því að það stafi frá ákveðnu fyrirtæki. Skakkiturn bendi á að það sé nægilegt að tilvísun í auglýsingu beinist að vörutegund, en ekki einstaklega ákveðinni vöru. Þannig sé vísun auglýsingarinnar til eplisins nægjanleg til að tákna alla farsíma sem fyrirtækið Apple framleiði og Skakkiturn flytji inn.

Skakkiturn telji einsýnt að sauðkindin tákni hinn dæmigerða notanda vöru fyrirtækisins, þótt tilvísunin sé ekki eins skýr og eplið. Á ensku sé gjarnan notað hugtakið „iSheep“ sem uppnefni yfir notendur vara og hugbúnaðar frá Apple. Samsung, framleiðandi vöru Tæknivara, hafi til að mynda tekið þátt í þessari niðrandi orðnotkun í auglýsingum sínum og telji Skakkiturn ljóst að kindin í auglýsingu Tæknivara skírskoti til þessa hugtaks. Því til stuðnings vísi Skakkiturn til auglýsingar á vefsíðunni Youtube.com og greinar á vefsíðunni



wikipedia.com ásamt því að vísa til viðtals við framkvæmdastjóra Tæknivara þar sem fram hafi komið að það væri ekki tilviljun að finna megi íslenska sauðkind í myndskreiðinu. Að mati Skakkaturns sýni auglýsingin notendur vara Skakkaturns í neikvæðu ljósi sem sauði eða hjarðdýr og sé hún augljóslega til þess fallin að kasta rýrð á vöruna og vörumerkið. Til viðbótar sé vegið að notendum vara frá Apple og þeim sýnd lítilsvirðing.

Að mati Skakkaturns megi ráða af auglýsingunni að aðalpersónunni reynist ófært að nota eplið, myndlíkingu fyrir vöru Skakkaturns. Eftir að aðalpersónunni áskotnist vara Tæknivara þá taki hún gleði sína þrátt fyrir að eini munurinn sé að Samsung Galaxy S4 „*skilji íslensku*“. Skakkiturn telji þann mun á vörunum að sími Tæknivara geti skilið talað íslenskt mál, vera óviðkomandi notagildi þeirra í heild sinni. Af auglýsingu Tæknivara megi skilja að vara fyrirtækisins standi vöru Skakkaturns framur að því leiti að vöru Skakkaturns sé ekki hægt að nota á íslensku. Neytendur geti dregið þá ályktun af auglýsingunni að iPhone frá Apple skilji ekki íslenska stafi, bjóði ekki upp á íslenskan villugreini og fleira, sem hann þó geri. Framsetning auglýsingarinnar sé að mati Skakkaturns ósanngjörn.

Skakkiturn telji að það geti haft áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti að notendur tiltekinnar vöru eða framleiðanda séu brennimerktir sem sauðir.

Auglýsing Tæknivara sé því marki brennd að vara fyrirtækisins, frá framleiðandanum Samsung Galaxy S4, sé kynnt sem betri kostur fyrir þá sem vilji ekki fylgja hjörðinni. Aðalpersónan sjáist sitja á jörðinni þar sem mörg epli liggi allt um kring. Skilaboðin séu að Apple iPhone sé á hverju strái en Samsung Galaxy S4 sé valkostur þeirra vandfúsu. Skakkiturn telji framsetningu auglýsingarinnar vera bæði villandi og gefa ranga mynd af stöðu aðila á snjallsímamarkaði. Vörunar séu báðar útbreiddar á markaðnum og vandséð hvort notendur hvorrar fyrir sig geti talist meiri hjörð.

Skakkiturn bendir á að skv. c. lið 15. gr. laga nr. 57/2005, þurfi samanburður að vera gerður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleikum. Meginskilaboð auglýsingarinnar sé að vara Tæknivara „*skilji íslensku*“ en vara Skakkaturns ekki. Neytendur séu ekki upplýstir um neinar hagnýtar staðreyndir sem byggji undir slíkan mun á vörunum. Orðstír fyrirtækisins Apple og vörumerki þess sé hagnýtt með ósanngjörnum hætti til að upphefja vöru Tæknivara. Auglýsingin sé til þess fallin að brjóta gegn fjárhagslegum hagsmunum neytenda og Skakkaturns sem keppinauts Tæknivara, þar sem hún kasti rýrð á þá vöru sem fyrirtækið bjóði til sölu.

Skakkiturn fór jafnframt fram á erindið fengi flýtimeðferð hjá Neytendastofu.



## II. Málsmeðferð

### 1.

Með bréfi Neytendastofu dags. 27. júlí 2013, var Tæknivörum, sent erindi Skakkaturns til umsagnar. Í bréfinu kom fram að vegna mikils málafjölda hjá Neytendastofu væri beiði um flýtimeðferð hafnað.

