



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 41/2024

Duldar auglýsingar og kostaðar umfjallanir á samfélagsmiðlum.

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu til Kyana Sue Powers, dags. 22. mars 2024, var greint frá því að stofnunin hafi í tilefni samræmdrar skoðunar neytendayfirvalda í Evrópu, tekið til skoðunar Instagram aðganginn @kyanasue og samnefndan Tiktok aðgang. Við könnunina varð Neytendastofa vör við stöðufærslur og sk. stories þar sem m.a. mátti finna umfjöllun um eða skírskotun til eftirfarandi fyrirtækja: OTO restaurant, Fujifilm, Vigtin, Reykjavík Rollers, North by dill, Milkfactory hotel, Heppa restaurant, Arctic Adventures, Aurora Basecamp, Blue Car Rental, Camp Easy Iceland, Heading North, Icelandair, Icelandic Roamers, Icepic Journeys, Into the Glacier, Katlatrack, Laki Tours, Local Guide, Midgard Adventure, Midgard Base Camp, Miðhraun, Mister Iceland, Signature Suites Vík, Uncharted Society, Vanlife Iceland, Jökla og Sky Lagoon. Í þeim færslum þar sem fyrrnefnd fyrirtæki eru nefnd eru ýmsar vörur kynntar og ágæti þeirra jafnvel tíundað. Fæstar þessara færslna hafi verið merktar sem auglýsing eða með öðrum skýrum hætti greint frá því að þær séu gerðar í viðskiptalegum tilgangi.

Af þessu tilefni vakti Neytendastofa athygli á því að stofnunin hefur eftirlit með lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þá var bent á að Neytendastofa gerir almennt þá kröfu til einstaklinga og fyrirtækja að þau fylgi ákvæðum laganna og hafi hliðsjón af leiðbeiningum Neytendastofu um merkingar auglýsinga á samfélagsmiðlum.

Í bréfinu kom fram að Neytendastofa teldi að ákvæði 1. mgr. 6. gr., 8. gr. og 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 kæmu til skoðunar í málinu. Með bréfinu fylgdu skjáskot sem fólu í sér dæmi af þeim færslum sem stofnunin hafi orðið vör við á samfélagsmiðlum Kyönu.

Þá var óskað eftir upplýsingum um hvort viðskiptasamband væri til staðar við áðurgreind fyrirtæki og, ef svo væri, hvernig viðskiptasambandi viðkomandi við fyrirtækin væri háttað, hvort endurgjald hafi verið veitt af einhverju tagi frá fyrirtækjunum, hvort þriðji aðili hafi haft



aðkomu að undirbúningi umfjöllunar um vörur og/eða þjónustu þeirra og hvort fyrirtækin sjálf hafi annast samskipti eða milligöngu við fyrirtækin vegna umfjallananna.

Að lokum óskaði stofnunin eftir öðrum athugasemdum og/eða skýringum sem Kyana kynni að vilja koma á framfæri vegna málsins.

2.

Svar barst Neytendastofu með tölvubréfi frá félaginu Kraftar Media ehf., dags. 5. apríl 2024. Í upphafi bréfsins er stofnunin upplýst um að eigandi að Instagram og Tiktok aðgöngum undir formerkinu @kyanasue sé Kraftar Media. Hlutverk félagsins er m.a. að framleiða kynningarefni á samfélagsmiðlum fyrir þá sem ferðast um Ísland og gefa ferðatengdar ráðleggingar í gegnum þjónustu á vegum Rexby. Í bréfinu kemur fram að Kraftar Media vinni ekki með fyrirtækjum sem samræmast ekki vörumerkinu „@kyanasue“ og að fyrirtækið merki oft á tíðum bæði með og án samþykkis önnur fyrirtæki á Íslandi til að kynna ferðamönnum fyrir ýmissi þjónustu. Þá segir einnig í bréfinu að öll fyrirtæki sem minnst er á í samfélagsmiðlum undir nafninu @kyanasue eru uppástungur frá Kyönu.

Í kjölfarið kemur fram að Kraftar Media eigi í viðskiptasambandi við og hafi hlotið endurgjald frá fyrirtækjunum: OTO Restaurant, Reykjavík Rollers, Arctic Adventures, Aurora Basecamp, Blue Car Rental, Camp Easy Iceland, Heading North Iceland, Icelandic Roamers, Ice Pic Journeys, Katlatrack, Laki Tours, Local Guide, Midgard Adventure, Midgard Base Camp, Miðhraun, Mr. Iceland, Signature Suites Vík, Uncharted Society, Vanlife Iceland og Jökla. Form endurgjalds frá fyrrnefndum fyrirtækjum hafi verið af ýmsum toga og er m.a. lýst sem boð í veislu, greiðsla fyrir unnin verkefni, greiðsla fyrir góða staðsetningu á Rexby, vöruskipti og gjöf.

