



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 4/2026

Auglýsingar og markaðssetning Norðursiglingar ehf.

I. Erindið

1. Með bréfi Gentle Giants-Hvalaferða ehf. (hér eftir vísað til sem „GG“) dags. 6. nóvember 2024, barst Neytendastofu kvörtun vegna brota Norðursiglingar ehf. á lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.
2. GG krefst þess að Neytendastofa banni alfarið og allsstaðar notkun Norðursiglingar á villandi og ráðandi auglýsingum undir yfirskriftinni: „CARBON NEUTRAL“, „ECO-FRIENDLY“, „SILENT WHALE WATCHING“ sem og öðru sem vísar til þess að starfsemi Norðursiglingar sé umhverfisvænni, sbr. 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 að viðlögðum dagsektum skv. 23. gr. sömu laga. Þá krefst GG þess að Neytendastofa ákvarði að með birtingu auglýsinganna hafi Norðursigling brotið gegn ákvæðum 5. gr., sbr. 2. og 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 1. mgr. 9. gr., 1. mgr. 13. gr., 14. gr. og a., c., e. og g. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Að sama skapi krefst GG þess að Neytendastofa leggi stjórnvaldssektir á Norðursiglingu, sbr. 22. gr. laga nr. 57/2005. Að lokum fer GG fram á að tekin verði bráðabirgðaákvörðun í málinu til að koma í veg fyrir frekara tjón GG af birtingu auglýsinganna.
3. Um málsatvik og kæruefni segir í erindi GG að Norðursigling sé einkahlutafélag sem stundi atvinnurekstur og teljist því fyrirtæki í skilningi laga nr. 57/2005. Norðursigling sé keppinautur GG og hafi um langt skeið auglýst þjónustu sína með myndmerki af grænu laufblaði undir yfirskriftinni „Carbon Neutral“ þrátt fyrir að Neytendastofa hafi með ákvörðun nr. 5/2017 lagt bann við slíkri markaðssetningu. Raunar hafi Norðursigling undanfarið aukið við villandi og blekkjandi fullyrðingar í auglýsingaskyni og auglýsi Norðursigling þannig nú til viðbótar við framangreinda yfirskrift einnig undir yfirskriftunum „Eco-friendly“, „Silent whale watching“, „Nature-Friendly“ og „Going-Green“.
4. Auglýsingar og kynningarefni Norðursiglingar hafi á sér villandi yfirbragð enda sé þar beint og óbeint gefið sterklega í skyn að Norðursigling og starfsemi á vegum félagsins sé



umhverfisvænni en samkeppnisaðilar. Þannig hafi Norðursigling m.a. notast við laufblað í auglýsingum sínum og græna liti sem vísi augljóslega til þess að um umhverfisvænna fyrirtæki og starfsemi sé að ræða.

5. Norðursigling hafi um skeið birt auglýsingar í auglýsingaspjöldum, bæklingum og tímaritum fyrir ferðamenn, á heimasíðu sinni og í öðrum tímaritum, miðasölu og við bryggjuhlið, sem beri yfirskriftirnar: „Carbon-Neutral“, „Eco-Friendly“ og „Silent whale watching“. Yfirskriftirnar séu ótvírætt tilvísanir til þess að Norðursigling bjóði upp á siglingar sem fari fram án þess að losa kolefni út í andrúmsloftið. Í auglýsingunum sé því jafnframt haldið fram að um engan útblástur sé að ræða og að vélar bátanna séu alveg hljóðar. Þegar heimasíða Norðursiglingar sé opnuð blasi til að mynda við fyrirsögnin „Eco-Friendly Whale Watching“. Þetta allt sé rangt.
6. GG telji auglýsingar og annað markaðsefni Norðursiglingar vera rangar, ófullnægjandi og villandi. Auglýsingarnar séu til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eftir þjónustu Norðursiglingar, ranglega og á kostnað keppinauta Norðursiglingar. Þá séu neytendur augljóslega blekkir til viðskipta á þeim forsendum að þeir kaupi umhverfisvænni siglingar.
7. Bátarnir sem Norðursigling noti í hvalaskoðunarferðum sínum gangi fyrir olíu. Við notkun á olíu sem eldsneytisgjafa sé kolefni leyst út í andrúmsloftið. Þá sé það heldur ekki rétt að hvalaskoðun Norðursiglingar sé hljóðlaus heldur gefi bátarnir frá sér hljóð líkt og aðrir þegar þeir eru knúnir áfram.
8. GG og Norðursigling séu tveir helstu keppinautarnir á markaði með hvalaskoðun á Húsavík. Ljóst sé að margvíslegir þættir hafi áhrif í samkeppnisrekstri GG og Norðursiglingar. Meðal annars geti haft áhrif hvort neytendur telji að annar aðilinn sé umhverfisvænni en hinn.
9. Norðursigling hefur farið mikinn í að vekja athygli á einum af bátum sínum sem hefur haft rafmótor um borð. Norðursigling hefur farið fáar ferðir þar sem báturinn notast við vélina og raunar sé algengt að neytendur bóki hvalaskoðunarferð hjá Norðursiglingu með bátnum en þegar á reyni reynist báturinn bilaður og olúbátur nýttur í staðinn. Þetta liggir óumdeilt fyrir þegar gagnvirkar síður sem hafi eftirlit með bátsferðum séu skoðaðar sem og af fjölmörgum athugasemdum viðskiptavina Norðursiglingar á TripAdvisor og GetYourGuide. Í þeim fáu ferðum sem rafmagnsbáturinn hafi farið hafi svo oft en ekki þurft að keyra gamla dísilvél til þess að hlaða inn á rafgeyma bátsins í siglingum á Skjálfanda líkt og sjá megi í athugasemdum viðskiptavina. Þá sé rétt að minnast á Grænlandsferðir umrædds báts, en engar rafmagnssúrur séu á Austurströnd Grænlands



til hleðslu á skiparafgeymum. Aðalatriðið hér sé þó að umræddur bátur er einungis einn af tíu bátum Norðursiglingar; allir hinir séu knúnir af gömlum dísilmotorum. Þrátt fyrir það gefi auglýsingar Norðursiglingar það til kynna að þjónusta félagsins sé „carbon neutral“, „eco-friendly“ og „silent operator“. Auglýsingarnar feli þar af leiðandi í sér rangar upplýsingar og villandi af ásetningi.

10. GG telji að auglýsingarnar séu líklegar til að blekkja neytendur eða með þeim hætti að neytendum séu veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Auglýsingarnar séu því í andstöðu við nánar tiltekin ákvæði laga nr. 57/2005. Af þeim sökum leggi GG fram kæru þessa til Neytendastofu.
11. Um efnið hafi áður verið deilt en í kjölfar kvörtunar GG sem kvartaði yfir auglýsingum Norðursiglingar undir yfirskriftinni „Carbon Neutral“, komst Neytendastofa með ákvörðun sinni nr. 5/2017 að þeirri niðurstöðu Norðursigling hefði brotið gegn 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 9. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Jafnframt bannaði Neytendastofa Norðursiglingu að nota myndmerki og textann „Carbon Neutral“ í markaðssetningu fyrirtækisins með vísan til 2. mgr. 21. gr. b laga nr. 57/2005. Í framangreindri ákvörðun hafi svo verið tekið fram að færi Norðursigling ekki að banninu mætti félagið búast við að tekin yrði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.
12. Augljóst sé að Norðursigling hafi ekki fylgt eftir því banni sem Neytendastofa hafi lagt á framangreinda notkun og þá liggi einnig fyrir að Norðursigling hafi engar breytingar gert á viðskiptaháttum sínum sem leiði til þess að önnur sjónarmið eigi við nú en það sem lagt var til grundvallar í ákvörðun Neytendastofu nr. 5/2017. Auglýsingar Norðursiglingar séu villandi og til þess fallnar að blekkja neytendur til að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Brot Norðursiglingar séu jafnframt framkvæmd af ásetning þar sem félaginu sé fullkunnugt um að auglýsingar þess séu í andstöðu við ákvæði laga nr. 57/2005.
13. Þess sé því krafist að Neytendastofa grípi tafarlaust til aðgerða til að stöðva og banna auglýsingar og aðra notkun Norðursiglingar undir yfirskriftunum „Carbon Neutral“, „Eco-Friendly“ og „Silent Whale Watching“ sem og öðrum sambærilegum yfirskriftum sem gefi hinum almenna neytanda ranglega til kynna að starfsemi Norðursiglingar sé umhverfisvænni eða hljóðlátari en vörur eða þjónusta GG. Þá sé farið fram á að Neytendastofa beiti viðurlögum skv. IX. kafla laga nr. 57/2005.
14. Er varði málsástæður og lagarök sé í lögum nr. 57/2005 fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Samkvæmt 5. gr. laganna sé lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir viðskipti með vöru fara



fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta sé nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

15. Samkvæmt 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 skulu auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum og neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað sé til óviðkomandi mála. Þá þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti, sbr. 4. mgr. 6. gr. laganna. Að auki sé óheimilt að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum, enda séu upplýsingarnar til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn þjónustunnar, sbr. 14. gr. laganna. Þá brjóti auglýsingarnar enn fremur í bága við ákvæði 2. mgr. 15. gr. sömu laga. Því telji GG að auglýsingarnar teljist til óréttmætra viðskiptahátta sem bannaðir séu skv. 5. gr. laga nr. 57/2005.
16. Kærðir séu óréttmætir viðskiptahættir Norðursiglingar, sem séu í andstöðu við ákvæði laga nr. 57/2005 og þess krafist að Neftendastofa grípi tafarlaust til aðgerða til að stöðva auglýsingar og framsetningu Norðursiglingar, sbr. 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005. Auglýsingar Norðursiglingar brjóti meðal annars í bága við eftirtalin ákvæði laga nr. 57/2005: 1. mgr. 8. gr., 1. mgr. 9. gr., 1. mgr. 13. gr. og 14. gr. Gerð verði grein fyrir þeim málsástæðum sem varði hvert ákvæði fyrir sig í sérstökum köflum erindisins.
17. Samkvæmt 1. mgr. 8. gr. teljist viðskiptahættir óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða séu líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Ákvæðinu sé samkvæmt umfjöllun í greinargerð ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafi áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða samkvæmt ákvæðinu sé 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. Lagt sé til grundvallar hvað þetta varði hvort viðskiptahættirnir raski verulega hegðun hins „venjulega“ neytanda í fjárhagslegu tilliti. Þannig hafi það ekki beint þýðingu hvaða áhrif viðskiptahættirnir hafi á einn tiltekinn neytanda heldur hvaða áhrif almennt megi ætla að viðskiptahættirnir hafi á neytendur.
18. Auglýsingar Norðursiglingar miði að því að telja neytendum trú um að félagið veiti ákveðna þjónustu og að sú þjónusta sem félagið veiti sé umhverfisvænni þar sem hún losi ekki kolefni út í andrúmsloftið. Þá miði auglýsingar Norðursiglingar einnig að því að þjónusta félagsins sé hljóðlát.
19. Fullyrðingar Norðursiglingar í fyrrgreindum auglýsingum og öðru markaðsefni séu aftur á móti rangar þar sem bátar félagsins noti nánast allir olíu sem eldsneytisgjafa og í því felist



að kolefni losni út í andrúmsloftið þegar eldsneyti sé notað til að knýja bátinn áfram. Slíkir bátar séu jafnframt ekki hljóðlátir líkt og Norðursigling haldi ranglega fram. Því sé um að ræða óréttmæta viðskiptahætti, sem séu líklegir til að raska fjárhagslegri hegðun neytenda, í andstöðu við 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005.

20. Í 9. gr. laganna sé fjallað um það 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. lið málsgreinarinnar séu tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt sé við.
21. Ákvæðið sé innleiðing á 6. gr. tilskipunar 2005/29/EB frá 11. maí 2005 um óréttmæta viðskiptahætti gagnvart neytendum á innri markaðnum. Í 1. mgr. 6. gr. tilskipunarinnar segi að viðskiptahættir skuli teljast villandi ef þeir fela í sér rangar upplýsingar og séu því ótrúverðugir eða ef þeir blekkja, eða séu líklegir til að blekkja hinn venjulega neytanda, t.d. með almennri framsetningu, jafnvel þótt fengnar séu upp réttar staðreyndir og valda því eða séu líklegir til að valda því að hann taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði annars ekki gert.
22. Þar sem auglýsingar Norðursiglingar séu til þess fallnar að telja neytendum trú um að félagið bjóði upp á umhverfisvænni þjónustu sem losi ekki kolefni út í andrúmsloftið, auk þess sem hljóðlausar vélar séu notaðar, þá verði auglýsingar Norðursiglingar að teljast villandi. Jafnframt séu auglýsingarnar til þess fallnar að blekkja hinn venjulega neytanda. Auglýsingarnar veiti rangar upplýsingar um eðli þjónustu og hvort þjónustan sé fyrir hendi, í andstöðu við a. lið 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Þær veiti jafnframt rangar upplýsingar um þjónustu við viðskiptavinum í andstöðu við c. lið sama lagaákvæðis. Auglýsingarnar brjóti því gegn 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005.
23. Samkvæmt 1. mgr. 13. gr. laga nr. 57/2005 sé óheimilt að aðhafast nokkuð það sem brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi eins og þeir eru tíðkaðir eða eitthvað það sem óhæfilegt sé gagnvart hagsmunum neytenda. Í V. kafla laga nr. 57/2005 sé fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segi í 14. gr. að óheimilt sé að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki séu 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 lögin taka til.



24. Auglýsingar Norðursiglingar geri óbeint samanburð á þeirri þjónustu sem Norðursigling og GG bjóði upp á. Í því samhengi verði að hafa í huga stöðu aðilanna á hvalaskoðunarmarkaðnum á Húsavík. Bátar fyrirtækjanna leggi út frá sömu litlu höfninni, bátarnir séu hlið við hlið á höfninni og það sama eigi við um söluskúra félaganna við höfnina. Ferðamenn sem komi til þess að kaupa sér hvalaskoðunarferð standi því ávallt andspænis því að velja á milli fyrirtækjanna tveggja. Þar sem annar aðilinn, Norðursigling, vísi til þess að ferðir félagsins séu umhverfisvænni feli það í sér samanburð við fyrirtækið sem sé staðsett við hliðina. Neytendur sem hafi val um tvö fyrirtæki, staðsett hlið við hlið, séu þannig í mörgum tilvikum líklegir til þess að láta þetta atriði hafa úrslitaáhrif um það hvert þeir beini viðskiptum sínum.
25. Ljóst sé að háttsemi Norðursiglingar sem að framan sé lýst falli ótvírætt undir gildissvið fyrrgreindra ákvæða sbr. áðurnefnda ákvörðun Neytendastofu í máli nr. 5/2017. Með auglýsingunum séu neytendum veittar þær upplýsingar að þjónusta Norðursiglingar sé tilteknum eiginleikum gædd, sem settar séu fram af Norðursiglingu að eigin frumkvæði og eigi ekki við nein rök að styðjast. Þá liggi fyrir að Norðursigling aflýsi oftár en ekki hvalaskoðunarferðum með hinum svokallaða umhverfisvæna báti þegar komið sé að ferðinni og bjóði þeim hvalaskoðunarferð á hefðbundnum olúbátum í staðinn, sbr. meðfylgjandi skjal. Að mati GG feli það í sér villandi viðskiptaaðferð sem sé til þess fallin að hafa áhrif á villandi og rangar upplýsingar um framboð þeirrar þjónustu sem Norðursigling segist veita. Miðlun þessara röngu upplýsinga og sú blekking sem eigi sér stað með þeim sé að auki til þess fallin að hafa áhrif á eftirspurn eftir þjónustu sem sé hluti af atvinnustarfsemi Norðursiglingar.
26. Fyrirtæki þurfi að geta fært sönnur á allar fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum þeirra. Takst það ekki séu auglýsingarnar til þess fallnar að vera villandi gagnvart neytendum og ósanngjarnar gagnvart keppinautum, sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Þá beri Norðursigling jafnframt að gæta þess að fullyrðingar í auglýsingum félagsins séu eingöngu notaðar í tengslum við þá vöru eða þjónustu sem uppfylli viðmiðin. Voru þessi sjónarmið m.a. til grundvallar niðurstöðu ákvörðunar Neytendastofu nr. 5/2017.
27. Fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum megi samkvæmt ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut eða stöðu auglýsandans, vöru eða þjónustu hans.
28. Með vísan til framanritaðs megi ljóst vera að Norðursigling geti ekki fært sönnur á að þjónusta félagsins sé þannig að hún losi ekki kolefni út í andrúmsloftið og að notaðar séu hljóðlausar vélar. Hafi það verið staðfest í áðurnefndri ákvörðun Neytendastofu nr. 5/2017. Í Auglýsingunum og öðru markaðsefni Norðursiglingar sé fullyrt með afgerandi



hætti og án nokkurra fyrirvara eða skýringa að þjónusta Norðursiglingar sé “carbon-neutral”, “silent-whale watching” og “silent-operator” auk annarra villandi fullyrðinga og notkunar á myndmerkjum. Auglýsinarnar verði þannig ekki skildar öðruvísi en svo að öll þjónusta sé umhverfisvæn og þeim eiginleikum gædd að engin kolefni losni út í andrúmsloftið vegna starfseminnar. Bátar Norðursiglingar gangi fyrir olú og þegar olía sé notuð við að knýja bátana áfram þá losni kolefni út í andrúmsloftið. Slíkar vélar séu jafnframt ekki hljóðlausar líkt og Norðursigling haldi fram. Þar af leiðandi sé ljóst að Norðursigling geti ekki fært sönnur á fullyrðingar félagsins.

29. Samkvæmt IX. kafla laga nr. 57/2005 geti Neytendastofa lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem stundi óréttmæta viðskiptahætti, sbr. a. lið 1. mgr. 22. gr. laganna. Samkvæmt b. lið 1. mgr. 22. gr. sé Neytendastofu einnig heimilt að leggja stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóti gegn ákvörðunum Neytendastofu. Loks sé Neytendastofu heimilt að ákveða að leggja dagsektir á fyrirtæki sem fylgi ekki fyrirmælum ákvörðunar Neytendastofu.
30. Í máli þessu liggi fyrir að Norðursigling stundi enn óréttmæta viðskiptahætti þrátt fyrir að Neytendastofa hafi áður bannað Norðursiglingu að nota myndmerki og textan „Carbon Neutral“ í markaðssetningarefni sínu sbr. ákvörðun nr. 5/2017. Í ákvörðunarorði stofnunarinnar hafi verið tekið fram að yrði ekki farið að banninu megi búast við því að Neytendastofa taki ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.
31. GG telur að ítrekuð og yfirstandandi brot Norðursiglingar gegn lögum nr. 57/2005 sem og fyrri ákvörðun Neytendastofu leiði til þess að rétt og nauðsynlegt sé að leggja stjórnvaldssekt á Norðursiglingu til að tryggja að þau varnaðaráhrif sem lögnum sé ætlað nái fram að ganga og til að tryggja að farið sé að bindandi fyrirmælum Neytendastofu. Ljóst sé að Norðursigling haldi áfram að beita villandi viðskiptaaðferðum þrátt fyrir fyrirliggjandi bönn. Til stuðningi beitingu stjórnvaldssektar vísi GG t.d. til ákvörðunar Neytendastofu í máli nr. 5/2024.
32. Af yfirstandandi háttsemi Norðursiglingar sé enn fremur ljóst að félagið telji sig ekki skyldugt til að fara eftir fyrri ákvörðun Neytendastofu. Því telji GG jafnframt nauðsynlegt að dagsektum verði beitt gegn Norðursiglingu þar til farið hafi verið að ákvörðun Neytendastofu. Vísast í þeim efnum t.d. til ákvörðunar Neytendastofu í máli nr. 26/2023.
33. Af framanrituðu sé ljóst að auglýsingar Norðursiglingar brjóti gegn skýlausum ákvæðum laga nr. 57/2005. Auglýsingar, markaðsefni og viðskiptaaðferðir Norðursiglingar séu villandi gagnvart neytendum, feli í sér samanburð sem sé villandi og séu ósanngjarnar gagnvart GG. Auglýsingarnar brjóti því gegn ákvæðum 5. gr., sbr. 2. og 4. mgr. 6. gr., 1.



mgr. 8. gr., 1. mgr. 9. gr., 1. mgr. 13. gr., 14. gr. og a., c., e. og g. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

34. Umrædd brot séu til þess fallin að brjóta gegn efnahagslegum hagsmunum neytenda en einnig GG sem keppinaut Norðursiglingar, þar sem þær séu blekkjandi og settar fram í þeim tilgangi að hafa áhrif á viðskiptahegðun neytandans. Þá skuli bent á að Neytendastofa hafi áður lagt bann við notkun myndmerkis og textans „Carbon Neutral“ í markaðssetningarefni fyrirtækisins og tekið fram að verði Norðursigling ekki við banninu megi búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.
35. Með vísan til 1. mgr. 9. gr. stjórnsýslulaga, sbr. einnig 3. mgr. 4. gr. laga nr. 57/2005 og þeirra miklu hagsmuna sem í húfi séu, óski GG þess að máli þessu verði hraðað eins og kostur sé. Mál þetta varði verulega hagsmuni fyrir neytendur sem og GG og aðra keppinauta Norðursiglingar. Þá ítreki GG að í málinu liggi fyrir að Neytendastofa hafi áður lagt bann á Norðursiglingu sbr. ákvörðun nr. 5/2017. Til stuðnings ósk sinnar um að málinu verði hraðað vísi GG til málsmeðferðar í ákvörðunum nr. 20/2009 og 50/2010.
36. Auglýsingar Norðursiglingar blekki hundruð ferðamanna á degi hverjum. Blekkingarnar nái ekki einungis til þeirra ferðamanna sem komi til Húsavíkur, heldur einnig þeirra sem séu á leið til landsins. Ferðamenn séu blekkir alls staðar þar sem auglýsingarnar hafi verið birtar en það muni vera víða.
37. GG fer þess á leit að tekin verði bráðabirgðaákvörðun í málinu þar sem GG telji að auglýsingarnar valdi sér miklu tjóni. Styðjist sú krafa jafnframt við að þegar hafi verið lagt bann við markaðssetningu Norðursiglingar. Með því að taka skjóta bráðabirgðaákvörðun megi komast hjá frekara tjóni GG.
38. Áskilinn sé réttur til að kæra aðra einstaka þætti sérstaklega, bæta við kröfugerð eða breyta henni á síðari stigum eftir því sem tilefni gefist til.
39. Með tölvupósti Neytendastofu, sendum 27. nóvember 2024, var tekið fram að ekki verði skýrlega ráðið af bréfi GG hvort um ábendingu eða erindi sé að ræða, sbr. 1.-3. gr. reglugerðar nr. 1066/2021, um málsmeðferð Neytendastofu, og sé því óskað eftir upplýsingum um framangreint.
40. Svar barst með tölvupósti, mótt. 27. nóvember 2024. Þar var tekið fram að bréf GG sé sett fram sem kæra. Í því samhengi og ákvæðum reglugerðar nr. 1066/2021 sé um erindi að ræða og telji félagið sig uppfylla öll skilyrði 2. gr. reglugerðar nr. 1066/2021 enda séu fyrirtækin í beinni samkeppni þar sem þjónusta þeirra sé gerð út frá sömu höfn. Val



neytenda sem hyggist kaupa þjónustu fyrirtækjanna sé þar af leiðandi nánast einungis á milli þessara tveggja fyrirtækja. Viðskiptahættir Norðursiglingar hafi því bein og veruleg áhrif á hagsmuni GG.

II. Málsmeðferð

41. Með bréfi Neytendastofu, dags. 19. desember 2024, til GG kom fram að Neytendastofu hafi borist erindi félagsins, dags. 6. nóvember 2024, nefnt „kæra“, þar sem kvartað sé yfir auglýsingum og markaðssetningu Norðursiglingar er viðkoma fullyrðingum um „Carbon neutral“, „Eco-Friendly“ og „Silent whale watching“ og öðru því sem vísi til þess að starfsemi Norðursiglingar sé umhverfisvænni.
42. Í kvörtun GG komi fram að félagið telji auglýsingar Norðursiglingar brjóta gegn ákvæðum 5. gr., sbr. 2. og 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 1. mgr. 9. gr., 1. mgr. 13. gr., 14. gr. og a., c., e. og g. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Krefjist félagið þess að Neytendastofa banni alfarið notkun umræddra fullyrðinga, ákvarði að um brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 hafi verið að ræða, ákvarði Norðursiglingu stjórnvaldssekt og að Neytendastofa taki bráðabirgðaákvörðun í málinu til að koma í veg fyrir frekara tjón GG af birtingu auglýsinganna.
43. Neytendastofa telji tilefni til nánari athugunar á efni og innihaldi auglýsinga og annars markaðsefnis Norðursiglingar og hafi því afráðið að hefja efnislega málsmeðferð með hliðsjón af erindi GG.
44. Í bréfinu kom fram að þann 27. nóvember 2024 hafi Neytendastofa beint því til GG að skýra nánar hvort að um ábendingu eða erindi væri að ræða, sbr. 1.-3. gr. reglugerðar um málsmeðferð Neytendastofu nr. 1066/2021. Sama dag hafi svar borist þar sem tekið var fram að um kæru væri að ræða en í samhengi við ákvæði reglugerðar 1066/2021 líti félagið svo á að um erindi sé að ræða og telji félagið sig uppfylla skilyrði 2. gr. reglugerðarinnar um aðild að málinu.
45. Aðildarhugtakið í stjórnslumálum beri að skýra rúmt, nema skýr lagaákvæði kveði á um annað, þannig að ekki sé einungis átt við þá sem eiga beina aðild að máli heldur einnig þá sem hafi óbeinna hagsmuna að gæta. Líta beri til hvers tilviks fyrir sig en almennt séð sé sá talinn geta átt aðild að máli, sem eigi einstaklegra, beinna og lögvarinna hagsmuna að gæta. Með hliðsjón af framangreindu og ákvæði 2. gr. reglugerðar nr. 1066/2021 sé það álit Neytendastofu að GG uppfylli framangreind atriði og sé því fallist á aðild félagsins að málinu.



46. Er viðkomi kröfu félagsins um að Neytendastofa taki bráðabirgðaákvörðun í málinu, sbr. 3. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, þá sé rétt að geta þess að um undanþáguákvæði sé að ræða sem beri að skýra þröngt og skuli einungis beita ákvæðinu þegar hætta sé á að umrædd háttsemi skaði verulega heildarhagsmunir neytenda. Skilyrði fyrir beitingu heimildarinnar séu því þröng enda þurfi að liggja fyrir að hætta sé á að heildarhagsmunir neytenda bíði alvarlegan skaða af umræddum viðskiptaháttum. Að framangreindu virtu og með hliðsjón af eðli málsins sé það álit Neytendastofu að ekki séu uppi þau tilvik sem kalli á beitingu undanþáguákvæðis 3. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005.
47. Vakin sé athygli á því að skv. 2. mgr. 4. gr. laga nr. 62/2005, um Neytendastofu, séu ákvarðanir Neytendastofu kærarlegar til áfrýjunarnefndar neytendamála. Í 2. mgr. 26. gr. stjórnsýslulaga nr. 37/1993 sé hins vegar um það fjallað að ákvarðanir sem ekki binda enda á mál verði ekki kærarlegar til æðra stjórnvalds fyrr en málið hafi verið til lykta leitt. Bráðabirgðaákvörðun sé í eðli sínu tímabundið úrræði og bindi þar með almennt séð ekki enda á stjórnsýslumál heldur sé um að ræða hluta af málsmeðferð Neytendastofu. Aftur á móti sé það álit Neytendastofu að skoða verði inntak og efni bráðabirgðaákvörðunar hverju sinni en ekki einvörðungu líta til forms hennar þegar metið sé hvort að um kærarlega ákvörðun sé að ræða. Það er álit Neytendastofu að líta verði m.a. til þess hvort að úrlausn æðra sett stjórnvalds um gildi ákvörðunar sé nauðsynleg fyrir áframhaldandi meðferð viðkomandi máls. Í máli því er hér liggja fyrir hafi GG nú þegar verið upplýst um að erindi félagsins muni fá efnislega málsmeðferð hjá stofnuninni og sé bráðabirgðaákvörðun því ekki nauðsynleg fyrir áframhaldandi meðferð málsins.
48. Ákvörðun Neytendastofu um að hafna kröfu Norðursiglingar um töku bráðabirgðaákvörðunar verði því kærarleg til áfrýjunarnefndar neytendamála þegar endanleg ákvörðun liggja fyrir í málinu.
49. Erindi GG var sent Norðursiglingu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 19. desember 2024. Í bréfi Neytendastofu var tekið fram að í erindinu sé rakið að GG telji Norðursiglingu brjóta gegn ákvæðum 5. gr., sbr. 2. og 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 1. mgr. 9. gr., 1. mgr. 13. gr., 14. gr. og a., c., e. og g. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Krefjist GG þess að Neytendastofa banni alfarið notkun umræddra fullyrðinga að viðlögðum dagsektum, ákvarði að um brot gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 hafi verið að ræða, ákvarði Norðursiglingu stjórnvaldssekt og að Neytendastofa taki bráðabirgðaákvörðun í málinu til að koma í veg fyrir frekara tjón GG af birtingu auglýsinganna. Framangreindum ákvæðum til viðbótar sé það álit Neytendastofu að ákvæði 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005 kunni einnig að eiga við um málið.



50. Svar Norðursiglingar barst með bréfi, dags. 24. janúar 2025. Í bréfinu kom fram að Norðursigling krefjist þess að öllum kröfum GG verði hafnað.
51. Í bréfinu er til þess vísað að með ákvörðun Neytendastofu í máli nr. 5/2017 hafi Norðursiglingu verið bannað að nota textann „Carbon Neutral“ ásamt myndmerki í markaðsefni fyrirtækisins þannig að villandi væri fyrir neytendur og ósanngjarnt gagnvart keppinautum. Hafi niðurstaða Neytendastofu m.a. byggt á því að þó Norðursigling hafi lagt áherslu á að minnka útblástur og færa starfsemi fyrirtækisins í umhverfisvænni farvegi og hefði fengið ýmis verðlaun, tilnefningar og viðurkenningar vegna þessarar áherslu, fæli notkunin á fullyrðingunni „Carbon Neutral“ ekki í sér skírskotun til þess að félagið hefði fengið vottun eða uppfylli tiltekinn staðal eða lagaskilyrði um losun gróðurhúsalofttegunda. Fullyrðing líkt og að fyrirtæki sé Carbon Neutral yrði að vera sett fram á skýran, nákvæman og ótvíræðan hátt auk þess að vera studdar nægilegum gögnum. Þegar slíkar fullyrðingar væru notaðar og þær styðjist við tiltekin viðmið þá yrði einnig að gæta þess að fullyrðingarnar væru aðeins notaðar í tengslum við þá vöru eða þjónustu sem uppfylli skilyrðin. Neytendastofa hafi því talið að notkun Norðursiglingar á setningunni og myndmerki með laufblaði hafi getað gefið hinum almenna neytanda ranglega til kynna að öll starfsemi félagsins væri Carbon Neutral og að þjónusta fyrirtækisins hefði minni skaðleg áhrif á umhverfið heldur en þjónusta keppinauta.
52. Í kjölfar ákvörðunar Neytendastofu og sektar sem lögð hafi verið á félagið hafi það tekið textann „Carbon Neutral“ út úr öllu markaðsefni þar sem fjallað hafi verið um fyrirtækið í heild eða heildarvöruframboð þess. Líkt og sjá megi á meðfylgjandi bæklingi félagsins og á vefsíðu þess sé textann Carbon Neutral aðeins að finna undir ferðum sem beri nafnið Silent Whale Watching (Carbon-Neutral). Norðursigling sé eina hvalaskoðunarfyrirtækið á Íslandi sem bjóði upp á ferðir á bátum sem knúnir séu fram af rafmagni og séu þannig án vélahljóðs. Árið 2024 hafi aðeins annar rafmagnsbátur félagsins (Andvari) af tveimur verið nýttur í 3ja klukkustunda langar hvalaskoðunarferðir á meðan hybrid báturinn Opal hafi verið nýttur til annarra þarfa, einkum Grænlandssiglinga og annarra sérferða og lengri ferða. Þær ferðir séu ekki auglýstar sem hljóðlausar eða Carbon Neutral, enda séu þær það ekki.
53. Líkt og greini í fyrri ákvörðun Neytendastofu leggi Norðursigling mikið upp úr því að bjóða upp á eins umhverfisvænar ferðir og unnt sé. Í dag eigi félagið, eins og áður greini, tvo báta sem gangi fyrir rafmagni og stefnan sé að þeir verði fleiri og þeir væru það líklega orðnir ef ekki hefði orðið fyrir samdrátt í rekstri vegna Covid19. Norðursigling hafi hlotið vottanir vegna umhverfisstefnu og sé t.d. með alþjóðavottun sem ábyrgur aðili í hvalaskoðun (WCA). Þá hafi félagið gert samning við Yggdrasil Carbon (YGG) um vottun á kolefnisjöfnun félagsins auk þess sem það haldi í heiðri því markmiði að vernda sjávarlíf



og endurvinnna svo sem útskýrt sé í bæklingi félagsins. Félagið hafi þannig lengi reynt að bæta rekstur sinn með tilliti til umhverfissjónarmiða og stefni á að gera enn betur þó góður árangur hafi þegar náðst og félagið unnið til verðlauna á þessum grunni.

54. Hljóti félaginu að vera heimilt að auglýsa hvað það standi fyrir, hvaða samninga það hafi gert, hvaða vottanir það sé með og að það bjóði upp á umhverfisvænni kost sem sé rafmagnsbátur. Af bæklingi félagsins og vefsíðu megi ljóst vera að ekki sé vafa undirorpið hvaða ferð sé farin á rafmagnsbáti og hún ein auglýst sem Carbon Neutral, sem sé rétt lýsing á ferðinni.
55. Lýsing á starfsemi Norðursiglingar í kærú sé fráleit og mótmælt sem rangri og ósannaðri að því leyti sem hún samrýmist ekki málalíbúnaði félagsins. Ekki sé rétt sem fullyrt sé að Andvari hafi verið notaður frá byrjun júní 2024 en þar sem rafmagnsbúnaður í bátum sé orðinn 10 ára komu upp bilanir síðastliðið sumar sem hafi því miður haft áhrif á notkun hans. Hann hafi þó siglt 22 ferðir í ágúst, svo sem sjá megi skráð hjá Siglingastofnun, en því miður hafi lítið verið unnt að nota bátinn í júní og júlí. Þá fái Norðursigling ekki skilið hvernig það gæti gagnast félaginu að reka rafmagnsbát með tilheyrandi kostnaði ef það væri í einhvers konar yfirsýni til þess eins að geta auglýst þessa ferð en fella hana ávallt niður, eins og GG haldi fram. Þegar sú aðstaða hafi komið upp að ekki hafi verið unnt að fara á Andvara í skoðunarferð vegna tæknilegra vandamála, sem eðli máls samkvæmt komi ávallt upp við rekstur á svona búnaði, þá hafi viðskiptavinum undantekningarlaust verið boðin full endurgreiðsla eða að færa sig yfir í aðrar ferðir sem Norðursigling bjóði upp á en viðskiptavinur sé ávallt upplýstur um að hinar ferðirnar séu ekki á rafmagnsbát heldur hefðbundnum eikarbat með dísilvél eða seglbát með dísilvél. Þegar viðskiptamönnum sé boðin endurgreiðsla eða að fara í aðra ferð geti þeir að sjálfsögðu valið að fara með samkeppnisaðilum Norðursiglingar.
56. GG taki auglýsingar Norðursiglingar úr samhengi og bendi Norðursigling Neytendastofu á að skoða bæklinginn og vefsíðuna í heild sinni. Ekkert af því sem þar komi fram sé rangt. Hvalaskoðunarferðin með rafmagnsbátum sé umhverfisvænasti kosturinn sem Norðursigling bjóði upp á og sé þess utan umhverfisvænni en olúbátar samkeppnisaðila. Þá sé hún bæði Silent og Carbon Neutral. Norðursigling sé með skýr markmið um sjálfbærni og að vernda og virða umhverfið/náttúruna, kolefnisjafnar, bjóði upp á rafmagnsbát, flokkar, sé með alþjóðavottun sem ábyrgur aðili í hvalaskoðun og fleira til að gera rekstur eins umhverfisvænan og sjálfbæran og mögulegt sé.
57. Þess beri að geta að GG fullyrði í markaðsefni sínu að bátar félagsins séu með „modern eco-friendly engines“ og á mörgum stöðum sé það látið gilda fyrir alla bátana sem sé auðvitað mjög villandi. Þá merki GG brottfarir í tímatöflu með laufblaði eins og um



einhvern sérstaklega umhverfisvænan kost sé að ræða. Því fylgi fullyrðingar um að ný vél sé eco-friendly, eyði 75% minna eldsneyti og sé 50% meira silent og tryggi grænni upplifun. Hvergi er samt minnst á við hvað sé verið að miða, þ.e. 75% minna eldsneyti en hvað? 50% meira silent en hvað? Hvað þá að rökstyðja hvernig þetta gæti verið grænni upplifun. Þá skreyti GG flestar síður bæklinga síns, meðal annars á forsíðu, með laufblaði og fullyrðingunni Simply Natural. Einnig víða á heimasíðu. Hvaða rök séu fyrir því að þetta sé á einhvern hátt grænni kostur eða grænni/náttúrulegri starfsemi en önnur?

58. Annar samkeppnisaðili Norðursiglingar hafi í fjölda ára auglýst allar ferðir sínar sem „Carbon Neutral Tours“ þó félagið bjóði aðeins upp á ferðir með bátum sem gangi fyrir olíu.
59. Norðursigling hafi tekið þá ákvörðun 2015 að færa reksturinn yfir í umhverfisvænna horf og hafi sett rafmagnsbúnað í skútuna Opal. Þetta hafi verið fyrsti rafmagnsbáturinn sem notaður hafi verið í hvalaskoðun og mikill viðbúnaður er hann var tekinn í gagnið. Verkefnið hafi hlotið gríðarlega athygli bæði hérlandis sem erlendis en í erlendum fjölmiðlum hafi kastljósinu verið beint að tímamótaverkefni í umhverfisvænni ferðaþjónustu á heimsvísu. Árið 2016 hafi rafmagnsbáturinn Andvari bæst við flotann. Þá hafi félagið lagt mikið upp úr kolefnisjöfnun og að sýna náttúrunni virðingu. Sé yfirskriftin Eco friendly á forsíðu á einum bæklingi Norðursiglingar þannig ekki röng enda leggi félagið upp úr því að skaða umhverfið og náttúruna sem minnst og fyrirtækið bjóði upp á umhverfisvænasta kostinn á Íslandi til hvalaskoðunar. Árið 2015 hafi félagið fengið silfurverðlaun World Travel Market í flokknum „Best innovation for carbon reduction“ og umhverfisverðlaun Ferðamálastofu. Sé Norðursiglingu nauðsynlegt og rétt að fá að auglýsa rekstur sinn og benda á það sem félagið geri til þess að vera meira umhverfisvænt.
60. Norðursigling mótmæli því að hafa brotið gegn 2. og 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 þar sem segi að auglýsingar skuli ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra að sökum þess að skírskotað sé til óviðkomandi mála og að fyrirtæki þurfi að geta fært sönnur á fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum. Hafi Norðursigling fært sönnun fyrir því að félagið leitist við að vera umhverfisvænt og bjóði ferð sem sé Carbon neutral og silent.
61. Norðursigling mótmæli því að hafa brotið gegn 8. gr. laganna um að viðskiptahættir séu óréttmætir ef þeir brjóti í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raski verulega fjárhagslegri hegðun neytenda enda séu viðskiptahættir félagsins alls ekki óréttmætir.



62. Þá sé því mótmælt að félagið hafi brotið gegn 1. mgr. 9. gr. laganna um að viðskiptahættir séu villandi þar sem þeir séu líklegir til að blekkja neytendur eða neytendum séu veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti enda hafi félagið engar rangar upplýsingar gefið. Sama eigi við um meint brot gegn 2. mgr. um að ekki sé greint frá upplýsingum sem telja megja að almennt skipti máli fyrir neytendur og þær fallnar til að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Á forsíðu bæklinga Norðursiglingar sé yfirskriftin Hvalaskoðun en Norðursigling bjóði upp á annars konar ferðir. Með rökum GG væri forsíða bæklinga villandi þar sem af henni mætti ætla að aðeins sé boðið upp á hvalskoðunarferðir. Staðreyndin sé sú að það komist ekki allar upplýsingar á forsíðu bæklinga og til að kynna sér ferðir félagsins og starfsemi þurfi að opna bæklinginn þar sem allar upplýsingar komi skýrt fram og séu í öllum atriðum réttar.
63. Þá sé því mótmælt að Norðursigling hafi brotið gegn 14. gr. laganna um að óheimilt sé að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum. Allar upplýsingar í bæklingi og heimasíðu séu réttar. Sama eigi við um 15. gr. laganna enda sé ekki verið að kasta rýrð á þjónustu GG og orðstýr þess ekki hagnýttur. Öðrum meintum lagabrotum sé einnig hafnað þó ákvæðin séu ekki sérstaklega tilgreind hér.
64. Norðursigling telji sýnt að félagið hafi ekki gefið villandi upplýsingar í auglýsingum sínum og markaðsefni. Einu ferðir sem auglýstar séu Carbon Neutral og Silent séu ferðir sem séu einmitt það. Þannig geti það, að þær séu auglýstar fyrir það sem þær séu, aldrei talist villandi. Eftir ákvörðun Neytendastofu nr. 5/2017 hafi Norðursigling passað vel upp á að textinn Carbon Neutral sé aðeins í umfjöllun um viðkomandi ferð en ekki til dæmis í logo- i félagsins.
65. Varðandi að ferðamenn sem standi fyrir framan sölubása aðila og velji frekar Norðursiglingu af því félagið bjóði einnig upp á umhverfisvænni kost (silent whale watching á Andvara) þá sé það ekki vegna þess að upplýsingar séu villandi heldur mögulega vegna þess að þeir vilji styðja við rekstur sem bjóði slíkar ferðir. Einu ferðir sem auglýstar séu með þeim hætti séu þær ferðir sem einmitt uppfylli það skilyrði að vera Carbon Neutral og Silent.
66. Þá sé logo eða merki félagsins ekki laufblað heldur eins konar S sem virðist myndað af öldum og áttavita. Fáni sem sé við bryggjuna sem lagt sé frá og söluskála sé með mynd af hvalasporði. Í engu sé minnst á silent, carbon eða eco.
67. Standi þá eftir hvort textinn Eco friendly framan á bæklingi félagsins sé villandi og telji Norðursigling svo ekki vera. Fyrirtækið sé margverðlaunað fyrir frumkvöðlastarf í umhverfisvænni ferðaþjónustu og hafi vakið heimsathygli fyrir nýsköpun og varðveislu á



norraenum menningararfi. Norðursigling sé eina fyrirtæki landsins sem bjóði upp á hvalaskoðun á rafmagnsbát sem gangi eingöngu fyrir grænu rafmagni og líði hljóðlaust um meðal hvalanna. Markmið félagsins sé að efla sjálfbæra ferðaþjónustu og fyrirtækið hafi lagt mentað sinn í að endurnýja og viðhalda gömlum eikarskipum. Þá sé vísað til þess sem framan segi um alþjóðlegar vottanir og kolefnisjöfnun. Með vísan til alls þessa megi telja sannað að Norðursigling sé Eco friendly og leggi mikið upp úr því. Sé einhver í vafa um hvað átt sé við með því sé unnt að skoða blaðsíður bæklingins þar um eða link á vefsíðu.

68. Fáir Norðursigling ekki séð að það að vísað sé til þess á heimasíðu að félagið sé umhverfisvænt eða yfirskriftin í einum bæklingi þess sé „Eco-friendly Húsavík Whale watching with North sailing“ sé til þess fallið að valda því að neytandi taki viðskiptaákvörðun sem hann hefði ella ekki gert. Þá sé ekkert óljóst hér um og útskýrt bæði í bæklingi og á vefsvæði hvaða ráðstafanir Norðursigling geri til að gæta að umhverfissjónarmiðum en vitanlega komist útskýringar ekki með í fyrirsagnir. Þá leggi Norðursigling mikið upp úr því að starfsemin sé eins umhverfisvæn og sjálfbær og kostur sé og ekki villandi að það komi fram. Þess megi geta að ekki hafi verið gerðar athugasemdir við textann Eco friendly í fyrri ákvörðun Neytendastofu.
69. Þá kveðst Norðursigling hvergi vera umhverfisvænni en aðrir og GG státi sig sjálf af því að vera Simply natural. Meðfylgjandi séu myndir af tveimur bæklingum Norðursiglingar, skáskot af heimasíðu GG og yfirlit yfir ferðir Andvara ágúst/september 2024. Sé frekari skýringa þörf veiti félagið þær fúslega.
70. Bréf Norðursiglingar var sent GG til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 24. janúar 2025. Svar GG barst með bréfi, dags. 7. mars 2025. Í bréfi GG kemur fram að af greinargerð Norðursiglingar megi ráða að fyrirtækið reyni að eigin sögn að bjóða upp á eins umhverfisvænar ferðir og unnt sé. Þá megi ráða að óumdeilt sé að fyrirtækið eigi aðeins einn bát sem gangi að mestu fyrir rafmagni (Andvari) og einn bát sem gangi að einhverju leyti fyrir rafmagni en aðallega jarðefnaeldsneyti (Ópal). Þá segist félagið lengi hafa reynt að bæta rekstur sinn með tilliti til umhverfissjónarmiða og stefni að gera enn betur. Þá byggji Norðursigling á því að fyrirtækinu hljóti að vera heimilt að auglýsa hvað það standi fyrir, markmiðum sínum og öðru tengdu umhverfissjónarmiðum.
71. GG bendi á að áætlanir og markmið fyrirtækisins til framtíðar réttlæti ekki og heimili ekki að fyrirtækið auglýsi sig í dag eins og að markmiðunum sé náð. Sérstaklega þegar ljóst sé að fyrirtækið eigi enn langt í land með að ná markmiðunum.



72. Siglingar Norðursiglingar séu langt frá því að vera „Carbon Neutral“, „Eco-Friendly“ eða „Silent Whale Watching“ en varlega megi áætla að vel yfir 99% af hvalskoðunarferðum fyrirtækisins fari fram á bátum sem nýti jarðefnaeldsneyti. Fyrirtækið noti þó umræddar fullyrðingar, auk myndmerkis með laufblaði og grænan lit, með áberandi hætti í öllu sínu markaðsefni til þess að blekkja viðskiptavinum.
73. Í greinargerð Norðursiglingar sé haldið fram að það sé engum vafa undirorpið þegar markaðsefni fyrirtækisins sé skoðað hvaða hluti af starfsemi fyrirtækisins geti staðist þær fullyrðingar sem komi fram í kynningarefninu. Þessu hafi GG. Óumdeilt sé að fyrirtækið eigi aðeins tvo báta sem gangi að einhverju leyti fyrir rafmagni. Ljóst sé að allir hinir 10 bátar fyrirtækisins séu keyrðir áfram með jarðefnaeldsneyti. Þegar markaðsefni fyrirtækisins sé virt blasi aftur á móti alls staðar við fullyrðingar um að fyrirtækið sé „Eco-Friendly“, „Silent“ og/eða „Carbon Neutral“. Þá séu myndmerki með grænu laufblaði og græni liturinn í forgrunni í markaðsefninu.
74. Í þessu sambandi hafi GG bent á að fyrirtækið stundi villandi markaðssetningu í skilningi a.-c. liðar 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Þannig hafi GG bent á að bátarnir tveir, sem gangi að einhverju leyti fyrir rafmagni, séu nánast aldrei notaðir í starfsemi fyrirtækisins og þjónustan því almennt ekki fyrir hendi hjá fyrirtækinu. Í því sambandi hafi verið bent á að ráða megi af sýnishorni úr fjölmörgum umsögnum viðskiptavina að seldar séu ferðir í rafmagnsbátana þó þeir séu ónothæfir en rétt fyrir brottför tilkynni fyrirtækið um að hvalaskoðunin muni ekki fara fram á rafmagnsbáti heldur báti sem gangi fyrir jarðefnaeldsneyti.
75. Norðursigling hafi mótmælt fullyrðingum GG um að rafmagnsbátarnir séu lítið notaðir og lagt fram upplýsingar um ferðir Andvara í ágúst 2024. Ljóst verði að telja að upplýsingar fyrirtækisins um ferðir í einum mánuði gefi ekki rétta mynd af raunverulegri notkun. Í því sambandi hafi GG leitast við að afla upplýsinga um fjölda útskrifta bátanna Andvara og Ópal hjá Vaktstöð siglinga fyrir síðastliðin fjögur ár. Upplýsingabeiðni GG hafi verið synjað af Vaktstöð siglinga með vísan til 1. mgr. 16. gr. d. laga nr. 80/2013, um Vaktstöð siglinga, sbr. einnig 24. gr. laganna.
76. GG bendi á að ráða megi af synjun Vaktstöðvarinnar að Norðursiglingu og Neytendastofu sé heimilt að fá umræddar upplýsingar afhentar. Í því samhengi skori GG á Norðursiglingu að leggja fram upplýsingar um allar ferðir bátanna sl. 4 ár. Verði Norðursigling ekki við þeirri áskorun er bent á rannsóknarskyldu Neytendastofu sbr. 10. gr. stjórnsýslulaga nr. 37/1993, sbr. einnig 3. mgr. 4. gr. laga nr. 57/2005.



77. Að mati GG sé þó í öllu falli augljóst hversu blekkjandi það sé að slá þessari einu vöru, sem lítið framboð sé á hjá fyrirtækinu, upp í forgrunni alls kynningarefnis líkt og Norðursigling geri. Bent sé á að auk títtnefndra fullyrðinga í öllu markaðsefni félagsins skilgreini félagið sig sem „Eco tour agency“. Þá birtist fullyrðingin „Eco-Friendly Whale Watching“ í kynningarmyndbandi fyrirtækisins sem fortakslaus fullyrðing um þjónustu fyrirtækisins í heild og án nokkurra takmarkana. Bent sé á að þetta séu einungis örfá dæmi um villandi markaðssetningu fyrirtækisins.
78. GG telji að markaðssetningu fyrirtækisins mætti líkja við vörubílastöð, sem ætti 10 gamla dísilbíla en einnig 1-2 bíla, sem gengju að hluta til fyrir rafmagni, sem færu aðeins örfáar ferðir af heildarferðum vörubílastöðvarinnar – þá væri augljóslega óheimilt af þessari vörubílastöð að hafa fullyrðingarnar „Eco-Friendly“, „Silent“ og Carbon-neutral“ í öllu sínu markaðsefni. Slíkt væri augljóslega blekkinn sem ætlað væri með sama hætti að höfða til neytandans og leiða hann í villu um eðli starfseminnar og þá þjónustu sem stæði til boða. Eigi þetta dæmi ekki síður við ef vörubílastöðin stundaði það svo að selja ferðir með rafbílnum en á brottfarardegi væri viðskiptavininum tilkynnt um að rafbíllinn væri ónotfær og neytandanum boðin endurgreiðsla eða flutningur með dísilbíl í staðinn. Með slíku væri vörubílastöðin augljóslega að veita neytendum rangar eða villandi upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti við sig.
79. Auk framangreinds árétti GG að fyrirtæki þurfi að gæta fært sönnur á fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti, sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Að mati GG verði enn að teljast ósannað að nokkrar einustu ferðir fyrirtækisins séu í raun án mengandi útblásturs. Norðursigling hafi í því sambandi þegar viðurkennt að rafmangsvél sé einungis í 2 af 12 skipum fyrirtækisins og þá liggi fyrir að þau 2 skip séu með verulega takmarkaða ferðatíðni. Fyrirtækið hafi auk þess ekki sýnt fram á nein gögn sem sanni fullyrðingarnar um að skipin séu án alls megandi útblásturs. Þá sé auk þess ósannað hvernig rafmagnsvélar skipanna séu hlaðnar og hvort það sé gert með umhverfisvænum hætti. GG viti t.d. ekki betur en að fyrirtækið hlaði rafmagnsvélarnar fyrir skipin með dísilmotor að hluta eða öllu leyti.
80. Þessu til frekari stuðnings bendi GG á að fyrir liggi að Andvari sé með ljósavél um borð sem brenni dísilolíu og sé hún öllu jafna notuð í hverri ferð til þess að framleiða rafmagn. Olútökur Andvara frá Húsavíkurhöfn sem blasi öllum við, gefi það augljóslega til kynna. Ekki væri úr vegi fyrir Norðursiglingu að leggja fram til Neytendastofu kvittanir fyrir úttektum olíu á umræddan meintan „Carbon-Neutral“ bát sinn.
81. Kjarni málsins sé að fullyrðingarnar, myndmerki með laufblaði og græni liturinn í öllu markaðsefni Norðursiglingar gefi neytandanum þá hugmynd að starfsemi fyrirtækisins sé



öll umhverfisvæn, hljóðlaus og án útblásturs. Ljóst sé að það sé fjarri sanni. Slíkar áberandi og rangar fullyrðingar verði ekki réttlættar með því einu að vísa til þess að komast megi að raun um hið rétta með því að lesa ítarlega bæklinga og heimasíðu fyrirtækisins.

82. Framsetning Norðursiglingar á umræddum fullyrðingum, myndmerki og litum í kynningarefni verði ekki skilinn öðruvísi en að starfsemi fyrirtækisins sé öll eða í öllum meginráttum umhverfisvæn, hljóðlaus og að enginn útblástur sé í heild sinni með þeim hætti en ekki aðeins brotabrot af þjónustuframboði fyrirtækisins. Þannig fái neytandinn ranglega hugmynd um þjónustu fyrirtækisins í heild.
83. Ef ætlunin væri að gefa neytandanum raunverulega réttar upplýsingar á heiðarlegan hátt þyrfti að taka fram með jafnáberandi hætti allar takmarkanir á fullyrðingunum. Fullyrðingarnar „Eco-Friendly“, „Silent Whale Watching“, „Eco Tour Agency“ og „Carbon-Neutral“, auk notkunar á myndmerki með laufblaði og græna litnum, sé verulega áberandi og afdráttarlaus í markaðsefninu og langt því frá lýsandi fyrir raunverulega þjónustu fyrirtækisins.
84. Ljóst verði því að telja að almennur neytandi geri ráð fyrir því að fullyrðingarnar eigi við um starfsemi fyrirtækisins í heild enda fyrirvarar og takmarkanir á þessum fullyrðingum óáberandi, í smáu letri og í flestum tilvikum þurfi að bera sig sérstaklega eftir þeim.
85. Þær lagareglur sem vísað hafi verið til í kæru og athugasemdum þessum, eigi einmitt að vernda neytandann fyrir því að fá blekkjandi upplýsingar sem þessar. Reglurnar eigi að stuðla að því að neytandinn geti treyst fullyrðingum sem settar séu fram með áberandi hætti og að ekki séu stundaðir villandi markaðshættir. Neytandinn eigi ekki að þurfa að lesa sér frekar til til að komast að því að í besta falli uppfylli aðeins verulega lítið brot af starfseminni fullyrðingar fyrirtækisins.
86. Umhverfisvæn þjónusta og vara sé mjög mikilvæg í huga fjölmargra neytenda og það viti Norðursigling. Að þjónusta sem veitt er sé umhverfisvæn, án hljóðs og án mengandi útblásturs séu lykilatriði hjá flestum neytendum og hafi gríðarlega mikil áhrif við ákvörðun um viðskipti þeirra.
87. Þegar markaðsefni fyrirtækisins sé virt heildstætt verði að telja ljóst að fullyrðingarnar, myndmerki með laufblaði og græni liturinn veiti almennum neytanda ranglega þá trú að með því að kjósa að eiga viðskipti við fyrirtækið sé það að velja umhverfisvænni, hljóðlátari og kolefnisminni kost en hjá keppinautum en það sé hins vegar sjaldnast raunin.



88. Í ákvörðun Neytendastofu nr. 5/2017 hafi verið tekið fram að notkun hugtaksins „Carbon-Neutral“ tengd notkun á myndmerki sem sýni lauf og grænan lit í markaðsefninu hafi verið víðtæk og áberandi og að notkunin hafi ekki takmarkast aðeins við þá þjónustu sem geti talist „Carbon-Neutral“. Hafi Neytendastofa talið að markaðssetning fyrirtækisins gæti leitt hinn almenna neytanda til að telja starfsemi félagsins umhverfisvænni en hún væri í raun og veru. Framsetningin hafi því hvorki verið áreiðanleg né skýr heldur villandi fyrir neytendur.
89. Að áliti GG eigi öll sömu sjónarmið við nú enda hafi fyrirtækið, þrátt fyrir framangreint bann Neytendastofu, gert jafnvel enn meira úr því að nýta myndmerki og fullyrðingar um umhverfisvæna, kolefnishlutlausa og hljóðlausa eiginleika þjónustu sinnar í markaðsefni sínu. Þá skilgreini félagið sig nú jafnramt sem Eco tour Agency.
90. Rétt sé að taka fram að þetta sé a.m.k. í þriðja sinn sem kvartað sé yfir því að fyrirtækið hafi gerst sekt um að blekkja neytendur en auglýsingar fyrirtækisins hafi áður verið til umfjöllunar hjá Neytendastofu, sbr. ákvarðanir í málum nr. 48/2012 og 5/2017. Í báðum ákvörðununum taldi Neytendastofa rétt að banna fyrirtækinu að nota fullyrðingar í markaðsefni sínu. Sýni þetta hinn skýra brotavilja fyrirtækisins í að blekkja neytendur og að hafa ákvarðanir Neytendastofu að litlu sem engu.
91. Loks skipti ekki máli þótt Norðursigling geri tilraun til þess að hnýta í kynningarefni GG með sambærilegum hætti og það hafi áður reynt við málsmeðferð hjá Neytendastofu vegna fyrri brota þeirra. GG hræðist það ekki að slíkt mál verði borið undir Neytendastofu en telji raunar engar líkur á því. Hér sé einungis verið að reyna drepa málum á dreif.
92. Viðbótarathugasemdir GG voru sendar Norðursiglingu með bréfi, dags. 11. mars 2025. Svar Norðursiglingar barst með bréfi, dags. 8. apríl 2025. Þar kemur fram að viðbótarathugasemdir GG séu einkum ósannaðar fullyrðingar og með þeim reynt að draga upp ranga mynd af aðstæðum öllum.
93. Líkt og ítrekað hafi komið fram hafi Norðursiglingu með ákvörðun Neytendastofu nr. 5/2017 verið bannað að nota textann „Carbon Neutral“ ásamt myndmerki í markaðsefni fyrirtækisins. Í framhaldinu lagfærði Norðursigling allt kynningarefni til að uppfylla ákvörðunina. Síðan þá hafi Norðursigling ekki markaðssett fyrirtækið í heild eða starfsemi þess í heild sem Carbon Neutral heldur hafi það hugtak aðeins verið notað í skýru samhengi við viðkomandi vöru (Silent Whale Watching) og um viðkomandi báta (Andvara og Opal), þvert á það sem fullyrt sé í viðbótarathugasemdum GG. Til að gæta fullrar varkárni óskaði Norðursigling eftir áliti Neytendastofu á því hvort lagfært kynningarefni uppfyllti þær kröfur sem gerðar væru í þessu tilliti. Með tölvuósti, dags. 23. febrúar 2018,



samþykkti Neytendastofa kynningarefni í bæklingi og með tölvupósti 12. apríl 2017 hafi framsetning og notkun á hugtakinu Eco-friendly verið samþykkt.

94. Varðandi fullyrðingar í viðbótarathugasemdum um að Andvari og Opal séu aðeins til málamynda á siglingaáætlun fyrirtækisins og bátunum sé aldrei siglt sé vísað til meðfylgjandi skjals þar sem fram komi fjöldi ferða sem áætlaðar hafi verið 2022-2024 og hve margar ferðirnar urðu í raun. Ástæða þess að ferðir voru færri en áætlað var sé einkum bræla og bilanir.
95. Árið 2024 hafi verið einkar slæmt hvað nýtingu á Andvara varði, þó það hafi ekki verið fyrirsjáanlegt, en gerðar hafi verið breytingar á tímatöflu vegna þessa. Með bréfinu fylgi tímatafla sem hafi verið birt á vefsíðu Norðursiglingar þann 24. júní 2024 og uppfærslu á henni þar sem ljóst hafi verið að ekki væri unnt að nota Andvara sem skyldi vegna þess að vélin bilaði svo sem fram kom í fyrra bréfi. Þá hafi síðasta sumar verið slæmt og óvenjumikið um brælundaga þannig að Andvari var að meðaltali ónothæfur í átta daga á mánuði frá júní til september aðeins vegna brælu.
96. Eins og fram komi í fyrra bréfi hafi Opal ekki verið notaður í dagtúra 2024 en hann hafi verið notaður árið 2023 og sigli þá fleiri ferðir en samkvæmt áætlun. Árið 2023 sigldi Opal 97% af áætluðum ferðum.
97. Með viðbótarathugasemdum GG fylgdi skjáskot af facebook síðu sem hafi ekki gildi hér, þ.e. þar sem unnt sé að merkja við flokka sem fyrirtæki falli undir (marga flokka) en segi ekkert um starfsemina og sé engin alhæfing. Þá fylgdi skjáskot af íslenskri vefsíðu Norðursiglingar sem hafi að geyma umfjöllun um fyrirtækið þar sem stiklað sé á stóru í sögu og starfsemi þess og vandséð hvað það komi kæruefninu við.
98. Norðursigling hafi engan blekk og kynningarefni fráleitt þannig að neytandi megi gera ráð fyrir að ferðir félagsins séu allar Carbon Neutral eða Silent.
99. Bréf Norðursiglingar var sent GG til upplýsingar með bréfi Neytendastofu, dags. 16. apríl 2025. Með bréfinu tilkynnti stofnunin að gagnaöflun málsins væri lokið og málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.
100. Í bréfi Neytendastofu, dags. 18. nóvember 2025, til aðila málsins var tilkynnt að vegna fjölda fyrirbyggjandi mála væru fyrirséðar tafir á afgreiðslu þess.



III. Niðurstaða

101. Mál þetta lýtur að fullyrðingum Norðursiglingar um umhverfissvæna, hljóðlausu og kolefnishlutlausu starfsemi sem koma fram á vefsíðu félagsins ásamt auglýsingum og kynningarbæklingum. Þá hefur einnig verið vísað til notkunar Norðursiglingar á myndmerki sem er í líkingu við grænt laufblað. Þær fullyrðingar sem um ræðir eru eftirfarandi:

„Carbon Neutral“
„Go Carbon-Neutral“
„Eco-Friendly“
„Eco-Friendly Whale Watching“
„Silent Whale Watching“
„Nature Friendly Operation“
„Going Green“
„Umhverfissvæn hvalaskoðun“
„Umhverfissvæn ævintýri með Norðursiglingu“
„Kolefnislausar hvalaskoðunarferðir“
„Hljóðlaus hvalaskoðun“
„Eco tour agency“

102. GG telur að markaðssetning Norðursiglingar sé villandi og óréttmæt og brjóti gegn ákvæðum 2. og 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr., 1. mgr. 13. gr., 14. gr. og a., c., e. og g. lið 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Í bréfi Neytendastofu til Norðursiglingar, dags. 19. desember 2024, kom fram að framangreindum ákvæðum til viðbótar sé það álit Neytendastofu að ákvæði 2. mgr. 9. gr. laganna kunni einnig að eiga við um málið.

103. Norðursigling hafnar því að markaðssetning félagsins brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Félagið hafi fært sönnur fyrir því að það leitist við að vera umhverfissvænt og bjóði ferð sem sé kolefnihlutlaus og hljóðlaus.

104. Ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 leggur 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. Samkvæmt 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 skulu fyrirtæki geta sannað fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti. Geti fyrirtæki ekki sannað fullyrðingar sínar kemur til álita hvort um sé að ræða óréttmæta viðskiptahætti samkvæmt öðrum ákvæðum laganna. Í 1. mgr. 8. gr. er um það fjallað að viðskiptahættir séu óréttmætir ef þeir brjóta í



bága við góða viðskiptahætti og raska verulega, eða eru líklegir til að raska verulega, fjárhagslegri hegðun. Í máli þessu reynir á hvort fullyrðingar sem vísa til ákveðinna umhverfisáhrifa teljist sannaðar eða villandi og óréttmætar og kemur því til álita ákvæði b. liðar 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005 þar sem kveðið er á um að viðskiptahættir teljist villandi ef veittar eru rangar upplýsingar um helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má að notkun hennar. Þá koma einnig til skoðunar ákvæði 2. mgr. 9. gr. þar sem kveðið er á um að viðskiptahættir séu villandi ef ekki er greint frá upplýsingum sem telja megja að almennt skipti máli fyrir neytendur eða þeim er leynt og þær eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti.

105. Í máli þessu liggur ljóst fyrir að Norðursigling notar hugtök sem skírskota til jákvæðra umhverfisáhrifa í markaðs- og kynningarefni sínu. Birtast fullyrðingarnar m.a. á vefsíðu félagsins, í myndböndum sem aðgengileg eru á vefsíðu félagsins og Youtube, í kynningarbæklingum sem félagið hefur gefið út og í merkingum á sölustað. Notkun hugtakanna er bæði víðtæk og umfangsmikil líkt og sjá má af fjölda þeirra hugtaka sem vísað er til að ofan.
106. Neytendastofa telur að þegar fyrirtæki nota að eigin frumkvæði fullyrðingar með skírskotun til jákvæðra eða hlutlausra umhverfisáhrifa við markaðssetningu á vöru og/eða þjónustu þá verði slíkar fullyrðingar að vera settar fram á skýran, nákvæman og ótvíræðan hátt. Jafnframt verða slíkar fullyrðingar að vera studdar fullnægjandi gögnum. Almennt má gera þá kröfu að því almennari sem slíkar fullyrðingar eru þeim mun ríkari kröfur verði að gera til þess að færðar séu fullnægjandi sönnur á fullyrðingarnar og að framsetning þeirra sé ekki villandi. Neytendastofa telur jafnframt að þegar slíkar fullyrðingar eru notaðar og þær styðjast við tiltekin viðmið þá verði að gæta þess að fullyrðingarnar séu eingöngu notaðar í tengslum við þá vöru eða þjónustu sem uppfyllir viðmiðin.
107. Að sama skapi verður að líta til framsetningar og samhengis fullyrðinga og er það iðulega háð mati og þá eftir atvikum út frá því hvaða skilning eða merkingu hinn almenni neytandi myndi leggja í fullyrðingarnar. Notkun myndmerkja í markaðssetningu getur falið í sér villandi og óréttmæta viðskiptahætti líkt og framan greinir. Norðursigling hefur í markaðssetningu sinni notað myndmerki sem er í líkingu við grænt laufblað en undir laufblaðinu er texti sem segir „Eco-Friendly“. Umrædd samsetning birtist meðal annars fremst í kynningarbæklingi félagsins án nokkurrar annarrar skilgreiningar á því til hvers sé vísað. Undir rekstri málsins hefur komið fram af hálfu Norðursiglingar að myndmerkið sé sporður á hvali en ekki laufblað. Að mati Neytendastofu verður hins vegar að horfa á framsetninguna í heild sinni og samhengi og vegur þar þyngst að um grænt merki, sem líkja má við laufblað, sé að ræða og textinn sem er undir myndmerkinu vísar til jákvæðra



umhverfisáhrifa. Það er álit Neytendastofu að framangreind framsetning sé bæði almenn og óljós og sé villandi gagnvart neytendum.

108. Þá er á vefsíðu félagsins, sem og í kynningarmyndböndum, notast við fullyrðingarnar „Eco-Friendly“, „Eco- Friendly Whale Watching“, „Nature Friendly Operation“, „Going Green“, „Eco tour Agency“, „Umhverfisvæn hvalaskoðun“ og „Umhverfisvæn ævintýri með Norðursiglingu“. Framangreindar fullyrðingar eru allar settar fram án nokkurrar vísunar til hvers sé vísað, án frekari skilgreiningar fyrir fullyrðingunum eða þá hvers vegna starfsemi Norðursiglingar geti talist umhverfisvæn.
109. Það er álit Neytendastofu að allar framangreindar fullyrðingar Norðursiglingar vísi til þess að starfsemi félagsins sé umhverfisvæn eða í það minnsta umhverfisvænni en sambærileg starfsemi. Þá eru allar framangreindar fullyrðingar almennar og óljóst hvað í þeim felst. Hinn almenni neytandi kunni þannig að leggja mismunandi merkingu í það hvað búi að baki fullyrðingunum. Að mati Neytendastofu má búast við því að hinn almenni neytandi tengi fullyrðingarnar almennt við hlutlaus eða að minnsta kosti ekki neikvæð umhverfisáhrif og þá sérstaklega þar sem að vísað sé með beinum hætti til náttúrunnar.
110. Norðursigling hefur í markaðs- og kynningarefni sínu einnig vísað til þess að ferðir félagsins séu kolefnishlutlausar, hljóðlausar og notast í þeim tengslum við fullyrðingarnar „Carbon-Neutral“, „Go Carbon-Neutral“, „Silent Whale Wathing“, „Kolefnislausar hvalaskoðunarferðir“ og „Hljóðlaus hvalaskoðun“.
111. Undir rekstri málsins hefur komið fram af hálfu Norðursiglingar að félagið kappkosti við að hafa sem minnst áhrif á umhverfið og bjóði m.a. upp á ferðir með rafmagnsbát og svokölluðum „hybrid“ bát sem gangi bæði fyrir olíu og rafmagni. Félagið auglýsi því aðeins að ferðir séu kolefnishlutlausar og hljóðlausar þegar um ferðir með framangreindum bátum sé að ræða. Umræddar fullyrðingar eru þó fyrirferðarmiklar í kynningar- og markaðsefni félagsins og ekki með öllu ljóst í öllum tilvikum að vísað sé einvörðungu til ferða með tilteknum bátum. Þá verður einnig að líta til þess að einungis er um lítið brot af heildarferðum félagsins að ræða sem einvörðungu er í boði yfir sumarmánuðina.
112. Þó það sé vel að fyrirtæki reyni að koma rekstri og starfsemi sinni í sem umhverfisvænstan búning og geri neytendum grein fyrir þeim aðgerðum sem gripið hefur verið til verða fullyrðingar félaga að vera settar fram á skýran, nákvæman og ótvíræðan hátt auk þess að vera viðeigandi á þeim tíma sem þær eru birtar. Þá verða fullyrðingar sem notaðar eru í markaðsetningu félaga að vera studdar fullnægjandi gögnum.



113. Neytendastofa telur að fullyrðingarnar „Carbon Neutral“ og „kolefnishlutlaus“ séu almennar og óljóst hvað í þeim felst. Hinn almenni neytandi kann þannig að leggja mismunandi merkingu í það hvað búi að baki fullyrðingunni. Búast má við því að hinn almenni neytandi tengi fullyrðinguna við hlutlaus eða að minnsta kosti ekki neikvæð umhverfisáhrif. Neytendastofa telur að hinn almenni neytandi tengi „Carbon Neutral“ og „kolefnishlutlaus“ almennt við kosti vöru eða þjónustu og geti fullyrðingin haft áhrif á ákvörðun hans um viðskipti.
114. Neytendastofa telur að leggja megi til grundvallar að Norðursigling bjóði upp á tiltekna ferðir með bátum sem knúnir eru rafmagnsmótor þar sem útblástur koldíoxíðs er minni en þegar farið er í ferðir þar sem bátur er knúinn áfram af olíu. Aftur á móti telur Neytendastofa ljóst að meirihluti ferða Norðursiglingar eru ekki boðnar undir formerkjum „Carbon Neutral“ eða „kolefnishlutlaus“ og flest skip fyrirtækisins eru hefðbundin skip með hefðbundnum vélum. Það er því ljóst að einungis minnihluti ferða Norðursiglingar er farinn á bátum sem knúnir eru af rafmagnsmótor þrátt fyrir að auglýsingar og fullyrðingar um „Carbon-Neutral“ og „kolefnishlutleysi“ séu fyrirferðarmiklar í kynningar- og markaðsefni félagsins.
115. Að sama skapi er það álit Neytendastofu að fullyrðingar félagsins um „Silent Whale Watching“ og „hljóðlausar hvalaskoðanir“ séu afdráttarlausar og ekki studdar fullnægjandi gögnum. Það er álit Neytendastofu að Norðursigling hafi ekki sýnt fram á að ferðir félagsins séu með öllu hljóðlausar þó sumar ferðir félagsins kunni að vera hljóðlátari en aðrar sambærilegar ferðir.
116. Í erindi GG er talið að notkun Norðursiglingar á þeim fullyrðingum sem undir eru í fyrirliggjandi máli teljist brot gegn ákvörðun Neytendastofu nr. 5/2017. Í þeirri ákvörðun var komist að þeirri niðurstöðu að Norðursigling hafi með notkun myndmerkis og textans „Carbon Neutral“ brotið gegn tilteknum ákvæðum laga nr. 57/2005. Það er aftur á móti afstaða Neytendastofu að ekki sé um brot gegn ákvörðuninni að ræða þar sem málsatvik séu ekki með öllu sambærileg ásamt því að Norðursigling hefur ekki notast við sambærilegt myndmerki í fyrirliggjandi máli. Fyrri brot félagsins gegn ákvæðum laga nr. 57/2005, sérstaklega þegar um sambærileg brot eru að ræða, geta hins vegar komið til skoðunar við ákvörðun um hvort beita skuli sektum.
117. Í svörum Norðursiglingar hefur einnig komið fram að félagið hafi á árunum 2017 og 2018 leitað álits Neytendastofu á því hvort lagfært kynningarefni félagsins uppfylli þær kröfur sem gerðar væru með tilliti til ákvörðunar nr. 5/2017 og hafi stofnunin samþykkt kynningarefni í bæklingi félagsins. Því er til að svara að í tilvitnuðum svörum Neytendastofu kom einvörðungu fram að ekki væri að sjá að breytt útlit bæklinga brjóti



gegn ákvörðun Neytendastofu og að stofnunin fái ekki betur séð en að notkun á hugtakinu „*carbon neutral*“ og myndmerki samhliða því í þeirri mynd sem lagt var fyrir stofnunina sé ekki með þeim hætti að hún sé til þess fallin að vera villandi gagnvart neytendum. Stofnunin geri því á því stigi ekki athugasemdir við framsetningu bæklinga en það tekið fram að berist Neytendastofu ábendingar um annað muni stofnunin þurfa að taka það til skoðunar. Framangreind samskipti bera því ekki með sér að Neytendastofa hafi samþykkt eða tekið stjórnvaldsákvörðun um að sú markaðssetning sem hér er til umfjöllunar brjóti ekki gegn lögum nr. 57/2005.

118. Til þess er að líta að notkun Norðursiglingar á fullyrðingum með skírskotun til umhverfisins er nokkuð víðtæk og áberandi. Notkunin kemur m.a. fram á vefsíðu félagsins, í myndbandsauglýsingum aðgengilegum á Youtube, kynningarbæklingum og öðru markaðs- og kynningarefni félagsins. Það er álit Neytendastofu að notkun Norðursiglingar á hugtökunum sé almenn og óljós og ekki studd viðhlítandi gögnum og gefi þannig hinum almenna neytanda ranglega til kynna að öll starfsemi félagsins sé umhverfisvæn eða hafi í það minnsta hlutlaus áhrif á umhverfið og sé þannig líkleg til að hafa áhrif á ákvörðun hins almenna neytanda um að eiga viðskipti.
119. Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. 14. gr. laganna ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum. Þá er kveðið á um í a. lið 2. mgr. 15. gr. að samanburðarauglýsingar skuli ekki vera villandi. Að framangreindu virtu telur Neytendastofa að markaðssetning Norðursiglingar geti með villandi hætti gefið til kynna að vara og þjónusta fyrirtækisins hafi minni skaðleg áhrif á umhverfið en vara eða þjónusta keppinauta.
120. Að öllu ofangreindu virtu er það álit Neytendastofu að notkun og framsetning þeirra fullyrðinga og orð og myndmerkis, sem vísað hefur við til að ofan, sé almenn og óljós og sé villandi og óréttmæt gagnvart neytendum og keppinautum. Telur Neytendastofa að notkun umræddra fullyrðinga og orð og myndmerkis brjóti gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., b. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9 gr., sbr. 5. gr., auk 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.
121. Í ljósi alls ofangreinds telur Neytendastofa rétt að beita þeim framfylgdarúrræðum sem stofnuninni eru veitt skv. IX. kafla laga nr. 57/2005. Samkvæmt ákvæðum kaflans getur aðgerðir stofnunarinnar falið í sér bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði. Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, telur Neytendastofa rétt að banna Norðursiglingu birtingu fullyrðinganna „*Carbon Neutral*“, „*Go Carbon-Neutral*“, „*Eco-*



Friendly“, „*Eco-Friendly Whale Watching*“, „*Silent Whale Watching*“, „*Nature Friendly Operation*“, „*Going Green*“, „*Umhverfisvæn hvalaskoðun*“, „*Umhverfisvæn ævintýri með Norðursiglingu*“, „*Kolefnislausar hvalaskoðunarferðir*“, „*Hljóðlaus hvalaskoðun*“ og „*Eco tour agency*“ og notkun orð og myndmerkis með líkingu við laufblað þannig að villandi sé fyrir neytendur.

122. Samkvæmt a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005 getur Neytendastofa lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvæðum laganna, og reglum settum samkvæmt þeim um bann við óréttmætum viðskiptaháttum, sbr. II.-VIII. kafla laganna. Með vísan til alls þess sem fram hefur komið, umfang brota félagsins og að teknu tilliti til þess að félagið hefur með sambærilegum brotum tvisvar áður gerst brotlegt við ákvæði laga nr. 57/2005 telur Neytendastofa rétt að leggja á sekt í samræmi við heimildir laganna.
123. Með vísan til framangreindra sjónarmiða telur Neytendastofa brot Norðursiglingar alvarlegt og til þess fallið að raska verulega fjárhagslegum hagsmunum neytenda auk þess að teljast til óréttmætra viðskiptahátta. Að teknu tilliti til þessa, umfangs brotsins og jafnræðis- og meðalhófsreglu stjórnarsýslulaga nr. 37/1993 telur Neytendastofa hæfilegt að leggja á Norðursiglingu ehf. stjórnvaldssekt að fjárhæð kr. 1.500.000,- (ein milljón og fimm hundruð þúsund krónur).

III. Ákvörðunarorð:

„Norðursigling ehf., Hafnarstétt 9, 640 Húsavík, hefur með notkun orð og myndmerkis með líkingu við laufblað og fullyrðinganna „*Carbon Neutral*“, „*Go Carbon-Neutral*“, „*Eco-Friendly*“, „*Eco-Friendly Whale Watching*“, „*Silent Whale Watching*“, „*Nature Friendly Operation*“, „*Going Green*“, „*Umhverfisvæn hvalaskoðun*“, „*Umhverfisvæn ævintýri með Norðursiglingu*“, „*Kolefnislausar hvalaskoðunarferðir*“, „*Hljóðlaus hvalaskoðun*“ og „*Eco tour agency*“ í markaðssetningarefni fyrirtækisins brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., b. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr., auk 14. gr. og a. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. c. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Neytendastofa Norðursiglingu ehf. notkun framangreindra fullyrðinga og orð og myndmerkis í markaðs- og kynningarefni félagsins þannig að villandi sé fyrir neytendur. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.



Með heimild í a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Norðursiglingu ehf. gert að greiða stjórnvaldssekt að fjárhæð 1.500.000,- kr. (ein milljónir og fimm hundruð þúsund krónur) vegna brotsins. Sektina skal greiða í ríkissjóð innan þriggja mánaða frá dagsetningu ákvörðunarinnar.“

Neytendastofa, 20. febrúar 2026

Þórunn Anna Árnadóttir
forstjóri

Matthildur Sveinsdóttir