Svar Tæknivara barst með bréfi, dags. 12. ágúst 2013. Þar kemur fram að fyrirtækið mótmæli að lagt verði bann við birtingu auglýsingarinnar. Jafnframt sé því mótmælt að auglýsingin brjóti gegn lögum nr. 57/2005. Tæknivörur mótmæli sjónarmiðum og túlkunum Skakkaturns.

Í svarinu kemur fram að um nokkurt skeið hafi eigendur snjallsíma á stórum málsvæðum getað nýtt sér ýmiskonar „máltækni (e. *Language technology*)“. Máltækni sé aðferð til að tengja saman tungumál og tölvutækni til þess að gefa tækjum raddskipanir sem virki ýmsa eiginleika s.s. að hringja, senda smáskilaboð og spila tónlist. Ein af hagnýtari birtingarmyndum máltækninnar sé að breyta töluðu máli í texta „(e. *text to speed*)“ þar sem notast sé við svokallaðan talgreini. Þar til fyrir skömmu hafi þessi tækni ekki verið í boði fyrir íslensku. Vegna brautryðjendastarfs Google, Háskólans í Reykjavík og Máltækniseturs við söfnun íslenskra raddsóma í opinn gagnagrunn sem kallist Almanarómur geti notendur Android snjalltækja nýtt sér máltækni til aðstoðar, hagræðis og yndisauka. Þannig geti eigendur slíkra síma og spjaltdölva frá Samsung talað eða lesið upp texta í stað þess að nota fingurna til að skrifa texta, þetta sé nýjung sem eigi erindi við almenning.

Auglýsti síminn sé gæddur þessum eiginleika. Með þessari nýjung megi að mati Tæknivara með sanni segja að síminn „*skilji íslensku*“. Auglýsingunni sé ætlað að vekja athygli á tækniframförum á skemmtilegan og myndrænan hátt. Það sé gert með því að bregða auglýsingunni í íslenskan búning, með svipmyndum úr íslenskri náttúru og sveitasælu, tónlist fluttri af íslenskri hljómsveit og íslenskri sauðkind. Allri umgjörð sé því fyrst og fremst ætlað að ná athygli íslenskra neytenda sem nota nú þegar, eða séu líklegir til að vilja, snjallsíma. Vitanlega sé hægt að skilja auglýsinguna þannig að það sé beinlínis markmið hennar að það tæki sem Tæknivörur flytja inn, Samsung Galaxy S4, henti markhópi auglýsingarinnar betur en önnur sambærileg tæki þar sem það skilji íslensku.

Tæknivörur mótmæli því að eplin tákni vörumerki fyrirtækisins Apple, enda megi víða í mannkynssögunni, Biblíunni, grískri og Norrænni goðafræði og skáldsögum sjá eplum bregða fyrir sem ólíkum táknmyndum. Eplið sem táknmynd hafi því um aldir táknað freistingu, völd og fegurð svo nokkur dæmi séu nefnd. Tæknivörur bendi á að vörumerki Apple sé bein skírskotun í fræga sögu af Sir Isaac Newton, en eins og kunnugt sé hafi hann sett fram kenningar um þyngdarlögmálið eftir að hafa séð epli falla úr tré. Apple verði að una því að epli séu notuð af öðrum einstaklingum og fyrirtækjum til tjáningar líkt og gert hafi verið um aldir og þeir hafi sjálfir gert í sínu eigin vörumerki.



Tæknivörur hafni þeirri túlkun Skakkaturns að með auglýsingunni sé gefið í skyn að iPhone símar séu á hverju strái og einskis nýtir til annars en að liggja á jörðinni. Skakkiturn taki einstaka atriði úr auglýsingunni, túlki eftir eigin hentisemi og geri tilraun til að heimfæra túlkunina á tilvísuð lagaákvæði. Fullyrði Skakkiturn að ákveðnum þáttum í auglýsingunni sé ætlað að þýða hitt og þetta án þess að minnst sé á eða túlkað það sem ekki henti málflutningi Skakkaturns. Tæknivörum sé óskiljanlegt hvernig Skakkaturn geti dregið þá ályktun að íslenska sauðkindin eigi að tákna notendur iPhone. Sú fullyrðin sé að mati Tæknivara óverðskuldug og ósmekklek. Ef Skakkiturn væri samkvæmur sjálfum sér í túlkun auglýsingarinnar þá mætti spyrja hvað aðrir þættir auglýsingarinnar ættu að tákna? Hver sé meiningin á bakvið dansandi ninjur? Hvað eigi það að tákna að aðalpersónan taki bita af epli í lok auglýsingarinnar? Hugarburði og vangaveltum af þessu tagi sé alfarið vísað á bug.