Auk fyrrnefnds kemur fram að Kraftar Media bjóði upp á svokallaðan samstarfskóða frá fyrirtækjunum: Reykjavík Rollers, Aurora Basecamp, Blue Car Rental, Camp Easy Iceland, Heading North, Icelandic Roamers, Ice Pic Journeys, Katla Track, Laki Tours, Local Guide, Midgard Base Camp og Midgard Adventure.

3.

Með bréfi Neytendastofu til Kraftar Media, dags. 22. október 2024, var greint frá því að vegna fjölda fyrirliggjandi mála og sumarleyfa hafi orðið tafir á afgreiðslu málsins. Þá var félaginu tilkynnt að eftir yfirferð framkominna gagna telji Neytendastofa rétt að beina máli þessu að Kraftar Media í stað Kyönu. Í kjölfarið var félaginu veittur frestur í 14 dagar til að koma að skýringum og/eða athugasemdum við erindið eða framkomin gögn áður en ákvörðun yrði tekin. Meðfylgjandi bréfinu voru afrit af fyrirliggjandi gögnum.

Engar athugasemdir né skýringar bárust frá Kraftar Media í kjölfar bréfsins.



II.

Niðurstöður.

1.

Mál þetta lýtur að margvíslegum samfélagsmiðlafærslum sem Neytendastofa varð vör við á Instagramsíðu Kraftar Media ehf. @kyanasue og samnefndri Tiktok síðu í tilefni samræmdrar skoðunar neytendayfirvalda í Evrópu á duldum auglýsingum á samfélagsmiðlum. Nánar tiltekið var um að ræða samfélagsmiðlafærslur þar sem ýmis fyrirtæki voru merkt án þess að gerð væri grein fyrir að um auglýsingu væri að ræða. Í svörum Kraftar Media er gerð grein fyrir tengslum félagsins við þau fyrirtæki sem nefnd eru í bréfi Neytendastofu. Í málinu kemur til álita hvort fyrrgreindar samfélagsmiðlafærslur hafi verið auglýsingar og, ef svo er, hvort þær hafi verið nægilega vel merktar sem slíkar, sbr. ákvæði 5. gr., 1. mgr. 6. gr., 8. gr. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

2.

Ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 leggur almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fara fram eða þjónusta er veitt. Þá segir einnig í fyrrnefndu ákvæði að óréttmætir viðskiptahættir eru nánar tilgreindir í III – V kafla laganna.

Í 1. mgr. 6. gr. laganna kemur fram að:

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

Samkvæmt ákvæði 1. mgr. 6. gr. laganna á neytendum ávallt að vera það ljóst þegar um auglýsingu er að ræða. Í athugasemdum með ákvæðinu kemur fram að því er ætlað að taka til allra auglýsinga og nái ekki einungis til auglýsinga í hljóðvarpi eða sjónvarpi.

Ákvæði 8. gr. sem finna má í III. kafla laganna hljóðar svo:

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

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

Ákvæði 9. gr. laganna er matskennt og krefst þess að litið sé til allra atvika hvers máls fyrir sig. Við mat á því hvort viðskiptahættir séu villandi í skilningi 2. mgr. 9. gr. laganna telur Neytendastofa að líta beri til allra sérkenna, aðstæðna og takmarkana í tengslum við þann



samfélagsmiðil sem nýttur er hverju sinni. Við mat á þessum atriðum telur Neytendastofa einnig að líta beri til þess þegar aðilar leyna upplýsingum eða veita á óljósan, óskiljanlegan, margræðan eða ótímabæran hátt mikilvægar upplýsingar eða láta hjá líða að gera grein fyrir viðskiptalegum tilgangi viðkomandi viðskiptahátta, ef það hefur ekki þegar komið fram af samhenginu.

3.

Í máli þessu koma til skoðunar ýmsar færslur Kraftar Media, á Instagramsíðunni @kyanasue og samnefndri Tiktok síðu, þar sem ýmiss fyrirtæki voru merkt inn á færslur án nánari skýringa eða fjallað var um vörur þeirra án merkinga um að um auglýsingu væri að ræða.

Lög nr. 57/2005 taka til allrar atvinnustarfsemi án tillits til þess hvort um einstakling eða fyrirtæki er að ræða, óháð stærð fylgjendahóps á samfélagsmiðlum og án tillits til þeirrar vöru, þjónustu eða réttinda sem sýslað er með gegn endurgjaldi. Umfjöllun sem birt er á samfélagsmiðlum gegn endurgjaldi, hvort sem er í formi mynda, myndbanda eða texta eru ein tegund markaðssetningar og fellur undir gildissvið laganna. Endurgjald í þessum skilningi getur verið í ýmsu formi, s.s. gjafir, vöruskipti, hlutfall af hagnaði sölu eða fjárgreiðslu. Ekki skiptir máli hvort gjafir hafi verið sendar óumbeðnar eða að umfjöllun um vöru eða þjónustu lýsir persónulegri skoðun viðkomandi.

Með vísan til ofangreinds er það mat Neytendastofu að samfélagsmiðlafærslur Kraftar Media, þar sem ýmist er vísað til eða fjallað um vörur og/eða þjónustu frá fyrirtækjunum: OTO Restaurant, Reykjavík Rollers, Arctic Adventures, Aurora Basecamp, Blue Car Rental, Camp Easy Iceland, Heading North Iceland, Icelandic Roamers, Ice Pic Journeys, Katlatrack, Laki Tours, Local Guide, Midgard Adventure, Midgard Base Camp, Miðhraun, Mr. Iceland, Signature Suites Vík, Uncharted Society, Vanlife Iceland og Jökla hafi verið gerðar í viðskiptalegum tilgangi og endurgjald komið fyrir þær. Er það því mat Neytendastofu að samfélagsmiðlafærslur þar sem fyrrnefnd fyrirtæki eru merkt inn á eða fjallað er um vöru þeirra og/eða þjónustu, feli í sér auglýsingar í skilningi laga nr. 57/2005.

Leggja ber til grundvallar að hinn almenni neytandi áttar sig að jafnaði ekki á því að um sé að ræða auglýsingu eða annað markaðsefni þegar ekki er skýrlega greint frá viðskiptalegum tilgangi umfjöllunarinnar. Jafnvel þótt nafn vöru, þjónustu eða fyrirtækis komi fram í færslu á samfélagsmiðlum eða það merkt á mynd í færslu þá gerir það hinum almenna neytanda að jafnaði ekki kleift að gera auðveldlega greinarmun á meðmælum einstaklings annars vegar og auglýsingu í viðskiptalegum tilgangi hins vegar. Auglýsingar í formi persónulegra meðmæla nýta traust og trúgirni neytanda í ríkari mæli en önnur hefðbundin form auglýsinga og markaðssetninga gerir. Erfitt getur verið að greina á milli þess hvort umfjöllun sé kostuð eður ei sé hún ekki merkt með skýrum hætti og hætt við að neytendur treysti á að umfjallanir einstaklinga sem þeir fylgja séu óhlutdrægar. Framangreind atriði leiða til þess að ríkar kröfur verður að gera til þess að auglýsingar á samfélagsmiðlum séu skýrlega merktar. Merkingin þarf



að koma fram með áberandi hætti svo neytendur átti sig á því að um auglýsingu sé að ræða. Merkingin þarf m.a. að vera vel staðsett, hafa nægjanlega stórt letur og vera í skýrum lit.

Neytendastofa telur að í fjölda færslna þar sem fyrrnefnd fyrirtæki eru nefnd eða vörur þeirra og þjónusta kynnt á samfélagsmiðlum Krafta Media, hafi ekki verið gerð grein fyrir því með fullnægjandi hætti að um auglýsingu hafi verið að ræða eða að endurgjald hafi komið fyrir umræddar samfélagsmiðlafærslur. Þá telur Neytendastofa að það hafi ekki áhrif á niðurstöðu stofnunarinnar hvort að fyrirtæki sem auglýst eru á samfélagsmiðlasíðum Kraftar Media samræmist vörumerkinu @kyanasue eður ei, né skiptir það máli hvort fyrirtækin sem minnst er á hafi verið persónuleg uppástunga Kyönu. Einnig telur stofnunin að gera verði ríkari kröfur en ella til að merkja stöðufærslur sem auglýsingar þegar við á, þegar fyrirtæki kemur fram sem einstaklingur á samfélagsmiðlum. Kraftar Media ehf. hefur því með auglýsingum í formi stöðufærslna á Instagramsíðunni @kyanasue og samnefndri Tiktok síðu, án þess að fram komi með skýrum hætti að um auglýsingar sé að ræða eða að greiðsla eða annað endurgjald hafi komið fyrir, brotið gegn 1. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005.

Er það mat Neytendastofu að upplýsingar um viðskiptalegan tilgang færslu á samfélagsmiðlum teljist almennt skipta máli fyrir neytendur og eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti í skilningi 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Með hliðsjón af því og framangreindri umfjöllun um skort á viðeigandi merkingum við auglýsingar Kraftar Media á samfélagsmiðlareikningum undir heitinu @kyanasue telur Neytendastofa að Kraftar Media hafi með villandi viðskiptaháttum jafnframt brotið gegn 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. laga nr. 57/2005.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005 telur Neytendastofa nauðsynlegt að banna Kraftar Media ehf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sekt á grundvelli IX kafla laga nr. 57/2005.



III.

Ákvörðunarorð:

„Kraftar Media ehf., Valshlíð 14, 102 Reykjavík, hefur með því að birta auglýsingar í formi samfélagsmiðlafærslna á Instagramsíðunni @kyanasue og samnefndri Tiktok síðu, án þess að fram komi með skýrum hætti að um auglýsingar sé að ræða og með villandi viðskiptaháttum, brotið gegn 1. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

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

Neytendastofa, 30. desember 2024

Þórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir