



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 4/2010

Auglýsingar um punktasöfnun American Express

I.

Erindið

Neytendastofu barst erindi Valitors hf. með bréfi, dags. 27. apríl 2009. Í erindinu er kvartað yfir útvarpsauglýsingum American Express, sem er á ábyrgð Kreditkorts hf., sem og upplýsingum sem fram koma á heimasíðu American Express, amex.is. Telur Valitor auglýsingarnar sem og upplýsingar sem fram koma á heimasíðunni brjóta gegn ákvæðum 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í bréfinu kemur fram að tilefni kvörtunarinnar séu auglýsingar sem útvarpað hafi verið á Bylgjunni og Rás 2 auk þess sem sambærilegar auglýsingar hafi verið birtar í sjónvarpi á RÚV og Stöð 2. Í auglýsingunum sé kynnt kreditkort American Express og því haldið fram að með slíku korti safni korthafar vildarpunktum mun hraðar en korthafar sambærilegra VISA korta. Ein auglýsingin sé svohljóðandi:

„- Á að fara að skella sér út á vildarpunktum?

- Já, það er rétt!

- Geggjað!

- Verður maður ekki að leyfa sér eitthvað?

- Jú, nákvæmlega, hvenær á að fara?

- Heyrðu, ég var einmitt að reikna út hraðann á punktasöfnuninni hjá Visa. Við erum að tala um janúar 2012, eru ekki akkúrat útsölur hjá GAP þá?

Gengur þér hægt að safna vildarpunktum. Skiptu yfir í Icelandair American Express á americanexpress.is og byrjaðu að safna vildarpunktum hraðar en nokkru sinni fyrr. American Express, kortið sem kemur þér út.“

Þá hafi verið notuð sambærileg auglýsing sem sé svohljóðandi:



„Elsku mamma og pabbi, ég skrifa til að segja ykkur að heimsókninni seinkar. Punktarnir sem ég er búinn að vera að safna með visakortinu í mörg ár eru bara ekki orðnir nógu margir. Þetta myndi kannski sleppa ef þið byggjuð á Egilsstöðum en ekki í Orlando. En þið skuluð ekki hafa áhyggjur af mér. Ég er búinn að ráða mig á rússneskan togara og get kannski heimsótt ykkur með vorinu, ef við þurfum að landa eitthvað á Kúbu. Sem sárabætur sendi ég Ella vin út með smá gjöf handa ykkur. Hann er með American Express og byrjaði að safna vildarpunktum í fyrra, en samt kominn með nóg fyrir miða og ætlar að heimsækja foreldra sína sem búa í næsta húsi við ykkur. Ykkar sonur, Leifur.

Gengur hægt að safna vildarpunktum? Skiptu yfir í Icelandair American Express á americanexpress.is og byrjaðu að safna vildarpunktum hraðar en nokkru sinni fyrr.

American Express, kortið sem kemur þér út.“

Með auglýsingunum séu veittar upplýsingar sem séu rangar, villandi og ófullnægjandi auk þess sem þær séu til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn. Auglýsingunum sé beint gegn VISA kreditkortum og gefið í skyn með mjög ósmekklefum hætti að VISA korthafar þurfi að bíða óeðlilega lengi eftir því að geta notað punktana sína. Þá séu þær einnig til þess fallnar að valda tjóni á vörumerki VISA og starfsemi þeirra sem bjóða upp á slík kort.

VISA er alþjóðlegt vörumerki og með auglýsingunum sé ráðist á vörumerkið með ósanngjörnum hætti. Á Íslandi sé VISA notað fyrir margbreytilega þjónustu og fjölbreytt framboð sé til staðar af kredit- og debetkortum sem séu gefin út af viðskiptaböndum og sparisjóðum. Í auglýsingunni sé gefið í skyn að korthafar American Express safni vildarpunktum hraðar en korthafar VISA. Ekki sé minnst á hvaða VISA kort sé átt við eða að Vildarkort VISA og Icelandair byggji á Vildarklúbbi Icelandair líkt og American Express kortin. Þá sé ekki minnst á að fríðindi korthafa VISA byggji aðeins að hluta á Vildarklúbbi Icelandair. Til þess að unnt sé að framkvæma samanburð verði að vera um sömu vöru að ræða.

American Express og VISA séu auðkenni á greiðslukortum sem séu í mikilli samkeppni og því bersýnilegt að verið sé að ráðast á hagsmuni keppinauta með auglýsingunum. Auglýsingarnar séu rangar þar sem punktasoöfnun sé alfarið háð því hvernig viðkomandi korthafi noti kortið. VISA kortin séu mismunandi og veiti mismunandi fríðindi. Þá sé gjaldtaka vegna notkunar á American Express kortum nokkuð hærri en t.d. gjaldtaka vegna notkunar á Vildarkorti VISA og því greiði korthafar American Express meira fyrir að nota kortið.

Þá er í erindi Valitor einnig kvartað yfir eftirfarandi fullyrðingum sem fram koma á vefsíðunni amex.is:



„Þú safnar vildarpunktum tvöfalt hraðar með American Express.“

„Allt sem þú þarft að vita um bestu vildarpunktasöfnun á Íslandi.“

„Með Icelandair American Express frá Kreditkortu getur þú safnað punktum hraðar en með nokkru öðru greiðslukorti á íslenskum markaði.“

„Með Premium Icelandair American Express færðu bestu ferðatryggingu sem völ er á.“

Fullyrðingarnar fá ekki staðist þar sem í fyrsta lagi sé ekki tekið fram hvaða kort sé notað í samanburðinum. Söfnun vildarpunkta sé alltaf háð ákveðnu neyslumynstri og veltu, t.d. hvort viðkomandi versli á stöðum þar sem auknir punktar fáist og hvort hann fari oft til útlanda. Hver og einn viðskiptabanki eða sparisjóður gefi út mismunandi tegundir korta.

Ekki sé hægt að bera saman eitt tiltekið American Express kort og halda því fram að það veiti betri kjör en VISA kort án þess að gera grein fyrir margbreytileika þeirra VISA korta sem gefin séu út. Margir aðilar gefi út VISA kort og hver og einn sé með breytilega gjaldskrá. Því séu fullyrðingarnar rangar og villandi enda gefi þær til kynna að American Express hafi yfirburði yfir VISA án þess að slíkt sé stutt gögnum.

Breytilegt sé hve mörgum punktum viðkomandi geti safnað eftir því hvaða tegund af korti hann noti. Punktasöfnun af VISA kortum séu tveir og upp í 12 punkta miðað við 1.000 kr. veltu innanlands en American Express korthafar fá 10-15 punkta af veltu miðað við 1.000 kr. innan- og utanlands. VISA korthafar fá 0,65-10% afslátt í formi vildarpunkta hjá um 50 verslunum og þjónustufyrirtækjum. Fríðindin sem fylgi hverju korti séu mismunandi eftir hverjum banka eða sparisjóði og því sé ekki raunhæft eða réttlátt að bera aðeins saman vildarpunktasöfnun. Gjaldskrá American Express sé annars eðlis en hjá VISA kortum. Gjaldskrá sé ákveðin af viðskiptabönkum og sparisjóðum og því sé hún misjöfn eftir hverjum og einum aðila. Sem dæmi þá sé þóknun American Express vegna úttektar í hraðbanka 4,5%, en 2,5% á VISA kortum. Úrvinnsla og útskriftargjöld/skuldfærslugjöld banka og sparisjóða séu á bilinu 200-551 kr. hjá American Express á meðan þau séu á bilinu 50-270 kr. hjá VISA. Árgjöld séu ekki sambærileg þar sem korthafar American Express greiði 5.200 kr. af Classic korti en 32.500 kr. af Premium korti. VISA korthafar greiði frá 5.500 kr. og upp í 22.500 kr. en það er breytilegt eftir bönkum og tegundum korta. Þá sé kreditkortþóknun hjá kaupmönnum vegna American Express 3,9% en 0,9-1,99% hjá VISA.

Fullljóst sé að fullyrðingar sem komi fram í auglýsingum American Express brjóti í bága við 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005. Því sé þess krafist að Kreditkortu verði tafarlaust meinað að auglýsa með framangreindum hætti. Auk þessa er þess krafist að fjarlægðar verði allar yfirlýsingar sem



fram komi á vefsíðunni amex.is þar sem notast sé við efsta stig lýsingarorðs. Þá er þess krafist að bannaðar verði auglýsingar þar sem því sé haldið fram eða gefið í skyn að American Express séu betri kort en VISA.

II. Málsmeðferð

1.

Erindi Valitor var sent Kreditkortu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 30. apríl 2009. Í bréfinu kom fram það álit stofnunarinnar að ákvæði 8. gr. laga nr. 57/2005 gætu einnig komið til álita í málinu.

Svar Kreditkorts barst Neytendastofu með bréfi, dags. 12. maí 2009, þar sem þess er krafist að kvörtun Valitor verði vísað á bug og að hafnað verði kröfu fyrirtækisins um bann við birtingu auglýsinganna enda séu áskanir um brot á lögum nr. 57/2005 rangar.

Í bréfi Kreditkorts kemur fram að við vinnslu þeirra auglýsinga sem um ræði hafi verið gerður nákvæmur samanburður á punktastöfnun vegna hinna mismunandi gerða VISA korta annars vegar og vegna hinna mismunandi gerða American Express korta hins vegar. Sýni sá samanburður svo ekki verði um villst að punktastöfnun vegna hinna mismunandi American Express korta sé korthöfum verulega hagstæðari en vegna sambærilegra VISA korta, jafnvel að teknu tilliti til endurgreiðslumöguleika vegna veltu e-Vildarkorta. Ekki hafi verið reiknað með í samanburðinum umfrápunktar sem korthafar American Express fái, ólíkt korthöfum VISA, vegna erlendar veltu og vegna þess að korthafar American Express fái, ólíkt korthöfum VISA, vildarpunkta hjá öllum innlendum þjónustuaðilum.

Því er mótmælt að með auglýsingunum sé ráðist á alþjóðlegt vörumerki VISA. Að mati Kreditkorts sé með umræddum auglýsingum einfaldlega gefið í skyn í góðlátu gríni að punktastöfnun með VISA kreditkortum gangi mun hægar fyrir sig en með American Express kreditkortum

Samanburður Kreditkorts sem unnin var fyrir birtingu auglýsinganna sýni að VISA bjóði í engum tilvikum upp á betri punktastöfnun en sambærilegt American Express kort. Vegna þessa sé ekki þörf á því að tiltaka í auglýsingunni um hvaða VISA kort og hvaða American Express kort sé að ræða.

Við samanburð Kreditkorts var litið svo á að 0,65%-10% afsláttur í formi vildarpunkta sem VISA korthöfum bjóðast væri svo lítilvægur að hann skipti ekki máli við samanburð á kjörum.



Þetta sé því atriði sem almennt skipti neytendur ekki máli í skilningi 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Að mati Kreditkorts sé einnig réttmætt að í auglýsingum sé miðað við almenn kjör en ekki tilfallandi sértíloboð því að öðrum kosti gæti keppinautur vikið sér undan samanburði með því að vísa til slíkra tilfallandi tilboða. Þá hafi Kreditkort einnig litið svo á að sérkjör sem fyrirtækið bjóði sínum korthöfum, m.a. hjá hinum ýmsu þjónustuaðilum m.a. í formi tvö- og þrefaldra vildarpunkta séu fyllilega sambærileg ef ekki betri og vegi því upp á móti sérkjörum VISA korta. Ennfremur er bent á þá staðreynd að korthafar American Express, ólíkt korthöfum VISA, fái vildarpunkta vegna erlendra úttekta sem veiti þeim forskot í punktasoöfnun sem meira en vegi upp á móti fyrrgreindum sérkjörum korthafa VISA. Korthafar American Express njóti einnig vildarkjara í formi afslátta í gegnum svonefnt Selects kerfi sem býður upp á afslætti hjá fjölmörgum verslunar- og þjónustuaðilum víða um heiminn. Þá fái korthafar American Express, ólíkt korthöfum VISA, vildarpunkta hjá öllum innlendum þjónustuaðilum, en korthafar VISA fái einungis punkta hjá þjónustuaðilum sem noti Valitor sem færsluhirði.

Umræddar auglýsingar, sem og aðrar auglýsingar, miði að hinum almenna neytanda, þ.e. auglýst séu kjör sem öllum neytendum standi til boða en ekki meðlimum sérklúbba eða sérstököm hópum. Auglýsingin geti ekki talist ólögmat þó hún tiltaki ekki sérkjör sem standi slíkum hópum til boða, aðilum sem uppfylli tiltekin skilyrði sem hinn almenni neytandi geri ekki. Við heildarmat á punktasoöfnun skipti ekki máli að gera grein fyrir sérkjörum vegna VISA korta þar sem þau skipti í fyrsta lagi óverulegu máli við heildarmat, sérkjör korthafa American Express vegi jafnframt upp á móti, auk þess sem betri möguleikar á punktasoöfnun erlendis og innanlands með American Express vegi mun þyngra en sérkjör banka og tilfallandi tilboð þjónustuaðila. Þá telji Kreditkort að ekki þurfi við auglýsingar sem ætlaðar séu hinum almenna neytanda að taka tillit til sérkjara er meðlimum ýmissa klúbba standi til boða.

Að mati Kreditkorts skipti ekki máli við samanburðinn að gjaldtaka sé meiri vegna notkunar á American Express kortum en VISA þar sem það hafi ekki áhrif á punktasoöfnun sem sé einungis það afmarkaða atriði sem verið sé að bera saman í auglýsingunni. Kostnaður þjónustuaðila vegna hinna mismunandi korta fari út í verðlag og sé greiddur af öllum neytendum, líka þeim sem engin kort nota. Kostnaður korthafa sjálfra endurspeglar í árgjöldum og útskriftargjöldum en þau séu sambærileg hjá viðskiptavinum beggja kortafyrirtækjanna. Sama á við um útskriftargjöld. Kostnaður skipti hins vegar ekki máli þegar einungis sé verið að bera saman punktasoöfnun.

Kreditkort telur enga þörf á að tiltaka að VISA kortið byggi á Vildarklúbbi Icelandair eða að fríðindi korthafa VISA byggi aðeins að hluta á Vildarklúbbi Icelandair. Í auglýsingunni komi ekki fram að Icelandair American Express byggi á Vildarklúbbi Icelandair og þ.a.l. sé ekki þörf á að tiltaka það í tilfelli VISA. Í auglýsingum American Express sé einungis um að ræða tilvísun til nafns Icelandair vegna þess að umrætt kort beri nafn Icelandair í heiti sínu og þ.a.l. óhjákvæmilegt að nafn félagsins komi fram.



Í umræddum auglýsingum sé einungis borin saman punktastöfnun. Engar fullyrðingar komi fram um önnur kjör sem fylgi American Express kortunum eða að þau kjör séu betri en VISA kortanna þegar á heildina sé litið. Að mati Kreditkorts má korthöfum vera fyllilega ljóst að mismunur geti verið á þjónustu og árgjöldum. Við heildarmat á vali á korti geti slíkar upplýsingar skipt máli en markmið umræddra auglýsinga hafi einungis verið að vekja athygli korthafa á því hvar þeir fái bestu punktastöfnunina. Punktastöfnun sé atriði sem skipti marga neytendur verulegu máli við mat á því hvaða kort þeir kunni að velja. Önnur atriði eins og árgjöld og notkunarmöguleikar skipti einnig máli. Í auglýsingum vegna American Express hafi Kreditkort hins vegar lagt mesta áherslu á þau tvö atriði sem hefur sýnt að mestur munur sé á milli hinna ýmsu kreditkorta, þ.e. notkunarmöguleikar, einkum erlendis, og punktastöfnun.

Af hálfu Kreditkorts er því hafnað að fullyrðing um bestu ferðatryggingar sem völ sé á brjóti gegn ákvæðum lag nr. 57/2005. Augljóst sé að með fullyrðingunni sé átt við umfang tryggingarinnar og skilmála. Premium kort American Express bjóði upp á víðtækari vernd en sambærileg íslensk kreditkort, þ.e. Platínu kort VISA og Platínu kort MasterCard, þar sem einungis Premium kortið bjóði upp á svonefnt „innkaupakaskó“ sem og bætur vegna tafa er leiða af yfirbókunum og tafa á leið á flugvöll. Eigin áhætta hjá kortategundunum sé sú sama og önnur kjör, s.s. skilmálar. Þetta sé því að mati Kreditkorts einfaldur samanburður á umfangi ferðatrygginga og þ.a.l. ekki hætta á neinum misskilningi.

2.

Bréf Kreditkorts var sent Valitor til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 18. maí 2009. Svar barst Neytendastofu með bréfi, dags. 5. júní 2009, þar sem m.a. voru ítrekaðar fyrri kröfur og fyrri sjónarmið.

Í bréfinu kemur fram að framsetning á auglýsingum Kreditkorts sé augljóslega villandi og ófullnægjandi sem sé til þess fallin að hafa áhrif á eftirspurn greiðslukorta. Þannig sé í öllum auglýsingum fullyrt að neytandi safni vildarpunktum margfalt hraðar með American Express greiðslukorti. Þannig fær neytandinn þær upplýsingar að hann fái tiltekin fríðindi hraðar með einu korti og látið í veðri vaka að hann þurfi ekki að greiða fyrir þessi fríðindi sérstaklega. Þannig lítur neytandinn svo á að hann fái fleiri vildarpunkta með American Express greiðslukorti heldur en með notkun annarra greiðslukorta án þess þó að þurfa að greiða meira fyrir hvern punkt. Þá leiki enginn vafi á því að Platinum kort American Express séu dýrustu kortin á markaðnum, með hæsta árgjaldið auk þess sem útskriftargjald og önnur gjöld sem tengist notkun séu með því hæsta sem þekkist. Neytendur geti raunverulega sparað sér sem nemur heilu fargjaldi til útlanda með flugfélagi að eigin vali ef þeir kjósi að nota annað greiðslukort en American Express. Því skorti í auglýsingum Kreditkorts að þess sé getið að hver vildarpunktur kostar korthafa American Express margfalt meira og þar með sé auglýsingin villandi og veiti



ófullnægjandi upplýsingar sem séu til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn vöru og þjónustu. Þá verði ekki hjá því komist að benda á að jafnvel þótt korthafar American Express geti safnað punktum með erlendri veltu þá geti þeir ekki notað kortið á eins mörgum stöðum og korthafar sem séu með kort auðkennd VISA. Þannig komi það korthafanum að litlum notum að fá veltu af erlendri notkun ef hann geti síðar aðeins notað kortið í takmörkuðum mæli.

Í 15. gr. laga nr. 57/2005 eru tilgreind þau skilyrði sem samanburðarauglýsingar verða að uppfylla. Samkvæmt a. lið 2. mgr. ákvæðisins mega samanburðarauglýsingar ekki vera villandi. Eins og áður hafi verið rakið séu auglýsingar Kreditkorts villandi auk þess sem bæta megi við að þegar kynnt séu fyrir neytendum tiltekin fríðindi verði undantekningarlaust að kynna hvað fríðindin kosti en það sé ekki gert í auglýsingum Kreditkorts og því hljóti vildarpunktur að fylgja frítt. Kostnaður við punktana sé innifalinn í gjöldum American Express og því sé auglýsingin villandi.

Samanburðurinn nái auk þess ekki til sömu vöru. Í auglýsingunum sé aðeins vísað í vörumerkið VISA en ekki til tiltekinnar kortategundar eða vöru. Kreditkort eigi að vera það fullljóst að viðskiptabankarnir gefi út mismunandi greiðslukort sem unnt sé að safna vildarpunktum með. Þá sé einnig á markaðnum MasterCard sem korthafar geti notað til að safna vildarpunktum. Athygli veki að aldrei sé vísað til MasterCard korta í auglýsingum um American Express þrátt fyrir að Kreditkort haldi því fram í umsögn sinni að American Express korthafar safni vildarpunktum hraðar en MasterCard korthafar. Því sé það augljóst að Kreditkort sé eingöngu að reyna að draga úr eftirspurn eftir greiðslukortum sem viðskiptabankarnir gefi út með auðkennum VISA.

Auglýsingarnar gefi til kynna að korthafinn geti komist til útlanda fyrr ef hann noti American Express kort. Þegar tekið sé tillit til þeirra gjalda sem korthafar American Express þurfi að standa straum af umfram korthafa annarra greiðslukorta sé ljóst að slík fullyrðing standist ekki og sé því villandi. American Express korthafi fái einn punkt fyrir hverja 80 aura á meðan e-kort sem gefið sé út af Kaupþingi veiti korthafa einn punkt á hvern 21 aur. Korthafi American Express þurfi því að greiða mun meira fyrir söfnun punkta og því sé hraðari punktásöfnun eingöngu afleiðing af hærri fjáruútlátum hjá korthafanum. Því þurfi að bæta við upplýsingum um það í auglýsinguna.

Þá uppfylli auglýsingar Kreditkorts ekki b. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Hvergi komi fram á hverju samanburðurinn sé byggður og hvergi vísað í tiltekið kort heldur notað vörumerkið VISA. Í auglýsingu Kreditkorts sem birtist í tímariti Golfsambands Íslands sem kom út í byrjun maí 2009 segir: „Þú safnar punktum þrefalt hraðar með American Express ... en VISA“ Á spássíu blaðsíðunnar í svo smáu lettri að nær útilokað var fyrir lesanda að vita að fullyrðingin væri með ákveðnum fyrirvara og að verið væri að gera samanburð við tiltekið greiðslukort sem gefið er út af Kaupþingi. Engin stjörnumerking var aftan við nafn VISA sem ætti að gefa til kynna að fullyrðingin væri með fyrirvara og þannig myndi hinn almenni lesandi skynja að



fullyrðingin ætti við VISA kort en ekki endilega kort sem gefið sé út af tilteknum aðila. Ef gerður er samanburður af þessu tagi sé ekki tækt að vísa til vörumerkisins VISA heldur verði að koma skýrt fram hvaða greiðslukort verið sé að miða við. Samanburður á milli tveggja vörumerkja sé óheimill enda ekki verið að gera samanburð á vöru eða þjónustu. Í umsögn Kreditkorts komi ekki fram rökstuðningur fyrir því hvers vegna félagið telji tiltekin kreditkort vera sambærileg.

Auglýsingar Kreditkorts brjóti einnig í bága við e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, einkum útvarpsauglýsingarnar, enda verði vart um það deilt að tilgangur auglýsinganna sé að kasta rýrð á vörumerki VISA. Fullyrðingar um „góðlátlegt grín“ séu fráleitar og hafi þar að auki enga aðra þýðingu en að sanna ásetning Kreditkorts. Við samanburð verði að gæta fyllstu hlutlægni og ekki gera grín að keppinauti. Tilgangur auglýsinganna sé að koma þeim skilaboðum til neytenda að American Express sé betra en VISA og er framsetning auglýsinganna með það að markmiði að láta neytandann halda að hann sé að spara með því að velja American Express og einnig að telja neytandanum trú um að korthafar VISA greiðslukorta fái léleg kjör og söfnun vildarpunkta með VISA greiðslukorti taki óralangan tíma.

Valitor telur nauðsynlegt að vekja athygli á því að American Express hafi haldið áfram að vísa til VISA í sjónvarpsauglýsingum sínum. Í fyrstu auglýsingunum hafi verið notast við tvær súlur, önnur blá sem táknaði American Express og hin gul sem átti að tákna VISA. Nú noti Kreditkort sömu súlur án þess að tilgreina VISA sérstaklega en guli liturinn sé augljós tilvísun til vörumerkis VISA og þar að auki hafi upphaflegar auglýsingar þegar komið þeim skilaboðum inn í huga neytenda að um sé að ræða VISA.