Tæknivörur bendi á að Skakkiturn kjósi að vísa í óbeina tilvitnun framkvæmdastjóra Tæknivara á vefmiðlinum Vísir.is. Að mati Tæknivara slíti Skakkiturn ummælin úr sambengi í því skyni að láta þau líta þannig út að ætlunin hafi verið að láta sauðkindina tákna eitthvað sérstakt. Ef ummælin séu lesin í heild sinni komi skýrt fram að dansandi ninjur og sauðkind hafi verið hafðar í auglýsingunni til þess að vekja athygli, enda óvenjuleg leið til að auglýsa síma.

Tæknivörur hafni því að um samanburðarauglýsingu sé að ræða og þeirri túlkun að skýrlega sé látið í ljós að vara Skakkaturns sé að einhverju leyti lakari en vara Tæknivara. Hvorki sé vísað beint né óbeint til vöru Skakkaturns í auglýsingunni. Verði þrátt fyrir andmæli Tæknivara talið að auglýsingin sé samanburðarauglýsing í skilningi laga nr. 57/2005, þyki Tæknivörum rétt að fjalla um þau sjónarmið sem styðji mál fyrirtækisins. Í kvörtun Skakkaturns komi fram að fyrirtækið telji auglýsinguna ekki fela í sér neins konar hagnýtan samanburð á vörum fyrirtækisins og Tæknivara til upplýsinga fyrir neytendur. Að mati Skakkaturns sé samanburðurinn einungis settur fram í því skyni að kynna vöru fyrirtækisins sem óæskilegri en vöru Tæknivara. Slíkt sé ekki stutt neinum hlutlægum mælikvarða. Þessu mótmæli Tæknivörur. Í auglýsingunni séu fólgin þau skilaboð að varan „*skilji íslensku*“ sem, líkt og fjallað hafi verið um, sé afrakstur víðtæks rannsóknarsamstarfs. Upplýsingar um þessa nýjung séu því hagnýtar og upplýsandi fyrir neytendur. Þessi eiginleiki Samsung Galaxy S4 og annarra Android síma sé mikilvægur og veiti notendum slíkra snjallsíma aukin þægindi umfram aðra síma sem ekki hafi þennan eiginleika. Í auglýsingunni sé ekki kastað rýrð á aðra síma eða vörumerki, heldur séu neytendur hvattir til að fá sér síma sem „*skil[ji] íslensku*“. Auglýsingin sé hluti af stærri auglýsingaherferð þar sem neytendum sé kynntur sá valkostur að senda smáskilaboð og tölvubréf með því að tala við símann og hafi nú fleiri auglýsingar þess efnis verið birtar.

Vísun í hugtakið „*iSheep*“ sem Skakkiturn segi vera uppnefni á notendum Apple varnings og að með sauðkindinni séu Tæknivörur að vísa til þess hugtaks, sé að mati Tæknivara langsótt



og fjarstæðukennd túlkun. Það að Skakkiturn dragi þessa ályktun sýni í hnotskurn þann einbeitta ásetning fyrirtækisins til að túlka auglýsinguna eins og henti málflutningi þess best.

Tæknivörur mótmæli því að auglýsingin brjóti gegn 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Skakkiturn byggir á því að eini auglýsti munurinn sé að sími Tæknivara skilji íslensku, sem sé óviðkomandi notagildi hans í heild sinni. Auglýsingin innihaldi að mati Skakkaturns engar hagnýtar upplýsingar um þennan mun. Tæknivörur hafni þessum röksemdum og bendi á að um meiriháttar nýjung í notkun snjallsíma sé að ræða, enda hljóti að felast í henni verulegur ávinningur fyrir neytendur sem geti nú notað móðurmál sitt í samskiptum við símtækið. Tæknivörur mótmæli einnig sjónarmiðum Skakkaturns um að skilja megi auglýsinguna þannig að þetta eigi við um íslenska stafi símtækja, enda hafi verið hægt að slá inn íslenskt letur í flest ef ekki öll símtæki, síðustu 10-15 ár hið minnsta. Að mati Tæknivara verði því að telja að fullu ljóst að neytendur átti sig á því að í þessu felist samskipti við símann í töluðu máli eins og nánar sé lýst í öðrum auglýsingum Tæknivara.

Tæknivörur hafni sjónarmiðum Skakkaturns um að auglýsingin raski fjárhagslegum hagsmunum neytenda eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun og að ljóst sé að það geti haft þau áhrif að neytendur tiltekinnar vöru eða framleiðendur séu „*brennimerktir sem sauðir*“.

Tæknivörur hafni því að auglýsingin brjóti gegn 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Að mati fyrirtækisins sé sú túlkun Skakkaturns að auglýsingin sé því marki brennd að vara Samsung sé kynnt sem betri kostur fyrir þá sem ekki vilja fylgja hjörðinni óskiljanleg og víðsfjarri þeim skilaboðum sem í auglýsingunni felist. Hið sama eigi við um þá túlkun Skakkaturns að það feli í sér skilaboð um að iPhone séu á hverju strái en Samsung Galaxy S4 sé valkostur þeirra vandfýsnu, að aðalpersónan sjaist sitja á jörðinni þar sem mörg epli liggi allt um kring .

Skakkitun telji að gefin sé villandi og röng mynd af stöðu aðila á snjallsíma markaði. Báðar vörurnar séu útbreiddar á markaðinum og vandséð að notendur hvorrar fyrir sig geti talist meiri hjörð en hinnar. Þessum sjónarmiðum mótmæli Tæknivörur.

## 2.

Með bréfi Neytendastofu dags. 14. ágúst 2013, var Skakkaturni, sent bréf Tæknivara til umsagnar.

Athugasemdir Skakkaturns bárust með bréfi til Neytendastofu, dags. 22. ágúst 2013. Þar kemur fram að Skakkiturn mótmæli athugasemdum Tæknivara. Skakkiturn vísi til ummæla í svari Tæknivara þar sem fram komi „*Vitanlega er hægt að skilja auglýsinguna þannig að, og er það beinlínis markmið hennar, að það tæki sem umbjóðandi minn flytur inn, þ.e. Samsung Galaxy S4, henti neytendum markhópsins betur en önnur sambærileg tæki þar sem það skilur íslensku*“. Að mati Skakkaturns viðurkenni Tæknivörur með þessum ummælum að markmið auglýsingarinnar sé að vera samanburðarauglýsing. Af ummælunum sé ljóst að Tæknivörur viðurkenni að vísað sé til sambærilegrar vöru í auglýsingunni, enda sé slík tilvísun





nauðsynleg svo markmiði auglýsingarinnar verði náð. Af þeim sökum telji Skakkiturn það ekki geta verið nokkrum vafa undiropið að auglýsingin sé samanburðarauglýsing og framangreind ummæli Tæknivara staðfesti þannig málatilbúnað Skakkaturns.

Augljóst sé að eplin í auglýsingunni tákni vörumerki fyrirtækisins Apple. Nánar tiltekið tákni þau vöruna iPhone sem sambærilega vöru. Skakkiturn telji því þannig haldið fram að neytendur skuli velja Samsung Galaxy umfram iPhone, þar sem Samsung Galaxy skilji neytendur en það geri iPhone ekki.

Skakkiturn vísi alfarið á bug þeim vangaveltum Tæknivara um að sú ályktun Skakkaturns að íslenska sauðkindin tákni notendur iPhone endurspegli viðhorf Skakkaturns sjálfs til notenda iPhone og hugtaksins „iSheep“. Skakkiturn bendi á að í fyrri auglýsingaherferðum Samsung hafi þeirri aðferðarfræði ítrekað verið beitt. Skakkiturn vísi því til stuðnings á auglýsingu Samsung á vefsíðunni Youtube.com. Skakkiturn telji augljóst að Tæknivörur hafi með auglýsingunni ætlað sér að beita sömu aðferðarfræði og hafni fullyrðingum Tæknivara annars efnis.

Skakkiturn hafni þeim fullyrðingum Tæknivara að fyrirtækið hafi fyrir tilviljun valið að nota epli og íslenska sauðkind í auglýsingu sinni og hafi með því ekki ætlað að vísa til Apple vörumerkisins og vörunnar iPhone. Skakkiturn telji ljóst að tilgangur auglýsinganna sé að hæða vörumerki Apple og vísi til iPhone sem lakari vöru, sem einungis hjörðin velji. Því til stuðnings vísi Skakkiturn til viðtals við Harald Haraldsson leikstjóra myndbandsins sem birt hafi verið á vefmiðlinum Mbl.is þann 13. júlí 2013. Þar greini Haraldur frá því að hugmyndin hafi verið að gera létt grín að samkeppnisaðilanum og sé hún ekki ný í farsímageiranum. Skakkiturn vísi jafnframt til viðtals við Svein Tryggvason framkvæmdarstjóra Tæknivara í útvarpsþætti við þáttastjórnendur Íslands í bítíð á útvarpstöðinni Bylgjunni þann 16. júlí 2013, þar sem hann sagði: „*Menn eru gersneiddir kímniáfu ef þeir hafa ekki gaman af þessu*“, „*Menn nota nú ýmis myndmál til þess að koma skilaboðum sínum á framfæri og ég held að menn þurfi ekkert að fara á límingunum yfir því. Við þökkum fyrir allan þann stuðning sem við fáum frá samkeppnisaðilanum fyrir að veita þessari auglýsingu inn í fjölmiðla. Það er bara hið besta mál*“. Að lokum vísi Skakkiturn til ummæla Ingólfs Pálssonar evrópsks einkaleyfasérfræðings, í útvarpsviðtali við þáttastjórnendur Íslands í bítíð á útvarpsstöðinni Bylgjunni þann 17. júlí 2013, þar sem fram kom: „*Þótt þetta þyki vera sniðug auglýsing, og ég er ekkert ósammála því að mér finnst, finnst mjög, hvað á maður að segja þetta skammtileg og nýbreytin auglýsing, að þá er verið að gera grín að Apple á kostnað þeirra*“. „*Þetta epli er mjög vel þekkt og ef þú horfir á svona auglýsingu þá er enginn sem er í þessum markhópi, þ.e.a.s. markhópi sem kaupir snjallsíma, það er enginn í þessum markhópi sem að, þetta fer ekkert framhjá þeim að það er verið að, hvað á maður að segja, að gera grín að Apple, eða gera auglýsingu á kostnað Apple með gríni*“. Skakkiturn telji túlkun fyrirtækisins á efni auglýsingarinnar vera viðtekna túlkun. Augljóst sé að auglýsingin sé ólögmet samanburðarauglýsing, sem ætlað er að kasta rýrð á og gera grín að vörumerki Apple.



### 3.

Með bréfi Neytendastofu dags. 22. ágúst 2013, var Tæknivörum sent bréf Skakkaturns til umsagnar.

Neytendastofu bárust athugasemdir Tæknivara með bréfi, dags. 2. september 2013. Þar kemur fram að Tæknivörur ítreki fyrri afstöðu sína og vísi því á bug að fyrirtækið hafi gerst brotlegt við lög.

Í bréfinu kemur fram að markmið auglýsingarinnar sé að kynna nýjung fyrir neytendum sem felist í því að notendur geti notast við talgreini til að senda skilaboð á íslensku í stað þess að skrifa texta með fingrunum. Tæknivörur fallist ekki á að með því að auglýsa raddstýringu Samsung Galaxy S4 sé um leið verið að vísa til annarra síma sem ekki hafa þennan eiginleika. Tilgangur auglýsinga sé að miðla upplýsingum til neytenda um vörur og þjónustu með það markmið að þeir kaupi vörur auglýsanda frekar en vörur annarra. Skakkiturn dragi hins vegar þá ályktun að mati Tæknivara að með því að auglýsa tækninýjung í þessu tilviki þá sé sjálfkrafa verið að vísa til annarra sambærilegra vara og því sé um samanburðarauglýsingu að ræða. Að mati Tæknivara standist þessi túlkun ekki skoðun enda myndi slík túlkun sjálfkrafa leiða til þess að allar auglýsingar sem auglýsa nýjung væri álitnar samanburðarauglýsingar. Það fáist ekki staðist.

Tæknivörur hafni túlkun Skakkaturns á einstaka þáttum auglýsingarinnar. Bollaleggingar Skakkaturns um sauðkindina og eplið séu byggðar á sjónarmiðum fyrirtækisins og einbeittum vilja til að túlka auglýsinguna eins og henti best málflutningi Skakkaturns.

Í erindi sínu vísi Skakkaturn til orða framkvæmdastjóra Tæknivara, sem komið hafi fram í útvarpsviðtali á útvarpsstöðinni Bylgjunni. Ummælin séu slitin úr samhengi af Skakkaturni og dregnar af þeim ályktanir. Tæknivörur hvetji starfsmenn Neytendastofu til að hlusta á viðtalið í heild sinni í stað þess að lesa úr því samhengislausar setningar sem Skakkiturn túlki eftir hentisemi.

Tæknivörur sjái ekki hvernig vangaveitur einkaleyfalögfræðings komi þessu máli við enda snúist það hvorki um einkaleyfi eða höfundarétt. Tæknivörur hafni þeim ásökunum sem bornar eru á fyrirtækið um brot á lögum nr. 57/2005.

### 4.

Með bréfi Neytendastofu til málsaðila, dags. 3. september 2013, var tilkynnt að gagnaöflun í málinu væri lokið og að þeim yrði tilkynnt ákvörðun stofnunarinnar um leið og hún lægi fyrir. Bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.





### III. Niðurstaða

#### 1.

Í máli þessu er um að ræða kvörtun Tæknivara yfir auglýsingu Skakkaturns sem ber yfirskriftina „*Sími sem skilur þig*“. Telur Skakkiturn að auglýsingin brjóti gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., f. liðar 1. mgr. 9 gr., 1. mgr. 13. gr. og 14. gr. auk a., c., e., og g. liða 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Um samanburðarauglýsingu sé að ræða sem að mati Skakkaturns sé auglýsingin rík af myndmáli, einkum birtingarmynd eplisins og íslensku sauðkindarinnar. Ljóst sé að eplin tákni vörumerki fyrirtækisins Apple, sem Skakkiturn flytji inn til landsins, og sauðkindin eigi að tákna notanda Apple. Vörumerki Apple sé epli og síminn iPhone sé í samkeppni við símann Samsung Galaxy S4. Með auglýsingunni sé því gefið í skyn að iPhone sé verri en Samsung Galaxy S4. Skakkiturn telji auglýsinguna ekki fela í sér neinn hagnýtan samanburð á vörum fyrirtækjanna til upplýsinga fyrir neytendur en með því að sýna eplið sem gagnlaust og að það valdi notanda þess amstri sé vara Skakkaturns birt í neikvæðu ljósi. Skilaboðin séu að iPhone sé léleg vara sem beri að forðast auk þess sem vörumerkið sé lítilsvirt og kastað á það rýrð. Skakkiturn bendi á að á ensku sé gjarnar notað hugtakið „*iSheep*“ sem uppnefni yfir notendur vara og hugbúnaðar frá Apple og vísi sauðkindin í auglýsingunni til þess. Skakkiturn telji þann mun á vörunum að sími Tæknivara geti skilið talað íslenskt mál vera óviðkomandi notagildi þeirra í heild sinni. Neytendur geti hins vegar dregið þá ályktun af auglýsingunni að iPhone frá Apple skilji ekki íslenska stafi, bjóði ekki upp á íslenskan villigreini og fleira, sem hann þó geri. Framsetning auglýsingarinnar sé að mati fyrirtækisins ósanngjörn, villandi og gefi ranga mynd af stöðu aðila á snjallsímamarkaði. Vörurnar séu báðar útbreiddar á markaðnum og vandséð að notendur hvorrar fyrir sig geti talist meiri hjörð en hinnar. Orðstír fyrirtækisins Apple og vörumerki þess sé hagnýtt með ósanngjörnum hætti til að upphefja vöru Tæknivara.

Af hálfu Tæknivara er því hafnað að fyrirtækið hafi gerst brotlegt við ákvæði laga nr. 57/2005. Um nokkurt skeið hafi eigendur snjallsíma á stórum málsvæðum geta nýtt sér ýmiskonar máltækni. Þar til fyrir skömmu hafi þessi tækni ekki verið í boði fyrir íslensku en vegna brautryðjendastarfs nokkurra aðila við að safna íslenskum raddsýnum í opinn gagnagrunn geti notendur Android snjalltækja nú nýtt sér máltækni. Samsung Galaxy S4 sé gæddur þessum eiginleika og með þeirri nýjung megi með sanni segja að síminn „*skilji íslensku*“. Auglýsingunni sé ætlað að vekja athygli á tækniframförum á skemmtilegan og myndrænan hátt. Það sé gert með því að bregða auglýsingunni í íslenskan búning. Tæknivörur mótmæli að eplin í auglýsingunni tákni vörumerki fyrirtækisins Apple og að með auglýsingunni sé gefið í skyn að iPhone símar séu á hverju strái og einskis nýtir til annars en að liggja á jörðinni. Tæknivörum sé óskiljanlegt hvernig Skakkiturn geti dregið þá ályktun að íslenska sauðkindin eigi að tákna notendur iPhone. Fyrirtækið hafni því jafnframt að um samanburðarauglýsingu sé að ræða og að verið sé að láta í ljós að vara Skakkaturns sé lakari en vara Tæknivara. Hvorki sé vísað beint né óbeint til vöru Skakkaturns í auglýsingunni.



Vara Tæknivara skilji íslensku sem sé afrakstur víðtæks rannsóknarsamstarfs og upplýsingar um þá nýjung séu hagnýtar og upplýsandi fyrir neytendur. Í auglýsingunni sé ekki kastað rýrð á aðra síma eða vörumerki, heldur séu neytendur hvattir til að fá sér síma sem skilji íslensku. Um meiriháttar nýjung í notkun farsíma sé um að ræða og það felist ávinningur fyrir neytendur að geta notað móðurmál sitt í samskiptum við símtæki. Hægt hafi verið að slá íslenska stafi í flest ef ekki öll símtæki síðustu 10-15 árin og neytendum að fullu ljóst að í þessu felist samskipti við símann í töluðu máli. Það sé óskiljanlegt og víðsfjarri skilaboðum auglýsingarinnar að Samsung sé kynntur sem betri kostur fyrir þá sem ekki vilja fylgja hjörðinni og að skilaboð auglýsingarinnar séu að iPhone séu á hverju strái. Þá sé vísun í hugtakið „iSheep“ langsótt og fjarstæðukennd túlkun.

## 2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Lögin fela fyrst og fremst í sér vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda en einnig vernd fyrirtækja gegn óréttmætum viðskiptaháttum keppinauta vegna auglýsinga eða annarra svipaðra viðskiptaaðferða. Í 5. gr. er lagt 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.

Í 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 segir að auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.

Í 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 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 hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.

Í 9. gr. laga nr. 57/2005 er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir séu 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 a.–g. liðum málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Í f. lið greinarinnar segir að ekki megi veita rangar upplýsingar um réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður söluaðila eða fulltrúa hans, stöðu hans á markaði, skyldur, vörumerki og önnur hugverkaréttindi.



Ákvæði 1. mgr. 13. gr. er svohljóðandi:

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

Í 2. mgr. 13. gr. kemur fram að 1. mgr. gildi um aðra viðskiptahætti en þá sem III. kafli tekur til. Ákvæðið tekur því aðeins til annarra hagsmuna neytenda en fjárhagslegra.

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.“*

Upplýsingar sem fram koma í auglýsingum mega því ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar um stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Í 15. gr. laganna er fjallað um að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinauta eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.–h. liðum 2. mgr. 15. gr. Að mati Skakkaturns geta ákvæði a., c., e. og g. liða komið til álitá.

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

*a. þær séu ekki villandi,*

*c. gerður sé samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika eða eiginleikum vöru eða þjónustu, að meðtöldu verði ef vill,[...]*

*e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, vöruheiti, önnur auðkenni, vöru, þjónustu, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing,[...]*

*g. ekki sé með ósanngjörnum hætti hagnýttur orðstír vörumerkis, vöruheitis eða annarra auðkenna keppinautar eða upprunatáknunar samkeppnisvöru,“*



### 3.

Skakkiturn kvartar undan auglýsingu Tæknivara sem ber yfirskriftina „*sími sem skilur þig*“. Kvörtunin lítur að myndmáli í auglýsingunni og þá aðallega birtingarmynd eplis og íslensku sauðkindarinnar. Aðila málsins greinir á um hvort að um samanburðarauglýsingu sé að ræða. Eins og fram hefur komið er um samanburðarauglýsingu að ræða ef vísað er til keppinauta, með beinum eða óbeinum hætti. Þrátt fyrir að í greinargerð með ákvæði 15. gr. laga nr. 57/2005, sé nefnt sem dæmi að auglýsingar þar sem fram kemur að auglýsandi sé ódýrastur eða bestur, feli í sér óbeinan samanburð er að mati Neytendastofu ekki þörf á slíkum fullyrðingum til þess að um óbeinan samanburð sé að ræða. Skakkiturn flytur inn til Íslands vörur, þar á meðal síma, sem framleiddir eru af fyrirtækinu Apple. Vörumerki Apple er mynd af epli sem búið er að bíta í. Apple framleiðir meðal annars snjallsímategund sem ber nafnið iPhone sem er m.a. í samkeppni við snjallsíma að tegundinni Samsung, sem bera heitið Samsung Galaxy, sem Tæknivörur flytja inn til landsins. Í upphafi auglýsingarinnar sést aðalpersónan slá inn skipanir á epli, líkt og gert er við snjallsíma og leggja eplið við hlustir, líkt og gert er við síma þegar talað er í þá. Að því loknu slær hann aftur inn skipanir og reynir að leggja eplið við hlustir, síðan hristir persónan höfuðið og drýpur höfði með eplið í hendinni. Á þeim tímapunkti birtist í auglýsingunni setningin „*Fáðu þér síma sem skilur þig*“. Síðan sést aðalpersónan sitjandi umkringd eplum, í hendinni hefur hún snjallsíma af tegundinni Samsung Galaxy S4 og í auglýsingunni birtist setningin „*Galaxy S4 skilur íslensku*“. Þar næst sést aðalpersónan dansa með fjórum svartklæddum ninjum auk þess sem einni íslenskri sauðkind bregður fyrir. Í lok auglýsingarinnar sést aðalpersónan með snjallsíma af tegundinni Samsung Galaxy S4 í hægi hendi við eyrað og bíta í epli sem hún hefur í vinstri hendi.

Neytendastofa fellst ekki á þær skýringar Tæknivara að eplin tákni ekki vörumerki fyrirtækisins Apple þó að það megi víða í mannkynssögunni, Biblíunni, grískri og Norrænni goðafræði og skáldsögum sjá eplum bregða fyrir sem ólíkum táknumyndum. Eplið eins og það birtist í auglýsingu Tæknivara, er notað líkt og um snjallsíma sé að ræða. Aðalpersónan er látin líta út fyrir að vera óánægð með eplið þar sem skilaboðin eru samhliða að hún eigi að fá sér síma sem skilji hana. Það að Tæknivörur noti epli sem er helsta vörumerki keppinautar Samsung í þeirri birtingarmynd sem það birtist í auglýsingunni, að aðalpersóna auglýsingarinnar noti eplið líkt og notast er við snjallsíma, svo og notkun setningar í auglýsingunni uppfyllir að mati Neytendastofu þau skilyrði sem löggin gera til óbeinnar vísunar til keppinautar eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður sbr. 15. gr. laga nr. 57/2005, en þar segir að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinautar eða vöru eða þjónustu sem keppinauturinn býður. Neytendastofa telur ljóst af atvikum í þessu máli að verið sé að vísa til Apple, keppinautar Samsung á neikvæðan hátt og það fari ekki framhjá neytendum að verið sé að vísa til keppinautarins og brýtur það gegn e. lið ákvæðisins, þar sem fram koma skilyrði þess að samanburðarauglýsingar séu leyfðar.



Aðila máls greinir á um birtingarmynd íslensku sauðkindarinnar í auglýsingu Tæknivara. Í auglýsingunni birtist ein íslensk sauðkind í lok auglýsingarinnar Auglýsingin er birt þannig að sauðkindin birtist ýmist fyrir miðju hennar eða í bakgrunni. Í kvörtun Skakkaturns kemur fram að fyrirtækið telji einsýnt að kindin í myndbandinu eigi að tákna hinn dæmigerða notanda Apple vara. Á ensku sé gjarnar notað hugtakið „*iSheep*“ sem uppnefni yfir notendur vara og hugbúnaðar Apple. Vísaði fyrirtækið til auglýsingar Samsung þar sem Skakkiturn telji að Samsung hafi notað þessa orðanotkun í auglýsingum sínum. Í auglýsingu Tæknivara, bregður fyrir einni kind, ekki hjörð kinda líkt og í auglýsingu Samsung sem Skakkiturn vísar til. Hvergi kemur fram hugtakið „*iSheep*“ í auglýsingunni og að mati Neytendastofu hefur Skakkiturn ekki fært fram á fullnægjandi sönnun fyrir því að hugtakið „*iSheep*“ sé notað sem uppnefni yfir notendum vara og hugbúnaðar frá Apple. Þá er að mati Neytendastofu ólíklegt að margir þeirra sem sjá auglýsinguna geti séð slíka samlíkingu enda hugtakið „*iSheep*“ ekki almennt þekkt á Íslandi. Því fellst Neytendastofa ekki á að birtingarmynd sauðkindarinnar í auglýsingu Tæknivara sé óbein niðrandi tilvísun til Apple vara, sem framleiðir vörur sem Skakkiturn flytur inn til landsins og notendur þeirra vara.

Óumdeilt er að Samsung Galaxy S4, skilur íslenskt talað mál. Eins og auglýsingin er sett upp má að mati Neytendastofu skilja auglýsinguna þannig að aðrir símar en sá sem auglýstur er, skilji ekki íslensku. Hvergi kemur fram að verið sé sérstaklega að auglýsa nýja máltækni símans sem skilji talað íslenskt mál. Aðalpersóna auglýsingarinnar slær með fingrunum á eplið líkt og gert er við notkun snjallsíma. Persónan talar hvorki við eplið eða í Samsung Galaxy S4 símann í auglýsingunni og gefur auglýsingin því að mati Neytendastofu ekki til kynna að verið sé að vísa til þess að Samsung Galaxy S4 skilji talaða íslensku. Auglýsingin er að mati Neytendastofu villandi og þannig upp sett að skilja má að símar frá vörumerkinu Apple skilji ekki íslensku. Ekki er gerður samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika eða eiginleikum vöru og því er auglýsingin til þess fallin að vera brot gegn 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., a., og c. lið 15. gr. laga nr. 57/2005.

Neytendastofa telur langsótt og fellst ekki á rök Skakkaturns að auglýsingin sé því marki brennd að vara frá Samsung sé kynnt sem betri kostur fyrir þá sem ekki vilja fylgja hjörðinni og að Tæknivörur gefi með því ranga mynd af stöðu Samsung á snjallsíamarkaði. Auglýsingin brýtur því ekki gegn f. lið 1. mgr. 9. gr. laganna.

Auglýsingin er að mati Neytendastofu villandi gagnvart keppinautum og til þess fallin að hafa áhrif á eftirspurn og því ósanngjörn gagnvart keppinautum. Auglýsingin er því einnig brot á 14. gr. laga nr. 57/2005.

Ákvæði 13. gr. laganna tekur aðeins til viðskiptahátta sem III. kafli laganna tekur ekki til. Þar sem auglýsingin er til þess fallin að hafa áhrif á fjárhagslega hagsmuni neytenda þá fellur erindið ekki undir 13. gr.



Ofangreind ákvæði eru m.a. í III og V. kafla laganna og er því um að ræða óréttmæta viðskiptahætti sem bannaðir eru í 5. gr. laganna.

#### IV.

#### Ákvörðunarorð:

**„Tæknivörur ehf., Víkurhvarfi 4, Reykjavík, hafa með auglýsingu sem ber yfirskriftina „*sími sem skilur þig*“, brotið gegn 5. gr., 1. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 14. gr. og a., c. og e. lið 15. 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 Tæknivörum ehf. bönnuð birting auglýsingarinnar að viðlögðum sektum skv. IX kafla laganna.**

**Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar .“**

Neytendastofa, 21. október. 2013

Tryggvi Axelsson  
Forstjóri

Sigurjón Heiðarsson