Fullyrðingum Kreditkorts þess efnis að ekki sé þörf á því að tiltaka hvaða greiðslukort verið sé að vísa til þar sem American Express sé alltaf með betri vildarpunktasöfnun er hafnað með öllu. Í öllum tilvikum þegar verið er að bera saman tvær vörur verði að tiltaka nákvæmlega í auglýsingunni hvaða vara það er sem er grundvöllur samanburðar. Að öðrum kosti geti neytandinn ekki séð hvað sé notað til viðmiðunar.

Ekki verði séð hvaðan upplýsingar sem Kreditkort vísi til um veltu og punktasöfnun háða veltu séu fengnar og því er því mótmælt að taflan sé réttilega framsett. Þannig séu endurgreiðslur reiknaðar með þeim hætti að minni veltu þurfi til að ná tilteknum punktum. Slíkur útreikningur sé vissulega rangur þar sem korthafinn fái endurgreiðslu í peningum við ákveðna notkun sem hann geti nýtt sér til þess að kaupa farmiða eða hvaða vöru sem er. Kreditkorti hljóti að vera kunnugt um að VISA gefi ekki út greiðslukortin heldur séu það viðskiptabankarnir. Þannig verði að tilgreina kortategund með vörumerki útgefanda en ekki setja aðeins fram almenna tilvísun til VISA.



Auk alls framangreinds verði að gera athugasemd við fullyrðingar Kreditkorts um bestu tryggingarnar sem hljóti í besta falli að byggja á misskilningi á eðli trygginga. Samkvæmt c. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 verði samanburður að taka til sannreynanlegra gæða en það megi fullyrða að næsta ómögulegt sé að sanna hvaða trygging sé best. Að mati Valitor sé c. liður ákvæðisins ekki uppfylltur enda útilokað fyrir Kreditkort að sanna fullyrðingu sína. Það eitt að styðjast við hámark á tryggingarfjárhæð sanni ekkert um heildargæði á tryggingum. Um sé að ræða einn lið af mörgum þegar bornar séu saman tryggingar. Við mat á því hvaða trygging sé best blasi við að það séu skilmálar trygginganna sem skipti meira máli en hámark tryggingafjárhæðarinnar. Þannig geti líka verið mismunandi eftir tryggingafélögum hversu oft þau greiði hámarkið og við hvaða tilefni tryggingin verði virk. Í því sambandi verði að skoða hvaða skilyrði viðkomandi tryggingafélag setji fyrir því að tjónsatburður teljist hafa átt sér stað og því segi hámarksfjárhæðin aðeins hálf söguna. Þegar öllu sé á botninn hvolft sé útilokað að halda því fram með sannanlegum hætti hver sé besta tryggingin. Einnig geti það verið einstaklingsbundið hvað hverjum viðskiptavinum finnist vera besta tryggingin enda séu þær mismunandi til þess að mæta ólíkum þörfum viðskiptavinnanna. Þá sé enginn samanburður gerður á skilyrðum þess að tryggingarfjárhæð sé greidd út. Sem dæmi megi nefna farangurstafatryggingu en korthafi American Express verði að bíða mun lengur eftir farangri sínum til þess að tryggingin verði virk en hjá öðrum korthafa tryggingum. Farangurstafatryggingar American Express verði ekki virkar fyrr en töl hefur varað í átta tíma en sem dæmi þá eru ferðatryggingar frá VÍS virkar eftir sex tíma bið. Þannig séu meiri líkur fyrir því að aðilar sem lendi í töl og eru með ferðatryggingar á grundvelli VISA Platinum kreditkorts frá Kaupþingi fái greiddar bætur en sá sem er með American Express Premium kort. Það eitt og sér leiði til þess að Kreditkort geti ekki haldið fullyrðingunni fram og hafi ekki sannað hana með fullnægjandi hætti og hafi augljóslega ekki framkvæmt hlutlægan samanburð á tryggingunum áður en fullyrðingin um bestu ferðatrygginguna var sett fram. Gerðar séu ríkar kröfur til þess að unnt sé að sanna notkun efsta stigs lýsingarorðs en það blasi við að Kreditkort hafi ekki gert það.

Þá verði að gera athugasemd við notkun Kreditkorts á vörumerkinu VISA. Framsetning og notkun, s.s. leturgerð og form, vörumerkis verður að vera með réttum hætti. Í auglýsingum Kreditkorts hefur engin tilraun verið gerð til þess að virða rétta framsetningu vörumerkisins VISA sem á þó að vera öllum þeim sem starfa á þessum markaði vel kunn. Þegar notað sé vörumerki annars aðila sé mikilvægt að það sé gert með réttum hætti til þess að rýra ekki verðmæti vörumerkisins.

3.

Bréf Valitor var sent Kreditkortu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 18. júní 2009. Svar barst með bréfi Kreditkorts, dags. 27. júní 2009. Í bréfinu kemur fram að auglýsingarnar hafi í fyrsta lagi miðað að því að gera grein fyrir nánar greindum eiginleikum American Express kortanna, þ.e. punktastöfnun og notkunarmöguleikum. Að mati Kreditkorts hefur American



Express verulegt forskot á keppinauta. Í öðru lagi bendir Kreditkort á að sú framsetning sem Valitor telur að eigi að vera í staðinn sé ónauðsynleg með tilliti til þess að verið sé að bera saman þau afmörkuðu atriði sem auglýsing Kreditkorts beinist að.

Kreditkort bendir á að við samanburð á Icelandair American Express Classic kortinu sem auglýsingin hafi tekið til og því VISA korti sem verður að teljast sambærilegt með tilliti til árgjalds og notkunarmöguleika hafi American Express kortið verulegt forskot.

Ítrekaðar eru fyrri röksemdir um að framsetning auglýsinganna sé á engan hátt villandi eða ófullnægjandi. Með þeim sé á einfaldan og greinargóðan hátt komið á framfæri við neytendur upplýsingum um tiltekna eiginleika umræddra greiðslukorta sem skipti þá verulegu máli. Auglýsingunni sé ætlað að höfða til þeirra neytenda sem telja punktasoöfnun skipta máli þannig að þeir geti tekið ákvörðun í ljósi eigin neyslumynsturs hvort kortið henti þeim eður ei. Í Fréttablaðinu, þann 25. júní 2009, hafi birst auglýsing um VISA e-kort þar sem einungis hafi verið tekið á afmörkuðum þáttum á sambærilegan hátt og í hinni umdeildu auglýsingu Kreditkorts. Í VISA auglýsingunni sem auk þess hafi notað hæsta stig lýsingarorðs séu einungis upplýsingar um endurgreiðslur, vildarpunkta og sértíloboð en ekki minnst á hvað kosti að nota kortið, enda tíðkist slíkt ekki í slíkum auglýsingum. Verði ekki betur séð en að notuð sé sambærileg viðmið í framsetningu og í hinni umdeildu auglýsingu Kreditkorts, þ.e. miðað sé við skýrt afmarkaða þætti sem ljóst sé að skipti neytendur sérstaklega máli.

Í bréfi Kreditkorts eru gerðar athugasemdir við samanburð þann sem fylgdi með bréfi Valitor. Að mati Kreditkorts er samanburðurinn ónauðsynlegur með tilliti til þess sem verið er að auglýsa. Þá sé samanburðurinn ófullnægjandi enda séu ekki tekin með í reikninginn ýmis hlunnindi sem fylgi American Express kortunum auk þess sem ekki sé getið takmarkaðra punktasoöfnunarmöguleika með VISA kortum eða gert lítið úr vægi slíkra takmarkana. Með vísan til þessa sé augljóst að það geti verið torvelt að nálgast fullnægjandi allsherjar samanburð á heildarkostnaði við hvern punkt að teknu tilliti til kostnaðarþátta og þeirra hlunninda sem á móti koma.

Kreditkort telji sér fært að standa við fullyrðingar í efsta stigi lýsingarorðs um bestu ferðatryggingarnar. Fullyrðingar Kreditkorts taki einungis til American Express Premium kortanna sem bjóði umfangsmeiri vernd en tryggingar annarra korta sem markaðssett séu á Íslandi. Skipti hér öllu máli við samanburð að þau tjónsatvik sem tryggt er gegn séu fleiri hjá Premium American Express og því sé verndin meiri. Til samanburðar sé bótaskylda hjá VÍS bæði vegna VISA og MasterCard takmörkuð við almennar tafir vegna almenningsgangna og vernd Sjóvá vegna MasterCard korthafa sé einnig takmörkuð með þeim hætti við almenningsfarartæki. American Express Premium ferðatrygging hjá Sjóvá taki einnig til tafa vegna yfirbókana en ekki sé að finna sambærilega vernd hjá VÍS og Sjóvá vegna korthafa VISA



eða MasterCard. Einnig sé innkaupakaskó innifalið í tryggingum sem fylgja American Express Premium sem veiti vernd vegna kaupa á munum og bæti tjón sem rekja megi til skyndilegs og ófyrirsjáanlegs utanaðkomandi atviks. Tryggingar annarra greiðslukorta taki ekki til þessara tjónsatvika.

Tryggingamiðstöðin bjóði einnig uppá ferðatryggingar korthafa en þær séu sambærilegar við fyrrgreindar tryggingar vegna VISA og MasterCard og tryggi þ.a.l. hvorki gegn yfirbókunum og töfum á leið á flugvöll né bjóða innkaupakaskó. Í engum tilvikum bjóði Tryggingamiðstöðin uppá hærri bótafjárhæðir en American Express.

Valitor hafi tekist að finna eitt atriði sem sé frábrugðið í tryggingavernd, þ.e. að farangurstafartryggingar séu greiddar eftir sex tíma töf hjá VÍS vegna VISA Platínukorts en eftir átta tíma hjá Sjóvá vegna Premium American Express. Kreditkort fær ekki séð að þetta skipti máli í heildarmati á gæðum trygginga enda hafa tryggingar American Express forskot á tryggingar VISA að öðru leyti. Vernd American Express taki til fleiri váttryggingaratvika en verndin hjá VISA. Þá bjóði trygging American Express Premium hærri bætur vegna farangurstafa og vegna ferðatafa. Þá undanskilji VISA ferðatrygging hjá VÍS sjúkradagpeninga vegna barna yngri en 16 ára á meðan engar slíkar takmarkanir séu hjá American Express.

Kreditkort mótmælir ávirðingum Valitor um að ekki hafi verið gerð tilraun til að virða rétta framsetningu á vörumerki VISA enda hafi markmið auglýsinganna einungis verið að draga fram hversu hröð punktasoöfnun American Express korta væri.

4.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 6. júlí 2009, var aðilum málsins tilkynnt að gagnaöflun þess væri lokið og að málið yrði tekið til meðferðar stofnunarinnar. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Valitor yfir auglýsingum Kreditkorts á American Express kreditkorti. Telur Valitor auglýsinguna brjóta gegn ákvæðum 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu þar sem þær séu villandi, rangar, ófullnægjandi og til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn. Í auglýsingunum sé gefið í skyn að punktasoöfnun á VISA kreditkortum taki óeðlilega langan tíma, því er haldið fram að punktasoöfnun American Express sé meiri án þess að þess sé getið að þóknun fyrir úttekt úr hraðbönkum, úrvinnslu og



útskriftargjöld, árgjöld og þóknun kaupmanna sé hærri hjá American Express en sambærilegum kortum VISA. Í auglýsingunum séu ekki bornar saman sambærilegar vörur og kastað rýrð á alþjóðlegt vörumerki VISA. Þá er kvartað yfir fullyrðingunum sem fram koma á vefsíðunni amex.is. Af hálfu Kreditkorts er því hafnað að auglýsingarnar brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Kreditkort hafi lagst í viðamikinn samanburð á punktasöfnun fyrir birtingu auglýsingarinnar og fái allar fullyrðingar staðist. Í auglýsingunum sé eingöngu vísað til þess hvernig punktassöfnun sé háttáð og því komi ekki til álita aðrir þættir, s.s. munur á árgjöldum og þóknunum. Punktassöfnun American Express korta sé betri en allra VISA korta og því hafi ekki verið þörf á að tilgreina nákvæmlega tiltekið kort frá VISA. Þá er því mótmælt að vegið sé að vörumerki VISA með auglýsingunni. Að lokum telur Kreditkort fullyrðingu um bestu ferðatryggingar sanna enda séu tryggingar American Express víðtækari en tryggingar annarra kreditkorta og hámarksbætur hærri.

2.

Í lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu 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 fara fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í bréfi Neytendastofu, dags. 30. apríl 2009, kemur fram það álit stofnunarinnar að ákvæði 8. gr. laga nr. 57/2005 geti komið til álita í málinu. Ákvæðið 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, skv. umfjöllun í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 50/2008, 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 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. Að mati Neytendastofu er tilgangur auglýsinga Kreditkorts augljóslega að fá neytendur í viðskipti við fyrirtækið. Ákvæði 1. mgr. 8. gr. kemur því til álita í máli þessu.

Í erindi Valitor er vísað til ákvæða 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005.



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.“

Samkvæmt ákvæðinu mega fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum því ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða 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. Í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 107/2000, þar sem ákvæðið kom fyrst fram í lögum, segir t.d. að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrðir að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð og falli því undir ákvæði laganna. Með gildistöku laga nr. 50/2008 var bætt við nýrri málsgrein og á ákvæðið nú einnig við um aðrar svipaðar viðskiptaaðferðir og auglýsingar. Í erindi Valitor er vísað til 15. gr. bæði með almennum hætti og sérstaklega í liði a., b. og e. Að mati Neytendastofu geta komið til álita í máli þessu ákvæði a., b., c. og e. liða 2. mgr. 15. gr. sem eru svohljóðandi:

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

a. þær séu ekki villandi,

b. samanburðurinn taki til vöru eða þjónustu sem fullnægir sömu þörfum eða er ætluð til sömu nota,

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.“

3.

Kvörtun Valitor er fjórþætt og verður nú farið yfir hvern og einn kvörtunarlið.



3.1

Kvartað er yfir því að í auglýsingunum sé gefið í skyn að punktastöfnun VISA taki óeðlilega langan tíma og gert sé grín að vörumerki VISA. Þá sé ekki gætt að vörumerkjarétti þegar vísað sé til vörumerkisins og með því kastað rýrð á vörumerki VISA. Í svari Kreditkorts kom fram að um „góðlátlegt grín“ hafi verið að ræða sem ætlað var til að vekja athygli á betri punktastöfnun American Express.

Við mat á því hvort um brot gegn e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 sé að ræða í máli þessu telur Neytendastofa rétt að líta til þess að í c. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 kemur fram að samanburður skuli gerður á sannreynanlegum eiginleika eða eiginleikum vöru eða þjónustu. Þá er í umfjöllun um ákvæði 15. gr. í greinargerð með frumvarpi til laganna vísað til þess sem fram kemur í innangi tilskipunar Evrópuþingsins og –ráðsins nr. 97/55/EB að samanburður skuli vera óhlutdrægur. Samkvæmt þessu verður samanburður að vera óhlutdrægur og byggður á sannreynanlegum staðreyndum. Við meðferð málsins hefur Kreditkort sýnt fram á hraðari punktastöfnun American Express en VISA. Hraði punktastöfnunar hvers og eins er þó ávallt háður notkun og hvort nýtt séu sértíloboð. Að mati Neytendastofu hefur ekki verið sýnt fram á þann verulega mismun í hraða punktastöfnunar sem fjallað er um í auglýsingum American Express. Er því með auglýsingunni vegið að vörumerki VISA með ósanngjörnum hætti og auglýsingin til þess fallið að kasta rýrð á vörumerkið. Þá eru auglýsingarnar að mati Neytendastofu einnig til þess fallnar að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda og eftirspurn eftir American Express. Útvarpsauglýsingar þar sem fjallað er um slæma punktastöfnun VISA brjóta því gegn ákvæði 5. gr., 1. mgr. 8. gr., 14. gr. og e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

Í erindi Valitor er vísað til þess að Kreditkort hafi brotið gegn ákvæðum vörumerkjalaga með notkun vörumerkis VISA án þess að gætt sé að vörumerkjarétti. Í umfjöllun um ákvæði þáverandi 20. gr. a. samkeppnislaga nr. 8/1993, sem er efnislega samhljóða núverandi ákvæði 15. gr. laga nr. 57/2005, í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 107/2000 um breytingu á samkeppnislögum nr. 8/1993 með síðari breytingum segir m.a.: „*Eigi samanburðarauglýsing að þjóna tilgangi sínum getur eigi að síður verið nauðsynlegt að tilgreina vöru eða þjónustu keppinautar og vísa til vörumerkis eða vöruheitis sem hann er rétt hafi að. Slík notkun á vörumerki, vöruheiti eða öðrum auðkennum annars brýtur ekki í bága við slíkan einkarétt ef hún stenst skilyrðin sem kveðið er á um í grein þessari þar sem eina markmiðið er að greina á milli vöru tegunda og vekja á óhlutdrægan hátt athygli á mismuninum á þeim.*“ Notkun á vörumerki VISA í auglýsingum American Express brýtur því ekki gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

3.2

Kvartað er yfir því að í auglýsingunum sé gefið í skyn að punktastöfnun American Express sé mun hraðari en VISA án þess að greint sé frá því að þóknun fyrir úttekt úr hraðbönkum,



úrvinnsla og útskriftargjöld, árgjald og þóknun kaupmanna sé hærri hjá American Express en sambærilegum kortum VISA. Hraðari punktasöfnun stafi því af meiri kostnaði fyrir korthafa.

Samkvæmt c. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 eru samanburðarauglýsingar leyfðar sé gerður samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleikum vöru eða þjónustu. Af orðalagi ákvæðisins er ljóst að auglýsendum er heimilt að bera saman eiginleika þjónustunnar án þess að tilteknir séu allir eiginleikar hennar. Við ákvörðun um það hvaða eiginleika skuli tilgreina og hverjum skuli sleppt verður að líta til annarra ákvæða laganna enda getur skortur á upplýsingum valdið því að auglýsingin teljist villandi, sbr. 9. gr. laganna. Við mat á því hvort samanburður sé villandi vegna eiginleika sem ekki eru tilgreindir lítur Neytendastofa auk þess til þess hvaða upplýsingar auglýsandi hefur kosið að birta og hvaða upplýsingum er sleppt. Í auglýsingum American Express er eingöngu borin saman punktastöfum kortanna án þess að getið sé um kostnað sem kortunum fylgir eða önnur fríðindi sem þau bjóða upp á. Að mati Neytendastofu er slíkur samanburður ekki villandi eða brot á ákvæðum laga nr. 57/2005 enda kemur skýrt fram í auglýsingunni að um sé að ræða samanburð á punktastöfnum.

3.3

Kvartað er yfir því að ekki sé um sambærileg kort að ræða og því séu þau ekki hæf til samanburðar. Borin séu saman annars vegar tiltekið kort frá American Express og hins vegar ótilgreint kort frá VISA. Undir merkjum VISA séu gefin út fjölmörg kreditkort og njóti korthafar hvernar tegundar mismunandi fríðinda. Af hálfu Kreditkorts hefur verið á það benti að punktastöfnun American Express sé betri en hjá öllum kortum VISA.

Í b. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 er um það fjallað að samanburður skuli taka til vöru eða þjónustu sem fullnægi sömu þörfum eða sé ætluð til sömu nota. Undir vörumerki VISA eru gefin út fjölmörg kreditkort sem ætlað er að höfða til mismunandi hópa og hafa þau því ýmsa eiginleika og fríðindi. Að mati Neytendastofu eru kreditkort frá American Express þó sambærileg kreditkortum frá VISA, óháð því um hvernig kort frá VISA er að ræða. Kortin eru öll að grunni til kreditkort og að mati Neytendastofu geta neytendur því nýtt sér þann samanburð sem fram kemur í auglýsingunni við val á kreditkorti.¹ Til þess að njóta þeirra fríðinda sem kreditkortin bjóða, hvort sem er kort frá VISA eða American Express, verður korthafi að nota kortið sem greiðslumiðil. Kortin þjóna því öll sama tilgangi sem staðgönguvörur fyrir hvert

¹ Í dómi Evrópuþingsmálsins í máli nr. C-356/04 *Lidl Belgium GmbH & Co KG gegn Etablissements Franz Colruyt NV* segir m.a. um ákvæði b. liðar 1. mgr. 3. gr. a. tilskipunar nr. 84/450/EEC, sem er samhljóða ákvæði b. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, að við mat á því hvort vörur eða þjónusta séu samanburðarhæf skuli líta til þess hvort samanburðurinn nýtist neytendum. Í 33. málsgri. dómsins segir: „*Having regard, in particular, to the fact that comparative advertising helps to stimulate competition between suppliers of goods and services to the consumer's advantage, the benefit of such advertising to consumers must thus necessarily be taken into account in assessing the requirement of comparability laid down by Article 3a(1)(b) of the Directive*“



annað. Því er að mati stofnunarinnar um að ræða samanburð á vörum sem eru sambærilegar og fullnægja sömu þörfum.

3.4

Þá er kvartað yfir fullyrðingum Kreditkorts sem fram koma á vefsíðunni amex.is um að: „*Þú safnar vildarpunktum tvöfalt hraðar með American Express*“, „*Allt sem þú þarft að vita um bestu vildarpunktasöfnun á Íslandi*“, „*Með Icelandair American Express getur þú safnað punktum hraðar en með nokkru öðru greiðslukorti á íslenskum markaði*“ og að „*Með Premium Icelandair American Express færðu bestu ferðatryggingu sem völ er á*“.

Af hálfu Kreditkorts hefur verið sýnt fram á að korthafar Icelandair American Express safni vildarpunktum hraðar en önnur sambærileg kreditkort á markaði. Þó hefur í gögnum málsins ekki verið sýnt fram á umfang hinnar hraðari punktassöfnunar gagnvart öðrum kortum en e-Vildarkortum. Kreditkort hefur því ekki fært fullnægjandi sönnur fyrir fullyrðingu sinni „*Þú safnar vildarpunktum tvöfalt hraðar með American Express*“ og er hún því brot gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005. Þar sem sýnt hefur verið fram á hraðari punktassöfnun Icelandair American Express en annarra kreditkorta eru fullyrðingarnar „*Allt sem þú þarft að vita um bestu vildarpunktassöfnun á Íslandi*“ og „*Með Icelandair American Express getur þú safnað punktum hraðar en með nokkru öðru greiðslukorti á íslenskum markaði*“ því ekki brot gegn ákvæðum laganna.

Af hálfu Valitor hefur verið sýnt fram á það að ferðatryggingar Premium Icelandair American Express veiti korthöfum sínum ekki ávallt bestu verndina enda sé biðtími vegna tafa á farangri styttri hjá VÍS vegna VISA Platínukorts. Fullyrðingin brýtur því gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005.



IV.

Ákvörðunarorð:

„Kreditkort ehf., Ármúla 28, Reykjavík, hefur brotið gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., 14. gr. og e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með því að vísa til þess í útvarpsauglýsingum sínum að vildarpunktasöfnun VISA korta taki óeðlilega langan tíma.

Kreditkort ehf., hefur brotið gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með því að fullyrðingunum „*Þú safnar vildarpunktum tvöfalt hraðar með American Express*“ og „*Með Premium Icelandair American Express færðu bestu ferðatryggingu sem völ er á*“ á vefsíðunni félagsins.“

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu er Kreditkortu bannað að birta auglýsingar þar sem gefið er í skyn að vildarpunktasöfnun VISA taki óeðlilega langan tíma. Þá er Kreditkortu með vísan til sama ákvæðis bannað að nota fullyrðingarnar „*Þú safnar vildarpunktum tvöfalt hraðar með American Express*“ og „*Með Premium Icelandair American Express færðu bestu ferðatryggingu sem völ er á*“. Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um viðurlög á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.“

Neytendastofa, 19. febrúar 2010

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir