

Fimmtudagurinn 13. febrúar 2003

194. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 9/2003

**Erindi Global Refund á Íslandi ehf. vegna óréttmætra viðskiptahátta
Refund á Íslandi hf. og misnotkunar á markaðsráðandi stöðu**

I.

Erindið

1.

Logos lögmannspjónusta sendi Samkeppnisstofnun bréf, dagsett 22. nóvember 2001, þar sem kvartað er f.h. Global Refund á Íslandi hf. (hér eftir nefnt Global Refund á Íslandi) yfir óréttmætum viðskiptaháttum Refund á Íslandi ehf. (hér eftir nefnt Refund á Íslandi) og starfsmanna sem brjóti gegn m.a. 20., 25. og 2. mgr. 30. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993. Er í erindinu farið fram á að Samkeppnisstofnun grípi til viðeigandi ráðstafana.

Í bréfinu kemur fram að Refund á Íslandi hafi sett upp markmið starfsemi og aðgerða með það að leiðarljósi að villa fyrir á markaðnum og hafa neikvæð áhrif á viðskiptasambönd Global Refund á Íslandi og viðskiptamanna þess. Markmið Refund á Íslandi hafi verið að sannfæra viðskiptamenn Global Refund á Íslandi að ganga til liðs við Refund á Íslandi. Hafi á þennan hátt verið send villandi boð til markaðarins.

Í bréfinu er bent á að aðeins hafi liðið tæplega mánuður frá því Jónasi Hagan Guðmundsson, núverandi framkvæmdastjóri Refund á Íslandi, var sagt upp störfum hjá Global Refund þar til hann hafi hafið starfsemi í samkeppni við fyrirverandi atvinnurekanda sinn. Segir að starfsmenn Refund á Íslandi, þar með talinn Jónas, hafi heimsótt viðskiptamenn Global Refund á Íslandi og haldið því fram að þeir væru fulltrúar nýs íslensks félags sem væri hluti af Global Refund keðjunni en þjónustan væri hin sama. Þá hafi starfsmenn Refund á Íslandi safnað heftum með endurgreiðsluávísunum Global Refund á Íslandi og skipt þeim út fyrir eigin hefti án þess að þessir aðilar hafi verið búnir að samþykkja að stofna til viðskipta við Refund á Íslandi. Þessu til staðfestingar fylgdu yfirlýsingar frá verslunarstjóra verslananna Monsoon og Accessorize í Kringlunni og verslunarstjóra Herragarðsins, Kringlunni. Í fyrirnefndri yfirlýsingu segir orðrétt:

„Undirrituð staðfestir hér með að þann 27. september sl. kom fulltrúi Refund á Íslandi ehf. óbeðinn í verslanir okkar Monsoon og Accessorize í Kringlunni með möppur með ávísunum þess fyrirtækis til endurgreiðslu virðisaukaskatts til aðila búsettra erlendis. Tók hann á sama tíma ávísanir og gögn Global Refund á Íslandi hf. og hafði á brott. Í þessu sambandi er rétt að fram komi að verslanir okkar hafa verið og eru í viðskiptum við Global Refund á Íslandi hf. en ekki Refund á Íslandi ehf.“

Í yfirlýsingu verslunarstjóra Herragarðsins segir orðrétt:

„Undirritaður verslunarstjóri Herragarðsins staðfestir hér með að starfsmaður Refund á Íslandi ehf. kom í verslun okkar í Kringlunni og afhenti óumbeðið ávísanir til endurgreiðslu virðisaukaskatts frá félaginu. Einnig tók hann í óleyfi ávísanir frá Global Refund á Íslandi hf. Tekið skal fram að verslunin er í viðskiptum við Global Refund Íslandi hf. og hefur aldrei átt viðskipti við Refund á Íslandi ehf.“

Í bréfinu er því enn fremur haldið fram að Refund á Íslandi hafi líkt eftir heildarviðskiptahugmynd Global Refund á Íslandi, þ.e. hugmynd, uppbyggingu og framkvæmd, bæði í stóru og smáu, í því skyni að telja viðskiptamönnum trú um að Refund á Íslandi væri hluti af Global Refund keðjunni. Ljóst sé að ógerlegt hafi verið fyrir Jónas Hagan Guðmundsson að stofna fyrirtækið og hefja starfsemi á svo skömmum tíma nema með því að nota allar þær hugmyndir sem hann fékk upplýsingar um í starfsemi sinni. Eftirtalin atriði eru talin sem dæmi um hvernig líkt hafi verið eftir viðskiptahugmynd Global Refund á Íslandi.

- *Eftirlíking vörumerkja:* Því er haldið fram að líkt hafi verið eftir vörumerki Global Refund „TAX-FREE SHOPPING“. Jónas Hagan Guðmundsson hafi haft fulla vitneskju um það eftir störf sín hjá Global Refund að merkið nyti lögbundinnar verndar og væri skráð víðs vegar um heiminn. Lögbann hafi verið lagt á notkun merkisins en þrátt fyrir það hafi Refund á Íslandi haldið áfram að nota merkið.
- *Eftirlíking á viðskiptanafni:* Fram kemur að mjög erfitt sé að greina á milli nafnsins Refund á Íslandi ehf. og Global Refund á Íslandi hf. Markmiðið sé augljóslega að villa um fyrir viðskiptamönnum og erlendum ferðamönnum. Hætta á ruglingi sé enn ljósari ef nöfn samkeppnisaðila séu höfð í huga, s.s. CashBack, Easy Tax free og Centax. Jónas Hagan hafi vel þekkt til nafna samkeppnisaðila en engu að síður valið nafn sem líkist nafni Global Refund á Íslandi.
- *Eftirlíking ávísanaeyðublaða:* Bent er á að hin áþreifanlega afurð þeirrar þjónustu sem Global Refund veiti sé hinn svokallaði „Refund Cheque“ eða endurgreiðsluávísun, sem gefinn sé út til ferðamannsins af smásölum sem gert hafa samning við Global Refund fyrirtæki. Endurgreiðsluávísun Global Refund hafi verið þróuð í gegnum árin með ákveðin sérkenni. Ávísunin sé blá á litinn og sé uppsetningin eftir ákveðnum reglum, m.a. af öryggisástæðum. Enginn

samkeppnisaðili Global Refund fyrirtækja annar en Refund á Íslandi hafi valið að kalla ávísunina „cheque“ þar sem hin sérstaka stafsetning Global Refund sé notuð. Flestir samkeppnisaðilar noti orðin „form“ eða „voucher“. Þá noti enginn annar samkeppnisaðili sama útlit og Global Refund eða bláa litinn. Jónas Hagan hafi verið vel kunnugur útliti og formi viðlíkra skjala eftir störf sín hjá Global Refund. Skjal Refund á Íslandi sé sett upp á sama hátt og notaður sé blár litur.

- *Eftirlíking á umslögum:* Fram kemur að Global Refund keðjan hafi þróað umslag fyrir endurgreiðsluávísanirnar sem hluta af markaðssetningunni. Aðeins Global Refund keðjan hafi sl. fimm ár notað slagorðin „DON'T LEAVE YOUR MONEY BEHIND“. Þetta sama slagorð hafi Refund á Íslandi valið að nota til að villa um á markaðnum. Auk þess líki Refund á Íslandi eftir hönnun, útliti og upplýsingum sem fram koma á umslagi Global Refund á Íslandi.
- *Eftirlíkingar fána og límniða:* Bent er á að fánar og límniðar séu notaðir í auglýsingaskyni og hafi Global Refund á Íslandi hvatt viðskiptamenn sína til að setja fána fyrir utan verslanir sínar og límniða í glugga. Límniðar í glugga hafi ekki verið notaðir af neinum öðrum endurgreiðsluaðila en Global Refund. Nú hafi Refund á Íslandi valið sömu aðferðir og Global Refund á Íslandi.

Er í bréfinu einnig vísað til þess að Jónas Hagan Guðmundsson hafi hvatt viðskiptamenn Global Refund á Íslandi til að vanefna gerða samninga. Þrátt fyrir vitneskju Jónasar um að viðskiptamenn Global Refund á Íslandi hefðu gert samninga við fyrirtækið til nokkurra ára og með ákveðnum uppsagnarfresti hafi hann hvatt þá til að vanefna samningana. Þá er bent á að Refund á Íslandi hafi talið sérstaka ástæðu til að tilkynna viðskiptamönnum Global Refund á Íslandi að Refund á Íslandi hafi sent kæru til Samkeppnisstofnunar vegna meintra brota Global Refund á Íslandi á samkeppnislögum. Bréfinu fylgdi yfirlýsing frá versluninni [...]¹ þessu til staðfestingar.

Fram kemur að Refund á Íslandi hafi notað auðkenni viðskiptamanns Global Refund á Íslandi á vefsíðu sinni, þ.e. Bláa lónið. Auk þess að vera hugsanlegt brot gagnvart Bláa lóninu sjálfu, feli þessi háttsemi í sér brot á góðri viðskiptavenju og hindri eðlilega samkeppni þar sem ósannar upplýsingar séu settar fram.

Ennfremur segir í bréfinu að Refund á Íslandi hafi verið með yfirlýsingu á vefsíðu sinni um 80% markaðshlutdeild. Um sé að ræða ósanna yfirlýsingu. Telur Global Refund á Íslandi að yfirlýsingin sé ekki í samræmi við góða viðskiptavenju.

Að lokum er því haldið fram að tilboð Refund á Íslandi þess efnis að fyrirtækið bjóði sömu þjónustu og Global Refund á Íslandi sé ekki rétt. Slíkur samanburður sé ekki í samræmi við góðar viðskiptavenjur eða samkeppnislög, auk þess að vera rangur með

¹ Fellt út vegna beiðni um trúnað.

öllu. Refund á Íslandi sé ómögulegt að bjóða sömu þjónustu og Global Refund á Íslandi sem sé meðlimur í alþjóðlegu samstarfi þar sem starfsemi innan hvers ríkis hafi verið samþætt að miklu leyti, ekki síst til að geta boðið erlendum ferðamönnum á Íslandi þjónustu á alþjóðamælikvarða. Sem dæmi er nefnt að upplýsingamiðstöðvar séu í flestum löndum og endurgreiðsla virðisaukaskatts með endurgreiðsluávísunum sem gefnar hafa verið út á Íslandi geti farið fram í öllum löndum þar sem Global Refund keðjan starfræki útibú.

Í kvörtun Global Refund á Íslandi er „samhengisins vegna“ vísað til blaðagreinar sem Jónas Hagan Guðmundsson skrifaði í Morgunblaðið og birtist þann 19. október 2001. Segir að í blaðgreininni sé veist að Global Refund á Íslandi með ósönnum ásökunum og með því leitast við að draga úr trúverðuleika Global Refund á Íslandi. Í umfjöllun sinni um greinina kemur m.a. fram að í greininni sé Global Refund á Íslandi nefnt „erlent“ félag enda þó fyrirtækið sé stofnað á Íslandi og meirihluti stjórnarmanna félagsins séu íslenskir. Þá segir að í greininni sé því haldið fram að hið „erlenda félag“ beiti aðallega tveimur aðferðum til að rýra trúverðuleika Refund á Íslandi. Þessar aðferðir séu annars vegar það að „drekka Refund á Íslandi í lögmannskostnaði“ og hins vegar „siðlaus gylliboð til viðskiptavina“. Í bréfinu er þessum staðhæfingum mótmælt af hálfu Global Refund á Íslandi.

2.

Með bréfi dagsettu 21. apríl 2002 sendi Logos lögmannsþjónusta, f.h. Global Refund á Íslandi hf., viðbótarkæru til Samkeppnisstofnunar. Er viðbótarkæran tvíþætt. Annars vegar er því haldið fram að Refund á Íslandi hafi brotið gegn 20. og 25. gr. samkeppnislaga með útgáfu auglýsingabæklinga. Hins vegar er því haldið fram að Refund á Íslandi hafi gert samning við Eddu-miðlun og útgáfu sem feli í sér ólögsmæta samþættingu er brjóti gegn 11. gr. samkeppnislaga.

Um fyrra kærutriðið kemur fram að auglýsingabæklingur Refund á Íslandi árið 2002 feli í sér eftirlíkingu auglýsingabæklinga Global Refund fyrirtækjanna. Auglýsingabæklingar Global Refund fyrirtækjanna hafi eftirfarandi megininkenni:

- blátt og silfurlitt á forsíðu
- þjóðfánar ýmissa ríkja á forsíðu
- vörumerki Global Refund efst í vinstra horni á forðsíðu

Global Refund bendir á að á forsíðu bæklinga Refund á Íslandi séu litirnir blár og grár notaðir, sami rammi með mynd í miðjunni og í vinstra horni efst sé vörumerki Refund á Íslandi, rétt eins og á bæklingum Global Refund. Þessu til viðbótar séu þjóðfánar á forsíðunni. Þá er bent á að mynd og auglýsing sem Refund á Íslandi noti á forsíðu séu þær sömu og Global Refund á Íslandi hafði á bæklingi sínum fyrir þremur árum. Umbrot og útlit annarra blaðsíðna í bæklingnum sé einnig það sama og í

auglýsingabæklingi Global Refund á Íslandi. Til samanburðar vísar Global Refund á Íslandi til eigin bæklinga svo og bæklinga annarra endurgreiðslufyrirtækja í heiminum sem fyrirtækið bendir á að séu gjörólíkir.

Um seinna kæratriði bréfsins kemur fram að áætluð markaðshlutdeild Refund á Íslandi sé og hafi verið um 50% á markaði fyrir endurgreiðslu virðisaukaskatts til erlendra ferðamanna. Félaginu sé því skylt að virða ákveðnar reglur samkeppnislaga, ekki síst bannið við misnotkun á markaðsráðandi stöðu samkvæmt 11. gr. samkeppnislaga. Kemur fram að Global Refund á Íslandi hafi ástæðu til að ætla að áskilið sé í samningi við Eddu – miðlun og útgáfu hf. að Edda – miðlun og útgáfa hf. megi því aðeins eiga viðskipti við Refund á Íslandi hf. ef prentun auglýsingablaðsins sé hjá Eddu – miðlun og útgáfu hf. Ef rétt sé þá sé um að ræða ólögmeta samþættingu sem brjóti gegn samkeppnislögum, ekki síst þegar fyrirtæki sé í markaðsráðandi stöðu, sbr. 11. gr. samkeppnislaga. Í nánari skýringum Logos lögmannsþjónustu vegna þessarar kvörtunar kom fram að samningurinn fæli það í sér að kaup Refund á Íslandi á prentþjónustu væri háð því að Edda – miðlun og útgáfa hf. (bókaverslanir Máls og menningar) nýtti sér þjónustu Refund á Íslandi að því er endurgreiðslu á virðisaukaskatti varðar.

3.

Með bréfi, dags. 26. júní 2002, sendi Logos lögmannsþjónusta, f.h. Global Refund á Íslandi, Samkeppnisstofnun á ný viðbótarkæru. Er því haldið fram að Refund á Íslandi hafi brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga með tilboði til verslunarinnar Hestar og menn, dags. þann 28. maí 2002, sem feli í sér undirboð. Óskaði Global Refund á Íslandi eftir bráðabirgðaákvörðun Samkeppnisstofnunar, sbr. 2. mgr. 8. gr. samkeppnislaga.

Í téðu bréfi er því haldið fram að versluninni hafi verið boðin 1,5% hlutdeild í þóknun vegna endurgreiðs virðisaukaskatts, tölva og prentari, auglýsing í auglýsingabæklingi Refund á Íslandi, auglýsing í bæklingi landsmóts hestamanna og kostnaður vegna báss á landsmóti hestamanna (tjald og bás).

Einnig segir í bréfinu að verslunin Hestar og menn hafi áður gert samning við Global Refund á Íslandi en vegna tilboðs Refund á Íslandi hafi fulltrúar verslunarinnar ekki séð sér annað fært en að ganga til samninga við Refund á Íslandi.

Í kærinni kemur fram að Global Refund á Íslandi áætli að markshlutdeild Refund á Íslandi sé um 70% en Global Refund á Íslandi um 30%. Telur Global Refund á Íslandi af því ljóst að Refund á Íslandi sé í markaðsráðandi stöðu. Kærinni fylgdu útreikningar sem Global Refund á Íslandi telur sýna að samningurinn feli í sér undirboð.

4.

Með bréfi dagsettu 4. október 2002 sendi Logos lögmannsþjónusta, f.h. Global Refund á Íslandi, viðbótarupplýsingar um meint brot Refund á Íslandi á 11. gr. samkeppnislaga. Í bréfinu er vakin athygli á tilboði Refund á Íslandi til Háess ehf. Telur Global Refund á Íslandi að tilboðið feli í sér undirboð. Í tilboðinu hafi Háess ehf. verið boðið „1% hlutdeild í þóknun til verslunar“, auglýsing í bæklingi Refund á Íslandi, 3 heilsíðuauglýsingar í bæklingnum „Whats on“, heilsíðuauglýsing í blaðinu Atlantica, tölvur í verslun og vinningur í tékkaleik Refund á Íslandi. Í bréfinu eru lagðir fram útreikningar Refund á Íslandi sem Global Refund á Íslandi telur sýna að tilboðið feli í sér undirboð. Telur Global Refund á Íslandi þá útreikninga sýna að hagnaðarhlutfall Refund á Íslandi vegna viðskiptanna verði aðeins 11,4% áður en nokkur kostnaður fyrirtækisins væri greiddur. Tilboðið standi samkvæmt því ekki undir meðaltalsbreytilegum kostnaði.

5.

Með erindi til Samkeppnisstofnunar, dagsettu 11. september 2001, óskuðu Lögmennt Mörkinnni, f.h. Refund á Íslandi, eftir íhlutun Samkeppnisstofnunar vegna aðgerða Global Refund á Íslandi þar sem þær fælu í sér brot á ákvæðum samkeppnislaga, einkum 11. sbr. 17. gr. laganna. Ekki var talin ástæða til að sameina þetta erindi sem hér er til umfjöllunar því erindi og er því fjallað um erindi Refund á Íslandi í sérstöku máli, sbr. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 8/2003.

II.

Málsmeðferð og málavextir

Í bréfi Logos lögmannsþjónustu frá 22. nóvember 2001 var því lýst yfir að þar sem náinn ættingi forstjóra Samkeppnisstofnunar væri starfsmaður Refund á Íslandi teldi Global Refund á Íslandi Samkeppnisstofnun vanhæfa til meðferðar málsins, sbr. 6. tl. 1. mgr. 3. gr., sbr. 4. gr., stjórnarsýslulaga og bréf Samkeppnisstofnunar til Logos lögmannsþjónustu, dags. 16. október 2001. Með bréfi dagsettu 23. nóvember 2001 var Kristín Haraldsdóttir, lögfræðingur, með vísan til 6. gr. stjórnarsýslulaga nr. 1993, sett forstjóri Samkeppnisstofnunar til að fjalla um málið og leggja það fyrir samkeppnisráð.

1.

Bréf Logos lögmannsþjónustu, dags. 22. nóvember 2001, var sent Refund á Íslandi til umsagnar með bréfi dagsettu 4. desember 2001. Jafnframt var þess óskað með vísan til 39. gr. samkeppnislaga að Refund á Íslandi léti stofnuninni í té öll gögn og lýsingu á atvikum er lutu að því hvernig þjónusta Refund á Íslandi ehf. var boðin og kynnt.

Umsögn Refund á Íslandi barst með bréfi Lögmannna Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, dagsettu 10. janúar 2002. Í bréfinu kemur fram að í erindi Global Refund á Íslandi til Samkeppnisstofnunar fari Global Refund á Íslandi rangt með staðreyndir í veigamiklum atriðum og settar séu fram ávirðingar í garð Refund á Íslandi sem eigi sér enga stoð.

Fullyrðingum um að Refund á Íslandi hafi sett upp markmið starfsemi og aðgerða með það að leiðarljósi að villa fyrir á markaðnum og skemma viðskiptasambönd Global Refund á Íslandi og viðskiptamanna félagsins er mótmælt sem röngum.

Staðhæfingum um að Refund á Íslandi hafi reynt að villa um fyrir viðskiptamönnum Global Refund á Íslandi með því að láta að því liggja að Refund á Íslandi sé hluti af Global Refund keðjunni eða á vegum hennar er mótmælt sem fráleitum og vísað á bug sem ósönnum. Hið rétta sé að frá upphafi hafi verið lögð áhersla á að Refund á Íslandi sé nýtt fyrirtæki án allra tengsla við Global Refund sem að leitist við að auka þjónustu við aðildarverslanir og efla kynningu á íslenskum vörum og þjónustu.

Um söfnun endurgreiðsluávísanahefta segir í umsögn Refund á Íslandi að fyrirtækið hafi á þeim tíma fengið undirritaðar yfirlýsingar frá eigendum umræddra verslana þar sem lýst var yfir vilja til viðskipta við Refund á Íslandi. Hafi Refund á Íslandi talið að viðskiptasamband hafi stofnast á grundvelli yfirlýsinganna. Þá er því haldið fram að Global Refund á Íslandi hafi einnig fjarlæggt ávísanahefti Refund á Íslandi úr verslunum á fyrstu vikunum eftir að Refund á Íslandi hóf starfsemi.

Um eftirlíkingu á viðskiptahugmyndum Global Refund á Íslandi segir að Refund á Íslandi hf. hafi fengið nafn sitt skráð í hlutafélagaskrá án athugasemda og jafnframt hjáheitið Iceland Refund. Hjáheitið sé notað til kynningar á þjónustu Refund á Íslandi og á ávísunum. Telur Refund á Íslandi enga ruglingshættu vera á því heiti og heiti Global Refund sem sé stærsta alþjóðlega keðja sinnar tegundar og þekkt undir því nafni víða um heim.

Fram kemur að lögbann hafi verið lagt á myndmerki sem Refund á Íslandi hafi hannað til notkunar á ávísanheftum og kynningarefni. Eftir að ákvörðun um lögbannið lá fyrir hafi verið brugðist skjótt við af hálfu Refund á Íslandi og nýtt myndmerki hannað. Nýju kynningar- og söluefni hafi verið dreift til viðskiptavina Refund á Íslandi og þeim tilmælum beint til þeirra að nota nýrra efnið. Fram kemur að því hafi verið haldið fram af hálfu Global Refund á Íslandi að tilvist eldri ávísanahefta Refund á Íslandi í einstökum verslunum feli í sér brot á umræddu lögbanni og m.a. verið óskað eftir aðstoð sýslumannsins í Hafnarfirði. Þeirri málaleitan hafi verið hafnað.

Þá kemur fram að ekki verði séð með hvaða hætti hafi verið brotið gegn rétti Global Refund á Íslandi með birtingu myndmerkis Bláa lónsins á vefsíðu Refund á Íslandi. Fullyrt er að um tíma hafi mátt sjá auglýsingar á heimasíðu Global Refund á Íslandi frá verslunum sem Refund á Íslandi hafi náð samningum við, t.d. Veiðihornið. Upplýsingar um 80% markaðshlutdeild hafi verið byggðar á viljayfirlýsingum sem Refund á Íslandi hafi aflað. Samningar hafi ekki tekist við stóran hluta þeirra verslana sem lýst höfðu vilja til viðskipta og séu umdræddar upplýsingar því ekki lengur á heimasíðunni og hafi ekki verið um nokkurn tíma.

Um grein framkvæmdastjóra Refund á Íslandi í Morgunblaðinu segir m.a. að það sé staðreynd að Global Refund á Íslandi sé að langstærstum hlut í eigu erlendra aðila. Vísað er í bréfinu til kæru Refund á Íslandi til Samkeppnisstofnunar um lýsingu í blaðagreininni á meintri ólögmati háttsemi Global Refund á Íslandi, dags. 11. september 2001.

Fullyrðingum um að Refund á Íslandi hafi hvatt verslanir til að vanefna samninga við Global Refund á Íslandi er mótmælt sem rakalausum. Refund á Íslandi hafi án efa í einhverjum tilvikum upplýst verslunareigendur um rétt þeirra til viðskipta við fleiri en einn endurgreiðsluaðila enda ljóst að Global Refund á Íslandi sé ekki stætt á því að setja ákvæði í samninga sína sem takmarki rétt verslunareigenda að þessu leyti. Ekki þurfi að undra þótt slíkar spurningar kunni að hafa vaknað hjá verslunareigendum í einhverjum tilvika enda hafi þeir allir verið samningsbundnir Global Refund á Íslandi þegar Refund á Íslandi hóf starfsemi.

Í umsögn Refund á Íslandi er að lokum vakin athygli á því að ágreiningi um hvort firmaheitið „Refund á Íslandi ehf.“ brjóti gegn lögvörðum vörumerkjarétti og firmaheiti Global Refund og 20. og 25. gr. samkeppnislaga sé rekinn fyrir Héraðsdómi Reykjaness. Segir ennfremur að ljóst sé að ákvæði 20. og 25. gr. samkeppnislaga sé ekki ætlað að veita víðtækari einkaréttarlega vernd en þau sérlög sem taki til vörumerkja og firma. Verði því ekki betur séð en að leyst verði endanlega úr þessum ágreiningi fyrir dómstólum.

Vegna beiðni Samkeppnisstofnunar um afhendingu gagna segir í umsögninni að frekari skrifleg gögn um þá kynningu sem málið varði séu ekki til enda hafi hún fyrst og fremst falist í munnlegum samtölum við verslunareigendur. Fengnar hafi verið skriflegar viljayfirlýsingar sem Samkeppnisstofnun hafi nú þegar undir höndum, þau gögn og sýnishorn samninga sem síðar voru gerðir hafi einnig verið kynnt samkeppnisyfirvöldum.

2.

Bréf Lögmannna Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, var sent Logos lögmannsþjónustu, f.h. Global Refund á Íslandi, til umsagnar. Umsögn Global Refund á Íslandi barst

með bréfi Logos lögmannsþjónustu, dags. 17. febrúar 2002. Í bréfinu er staðhæfingum Refund á Íslandi um að Global Refund á Íslandi hafi safnað heftum Refund á Íslandi mótmælt sem órökstuddum, og jafnvel þótt sannar væru séu þær algerlega óviðkomandi málinu og myndu í engu falli réttlæta háttsemi Refund á Íslandi.

Í bréfinu kemur fram að viljayfirlýsingar verslunareigenda um að hefja viðskipti við Refund á Íslandi réttlæti það ekki að skipta út heftum Global Refund á Íslandi, enda hafi aðeins verið um að ræða viljayfirlýsingar en ekki bindandi skuldbindingar. Í öllu falli hafi Refund á Íslandi ekki verið heimilt að nema á brott endurgreiðsluhefti Global Refund á Íslandi þar sem þau séu eign fyrirtækisins. Ef viljayfirlýsingarnar jafngiltu skuldbindingu til viðskipta sé jafnframt ljóst að Refund á Íslandi hafi á þessum tíma verið í markaðsráðandi stöðu með 80% markaðshlutdeild og beri að skoða alla háttsemi og aðgerðir Refund á Íslandi í því ljósi.

Ítrekað er í bréfinu að staðhæfing framkvæmdastjóra Refund á Íslandi í grein hans í Morgunblaðinu þann 22. nóvember 2001, um að Global Refund á Íslandi væri erlent fyrirtæki hafi falið í sér rangfærslu og verið til þess fallin að villa um fyrir viðskiptamönnum félagsins. Erlend félög séu þau sem stofnuð eru erlendis en ekki þau sem eru í eigu útlendinga.

Því er mótmælt af hálfu Global Refund á Íslandi í bréfinu að 20. og 25. gr. samkeppnislaga sé ekki ætlað að veita víðtækari einkaréttarlega vernd en sérlög sem taka m.a. til vörumerkja og firma. Er í því sambandi m.a. vísað til athugasemda við 20. gr. samkeppnislaga í greinargerð með lögnum.

3.

Samkeppnisstofnun sendi Lög mönnum Mörkinni bréfið þann 19. febrúar 2002. Svar barst frá Lög mönnum Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, með bréfi, dags. 5. mars 2002. Vegna þeirrar túlkunar í bréfi Logos lögmannsþjónustu, að viljayfirlýsingar verslana um viðskipti við Refund á Íslandi sýni að Refund á Íslandi hafi verið með markaðsráðandi stöðu, er tekið fram að aðeins hluti þeirra verslana sem undirritað höfðu slíkar viljayfirlýsingar hafi á endanum gert samning við Refund á Íslandi. Þá er í bréfinu upplýst að mál sem rekið var fyrir Héraðsdómi Reykjaness um meint brot Refund á Íslandi gegn lögvörðum vörumerkjarétti og firmaheiti Global Refund og 20. og 25. gr. samkeppnislaga hafi verið fellt niður.

4.

Með bréfi dagsettu 8. apríl 2002, sendu Lög mönnum Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, Samkeppnisstofnun frekari sýnishorn af kynningargögnum fyrirtækisins. Þá var upplýst, að í tengslum við niðurfellingu staðfestingarmálsins sem Global Refund á Íslandi o.fl. hafði rekið gegn Refund á Íslandi fyrir Héraðsdómi Reykjaness, hafi

Refund á Íslandi gefið út yfirlýsingu til Global Refund. Í henni hafi Refund á Íslandi lýst því yfir að starfsmenn Refund á Íslandi myndu eftir því sem frekast væri unnt, á næstu 3-4 vikum eftir undirritun yfirlýsingarinnar, skipta út þeim ávísanaheftum sem innihéldu ávísanir frá Refund á Íslandi með eldra myndmerki. Málið hafi að svo búnu verið fellt niður án kostnaðar.

5.

Þann 6. mars 2002 hélt Samkeppnisstofnun fund með fulltrúum Global Refund á Íslandi þar sem farið var yfir fyrirleggjandi gögn í málinu. Í kjölfar hans sendi Global Refund á Íslandi Samkeppnisstofnun bréf, dags. 21. apríl 2002. Í bréfinu er eins og rakið er í I. kafla sett fram tvíþætt viðbótarkæra. Í fyrsta lagi hafi Refund á Íslandi brotið gegn 20. og 25. gr. samkeppnislaga með útgáfu augðlýsingabæklings þar sem líkt sé eftir auglýsingabæklingi Global Refund á Íslandi. Í öðru lagi hafi Refund á Íslandi brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga með samningi við Eddu-miðlun og útgáfu sem feli í sér ólögmetta samþættingu. Er því haldið fram að Refund á Ísland sé og hafi verið með 50% markaðshlutdeild á markaði fyrir endurgreiðslu virðisaukaskatts.

Þessu til viðbótar kemur fram í bréfinu að Global Refund á Íslandi hafi ástæðu til að ætla að Refund á Íslandi bjóði ákveðnum verslunum óopinberar þóknanir til viðbótar við það sem samningar kveða á um. Er Samkeppnisstofnun í bréfinu hvött til að óska allra upplýsinga frá Refund á Íslandi þessu viðvirkjandi og gera húsleit hjá báðum aðilum málsins til að sannreyna og fá viðskiptakjör á markaðnum staðfest.

Þá fylgdi bréfinu ljósrít af endurgreiðsluávísun fyrirtækisins Tax Free Shopping in Austria. Að lokum var í bréfinu að ósk Samkeppnisstofnunar listi yfir verslanir sem Global Refund á Íslandi hélt fram að talin hefði verið trú um af fulltrúum Refund á Íslandi að Refund á Íslandi væri nýtt nafn á fyrirtæki Global Refund og að endurgreiðsluávísanir Refund á Íslandi væru nýjar ávísanir Global Refund á Íslandi.

Í tilefni af bréfi Lögmannna Mörkinni frá 5. mars sl. og því sem fram kemur þar um að staðfestingarmál vegna lögbanns á notkun vörumerkis Refund á Íslandi hafi verið fellt niður lýsir Global Refund á Íslandi því yfir í bréfinu að sátt hafi orðið í málinu. Í sáttinni hafi falist að starfsmenn Refund á Íslandi mundu eftir því sem þeim væri unnt skipta út endurgreiðsluávísunum sínum með eldra vörumerki á næstu 3-4 vikum eftir að sátt náðist. Með því hafi brot Refund á Íslandi á vörumerkjalögum í raun verið staðfest og það að taka skyldi úr umferð öll endurgreiðsluávísanahefti með eldra vörumerki.

6.

Þann 29. apríl 2002 sendi Samkeppnisstofnun Lögmonnum Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, bréf Logos lögmannsþjónustu frá 21. apríl 2002. Svar barst með bréfi, dags. 3. maí 2002.

Varðandi auglýsingabækling Refund á Íslandi segir að athugasemdir Global Refund á Íslandi snúist aðallega um útlit. Þar sé talið upp m.a. „Blátt og silfurlit á forsíðu“ en engan silfurlit sé þar að finna. Þá sé talað um þjóðfána, en slíkt megi finna á fjölmörgum bæklingum sem ætlaðir séu erlendum ferðamönnum og sé hreint ótrúlegt að lesa þessar greinargerðir Global Refund, þar sem þeir reyni að eigna sér bláa litinn, límniða og þjóðfána svo dæmi séu nefnd. Bæklingur Refund á Íslandi sé í þjóðlitum íslenska fánans og megi finna fjölmarga aðra bæklinga í þeim litum. Einnig er á það bent að bæklingur Refund á Íslandi sé í öðru broti og stærð. Innihald hans sé gjörólíkt því sem megi finna í bæklingum Global Refund enda sé aðal áherslan lögð á kynningu á íslenskri hönnun. Þá beri bæklingur Refund á Íslandi heitið „Shopping Information“ meðan bæklingur Global Refund beri heitið „Where to shop Tax-free Iceland“ og ætti ekki að vera nokkur hætta á ruglingi þar. Um forsíðumynd bæklingisins segir að hún sé frá Eggerti feldskera. Hann greiði fullt verð fyrir umrædda auglýsingu og hafi sjálfur ráðið hvaða mynd hann vildi nota. Umrædd mynd hefur verið notuð af Eggerti feldskera, sl. 4-5 ár í fjöldann allan af tímaritum og bæklingum.

Um markaðsstöðu Refund á Íslandi kemur fram að af bókhaldsgögnum megi ráða að reksturinn sé ekki að skila miklum arði enda það tímabil sem skili mestri veltu framundan. Á hinn bóginn gefi rekstur Global Refund á Íslandi til kynna að fyrirtækið búi að öðrum fjárhagslegum sjóðum en þeim sem reksturinn hér á landi skili. Þá komi fram í kynningarefni fyrirtækisins að Global Refund sé öflugasta fyrirtæki veraldar á sínu sviði, með yfir 90% markaðshlutdeild í endurgreiðsluþjónustu vegna „tax-free“ viðskipta á þeim mörkuðum sem fyrirtækið starfi. Þá kemur einnig fram að á vefsíðu Global Refund á Íslandi segi að aðildarverslanir Global Refund á Íslandi séu 700. Aðildarverslanir Refund á Íslandi séu hins vegar 300.

Samningar Refund á Íslandi við Eddu-miðlun og útgáfu fylgdu bréfinu. Þar segir orðrétt:

[...]²

Um samningana segir m.a. í bréfinu að þeir sé samhangandi enda sé um sama fyrirtækið að ræða. Samningarnir taki á ýmsum þáttum í samstarfi Refund á Íslandi við umrætt fyrirtæki þar á meðal útgáfu bæklinga og endurgreiðsluþjónustu. Engin ákvæði sé þó þar að finna sem takmarki frelsi Máls og menningar. Þrátt fyrir að Máli og menningu hafi verið boðin þóknun eins og öðrum aðildarverslunum Refund á Íslandi ásamt tölvukerfi þá hafi umræddum samningi verið sagt upp frá 30. apríl 2002 vegna „mun hagstæðari kjara“ samkvæmt upplýsingum frá Kjartani Valgarðssonar framkvæmdastjóra Máls og menningar.

² Fellt út vegna beiðni um trúnað.

Um kjör verslana segir að allar aðildarverslanir njóti sömu kjara, þ.e.a.s. fái endurgreitt til sameiginlegra markaðsmála 1% af nettó söluupphæð sinni. Þar að auki fái stærri verslanir sem þess óska tölvu til afnota til að geta prentað út endurgreiðsluávísanir. Við útgáfu bæklinga félagsins „Shopping Information“ hafi einstaka verslunum verið veittur afsláttur eða fríbirting. Auglýsingar í öðrum tímaritum séu greiddar af verslunum sjálfum. Það sé því ekki rétt að ákveðnar verslanir fái óopinberar þóknanir. Um sé að ræða algjörlega órökstudda fullyrðingu.

7.

Þann 3. maí 2002 hélt Samkeppnisstofnun fund með fulltrúum Refund á Íslandi þar sem farið var yfir gögn málsins. Í fundargerð sem fulltrúar Refund á Íslandi staðfestu koma m.a. eftirfarandi atriði fram:

Aðspurður sagði Jónas Hagan Guðmundsson að staðhæfing um 80% hlutdeild Refund á Íslandi á markaðnum hefði verið fjarlægð af vefsíðunni eftir að ljóst hafi verið að margir sem höfðu undirritað viljayfirlýsingu myndu ekki gera samning við Refund á Íslandi og eftir að kvörtun Global Refund á Íslandi til Samkeppnisstofnunar hafi komið fram.

Varðandi merki Bláa lónsins á vefsíðu Refund á Íslandi kom fram að haft hefði verið samband við fulltrúa Bláa lónsins vegna kvörtunar Global Refund á Íslandi. Hafi fulltrúi Bláa lónsins ekki haft neitt á móti því að merki Bláa lónsins væri á síðunni. Á þeim tíma hafi viðræðum Refund á Íslandi og Bláa lónsins um viðskipti ekki verið lokið. Eftir að ljóst hafi verið að ekki yrði af viðskiptum hafi merkið verið fjarlægt af heimasíðunni.

Aðspurður hafnaði Jónas Hagan Guðmundsson því að skrifað hafi verið bréf til verslana til kynningar á fyrirtækinu. Þegar ekki hafi náðst í eigendur verslana hafi hins vegar verið skilin eftir yfirlýsing um vilja til viðskipta.

Varðandi þá aðgerð að fjarlægja ávísanhefti Global Refund á Íslandi úr verslunum sagði Jónas Hagan Guðmundsson að í sumum tilvikum hefðu fulltrúar verslana boðist til að láta hann hafa ávísanaheftin en í öðrum tilvikum hefðu fulltrúar Refund á Íslandi spurt hvort þeir ættu að taka þau. Að sínu mati ættu verslanirnar ávísanaheftin og gætu þær því skilað þeim eða hent ef þeim sýndist svo. Aðspurður sagði hann að Refund á Íslandi hefði byrjað á þessu fyrirkomulagi en Global Refund á Íslandi hefði einnig notað það. Hann viðurkenndi að e.t.v. hefði ekki verið rétt að taka ávísanirnar. Hann sagði einnig að oft hefðu viðræður Refund á Íslandi verið við eigendur verslana sem skýrði að í sumum tilvikum hefðu starfsmenn verslananna e.t.v. ekki verið inn í málinu. Hann sagði það skýra hvers vegna starfsmenn sumra verslana, s.s. Accessorize og Herragarðsins, vissu ekki af hverju verið væri að skipta út ávísunum.

Um auglýsingabækling Refund á Íslandi sagði Jónas Hagan Guðmundsson m.a. að hann hefði verið hannaður hjá Eddu – miðlun og útgáfu hf. Uppsetning hans hefði verið í höndum starfsmanns Eddu – miðlunar en Refund á Íslandi hefði haft um það að segja hvernig innihald hans var sett upp en ekki skipt sér af ytra útliti hans.

Um lok máls Global Refund gegn Refund á Íslandi fyrir Héraðsdómi Reykjaness kom fram að ekki hefði verið um að ræða sátt í málinu. Málið hefði verið fellt niður. Refund á Íslandi hefði hins vegar lýst því yfir gagnvart Global Refund að fyrirtækið myndi gera það sem það gæti til að stuðla að því að myndmerkið yrði ekki notað.

8.

Með bréfi, dags. 7. maí 2002, sendi Samkeppnisstofnun Eddu-miðlun og útgáfu hf. til umsagnar afrit af þeim efnisatriðum bréf Logos lögmannsþjónustu, dags. 21. apríl 2002, sem vörðuðu samning Eddu – miðlunar og útgáfu hf. og Refund á Íslandi.

Með bréfi dags. 21. maí 2002 svaraði Gunnar Jónsson, rekstrarstjóri sölumiðstöðvar Eddu – miðlunar og útgáfu hf., bréfi Samkeppnisstofnunar. Þar segir:

„Í bréfi Logos lögmannsþjónustu frá 21. apríl sl. kemur fram að Global Refund telji samning Refund á Íslandi og Eddu þess efnis að Eddu eða bókaverslunum þess „sé aðeins heimilt að eiga viðskipti við RI ef prentun auglýsingablaðsins er hjá Eddu – miðlun og útgáfu hf.“ Í þessu sambandi er rétt að upplýsa að hvorugum samninganna hefur verið sagt upp og eru þeir báðir enn í gildi og vinnur Edda nú að undirbúningi útgáfu auglýsingabæklings fyrir Refund á Íslandi ehf. í samræmi við ákvæði samningsins.

Ennfremur er rétt að taka fram að samningar við Refund á Íslandi ehf. fela ekki í sér neinar takmarkanir á heimildum Eddu til að semja við aðra aðila, s.s Global Refund um sambærileg verkefni, þ.e. gerð auglýsingabæklinga enda hafði fulltrúi söhudeildar Eddu frumkvæði að því í október síðastliðnum að setja sig í samband við fulltrúa Global Refund til að óska eftir samstarfi um gerð auglýsingabæklinga þeirra. Í kjölfar þess óskaði Global Refund eftir tilboði í hönnunar-, prent- og umbrotsþjónustu viðkomandi bæklings. Áður en tilboðið barst þeim afþökkuðu þeir samstarf. Nýlega hitti ég Garðar Siggeirsson, framkvæmdastjóra Global Refund, þar sem hann óskaði eftir tilboði í hönnun-, prentun- og umbrot á auglýsingabæklingnum. Slíkt tilboð berst þeim innan tíðar. Ég tel því þrátt fyrir að Edda hafi samið við Refund á Íslandi um gerð auglýsingabæklinga, hafi það ekki haft í för með sér neina útilokun á samstarfi við Global Refund.

Þá er rétt að það komi fram að bæði Refund á Íslandi ehf. og Global Refund á Íslandi hf. hafa sett upp tölvur og kynningarefni sitt í verslunum MM. “

Umsögnin var send báðum aðilum málsins til upplýsinga með bréfi dagsettu 28. maí 2002.

9.

Með bréfi dags. 8. maí sendi Samkeppnisstofnun Logos lögmansþjónustu, f.h. Global Refund á Íslandi, afrit af fundargerð frá 3. maí 2002 og afrit af bréfi Refund á Íslandi, dags. 3. maí 2002. Logos lögmansþjónusta sendi Samkeppnisstofnun umsögn um gögnin f.h. Global Refund á Íslandi með bréfi dagsettu 24. júní 2002. Þar kemur m.a. fram að rangt sé að verslanirnar eigi ávísanaheftin. Þau séu í eigu þeirra fyrirtækja sem stundi endurgreiðslu virðisaukaskatts.

Vegna athugasemda Jónasar Hagan Guðmundssonar á fundi með fulltrúum Samkeppnisstofnunar um útgáfu auglýsingabæklingsins kemur fram í bréfinu að Refund á Íslandi sé ábyrgt fyrir útliti og innihaldi auglýsingabæklingsins en ekki starfsmenn viðkomandi prentstofu.

Tekið er fram í bréfinu að fyrirheit Refund á Íslandi um að gera allt sem á þess valdi stæði til að safna saman ávísanaheftum með eldra vörumerki hafi verið forsenda fyrir samkomulagi um að fella niður vörumerkjamálið sem rekið var fyrir héraðsdómi Reykjaness. Hefði það verið ljóst á þeim tíma að heftin væru eign verslana hefði Global Refund á Íslandi alls ekki samþykkt samkomulagið.

Mótmælt er þeirri framsetningu í bréfi Refund á Íslandi frá 3. maí 2002 að markaðshlutdeild Refund á Íslandi sé 30% og hlutdeild Global Refund á Íslandi 70%. Er því haldið fram að þessu sé öfugt farið. Þá er þeirri staðhæfingu mótmælt að ljóst sé að Global Refund á Íslandi „búi að öðrum fjárhagslegum sjóðum en þeim sem rekstur fyrirtæksins hér á landi skilar“ sem ósannri og algjörlega óviðkomandi málinu.

10.

Með bréfi, dags. 26. júní 2002, sendi Logos lögmansþjónusta Samkeppnisstofnun viðbótarkæru þar sem því var haldið fram að tilboð Refund á Íslandi til verslunarinnar Hesta og manna fæli í sér undirboð og bryti gegn 11. gr. samkeppnislaga. Óskað var eftir að Samkeppnisstofnun tæki bráðabirgðaákvörðun á grundvelli 8. gr. samkeppnislaga. Nánar er gerð grein fyrir viðbótarkærinni í I. kafla. Bréfið var sent Lögmonnum Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, til umsagnar með bréfi dagsettu 28. júní 2002. Jafnframt var óskað upplýsinga um viðkomandi samning svo og tæmandi upplýsinga um þau viðskiptakjör sem fyrirtækið hafði boðið í maí og það sem af var júnímánaðar og afrit af samningum sem gerðir höfðu verið á tímabilinu.

Lögmenn Mörkinni svöruðu bréfi Samkeppnisstofnunar með bréfi dagsettu 5. júlí 2002. Bréfinu fylgdu umbeðnar upplýsingar. Í svarbréfinu var auk þess gerð nánari

grein fyrir tilboði Refund á Íslandi til Hesta og manna, dags. 26. júní 2002. Af upplýsingunum má ráða að tilboðið hafi falið í sér [...]³

Í bréfinu er því haldið fram að Global Refund á Íslandi hafi boðið versluninni hærri greiðslur og styrki. Því fari fjarri að Refund á Íslandi hafi boðið verslunum sambærilega hlutdeild í þóknun og Global Refund á Íslandi hafi gert. Er reikningsforsendum Global Refund á Íslandi mótmælt sem röngum. Þá er staðhæfingum Global Refund á Íslandi um markaðshlutdeild Refund á Íslandi mótmælt sem röngum. Minnt er á að Refund á Íslandi hafi eingöngu starfað í tæplega ár. Er einnig vísað til stöðu Global Refund á Íslandi á markaðnum þegar Refund á Íslandi hóf starfsemi og fjárhagslegs styrks Global Refund sem hluta af stórrí alþjóðlegri keðju. Þá kemur fram að staða Refund á Íslandi sé afar viðkvæm enda ljóst að að Global Refund á Íslandi hafi gengið mjög langt í tilboðum til verslana. Í bréfinu er því einnig haldið fram að Global Refund á Íslandi hafi frá því Refund á Íslandi hóf starfsemi gripið til margvíslegra úrræða sem feli í sér brot á samkeppnislögum. Er kröfu Global Refund á Íslandi um að Samkeppnisstofnun taki bráðabirgðaákvörðun í málinu ennfremur mótmælt. Bréfinu fylgdu upplýsingar um þau tilboð og samninga sem fyrirtækið hafði gert í maí og júní 2002 og rekstrarlegar upplýsingar fyrir tímabilið apríl 2002 til júní 2002 eins og óskað hafði verið eftir af hálfu Samkeppnisstofnunar. Samkvæmt upplýsingunum hafði Refund á Íslandi gert [...]⁴

11.

Bréf Lögmannna Mörkinni, dags. 5. júlí 2002, var sent Logos lögmannsþjónustu, f.h. Global Refund á Íslandi, þann 8. júlí 2002. Umsögn um bréfið af hálfu Global Refund á Íslandi barst með bréfi frá Logos lögmannsþjónustu, dags. 15. júlí 2002. Í bréfinu er bent á að Global Refund á Íslandi sé ekki í markaðsráðandi stöðu og því eigi ekki sömu sjónarmið við um fyrirtækið og Refund á Íslandi. Jafnvel hagstæð tilboð samkeppnisaðila réttlæti ekki undirboð þess sem er í markaðsráðandi stöðu. Þá segir að hvort sem staða Refund á Íslandi sé „viðkvæm“ eða ekki réttlæti það ekki undirboð fyrirtækisins í markaðsráðandi stöðu.

12.

Með bréfi, dags. 17. júlí 2002, bárust Samkeppnisstofnun athugasemdir Lögmannna Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, við bréf Logos lögmannsþjónustu, dags. 24. júní 2002. Í bréfinu eru framkomin sjónarmið ítrekuð. M.a. er ítrekað að verslanir eigi þau hefti sem þau hafa fengið í hendur á nokkurs fyrirvara. Gerð er grein fyrir því að Global Refund á Íslandi hljóti að hafa verið ljós þessi afstaða Refund á Íslandi þegar gengið var frá samkomulagi um niðurfellingu vörumerkjamáls aðilanna í héraðsdómi Reykjaness. Hafi þetta m.a. komið fram áður við meðferð málsins hjá

³ Fellt út vegna beiðni um trúnað.

⁴ Fellt út vegna beiðni um trúnað.

Sýslumanninum í Hafnarfirði. Þá segir að sú skoðun Global Refund á Íslandi að það standist ekki að hönnun útlits á bæklingi Refund á Íslandi hafi verið í höndum Eddu-miðlunar en ekki Refund á Íslandi eigi ekki við nokkur rök að styðjast.

13.

Bréf Logos lögmannsþjónustu frá 15. júlí 2002 var sent Lögmonnum Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi þann 19. júlí 2002. Í svarbréfi frá Lögmonnum Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi, dags. 6. ágúst 2002, var vísað til fyrri athugasemda.

14.

Með bréfi, dags. 8. ágúst 2002, hafnaði Samkeppnisstofnun kröfu Global Refund á Íslandi um töku bráðabirgðaákvörðunar vegna meintra undirboða Refund á Íslandi, sbr. viðbótarkæru Global Refund á Íslandi frá 26. júní 2002.

15.

Með bréfi dagsettu 4. október 2002 sendi Logos lögmannsþjónusta, f.h. Global Refund á Íslandi, á ný viðbótarupplýsingar þar sem kvartað var yfir tilboði Refund á Íslandi til Háess. Í bréfinu eru færð rök fyrir því að tilboð Refund á Íslandi feli í sér undirboð. Nánari grein er gerð fyrir tilboðinu í kafla I. Í bréfinu er ennfremur haldið fram að tilboð Refund á Íslandi til Háess sýni að upplýsingar Refund á Íslandi um tilboð fyrirtækisins hafi verið rangar. Er vísað til 2. mgr. 57. gr. samkeppnislaga í þessu sambandi. Þá kemur fram í bréfinu að efni tilboðsins sýni að tilboð Refund á Íslandi séu fjarri því að vera á sama rekstrargrunni og tilboð Global Refund á Íslandi.

16.

Með bréfi dagsettu 11. október 2002 sendi Samkeppnisstofnun bréf Logos lögmannsþjónustu frá 4. október 2002 til umsagnar Lögmannna Mörkinni, f.h. Refund á Íslandi. Jafnframt var óskað eftir upplýsingum um viðkomandi tilboð og tæmandi upplýsingum um viðskiptakjör Refund á Íslandi tímabilið júlí til október 2002. Umsögnin barst með bréfi dagsettu 21. október 2002 ásamt umbeðnum upplýsingum. Í henni er því mótmælt að Refund á Íslandi sé í markaðsráðandi stöðu og vísað til sömu raka og áður í því sambandi. Þá eru settir fram útreikningar sem sýna að mati Refund á Íslandi aðrar arðsemisniðurstöður en útreikningar Global Refund á Íslandi gerðu og því haldið fram að Global Refund á Íslandi bjóði hærri hlutdeild í þóknun en Refund á Íslandi. Samkvæmt upplýsingunum reiknar Refund á Íslandi með því að kostnaður vegna auglýsinga í bæklingi Refund á Íslandi nemi u.þ.b. 48 þús. kr. á ári, og tölvukostnaður, 300 þúsund kr., dreifist á þrjú ár. Kostnaður vegna þriggja auglýsinga í What's on nemi 360 þús. kr. og kostnaður vegna auglýsingar í Atlantica nemi 450 þús. kr. Upplýsingar sem Refund á Íslandi sendi um samninga fyrirtækisins og tilboð ná yfir tímabilið febrúar 2002 til október 2002 og sýna að [...] ⁵ Gefa þessar

⁵ Fellt út vegna beiðni um trúnað.

upplýsingar ekki tilefni til að ætla að upplýsingagjöf Refund á Íslandi til Samkeppnisstofnunar hafi verið röng.

17.

Með bréfi dagsettu 16. desember 2002 sendi Samkeppnisstofnun málsaðilum gagnalista málsins ásamt gögnum sem ekki höfðu verið send aðilum málsins á fyrri stigum þess. Lýsti stofnunin því yfir að gagnasöfnun í málinu væri lokið. Barst bréf frá Logos lögmannsþjónustu, dags. 15. janúar 2003, þar sem fullyrðingum í bréfi Lögmannna Mörkinni frá 21. október 2002 um tilboð Global Refund á Íslandi til verslana er mótmælt sem röngum. Uppfærður gagnalisti málsins var sendur aðilum þess með bréfi dagsettu 22. janúar 2003.

18.

Samkeppnisstofnun hafði við rekstur málsins samband við fulltrúa nokkurra verslana m.a. í þeim tilgangi að afla frekari upplýsinga um kynningu Refund á Íslandi á fyrirtæki sínu. Var m.a. leitast við að hafa samband við fulltrúa sem sem flestra þeirra verslana sem bent er á í bréfi Logos lögmannsþjónustu frá 21. apríl 2002.

Í staðfestri frásögn Páls Inga Magnússonar verslunarstjóra hjá Nanoq segir m.a.:

„Aðspurður sagði hann að skýrt hefði komið fram að um nýtt sjálfstætt fyrirtæki væri að ræða. Fulltrúi Refund á Íslandi hefði lagt áherslu á að um íslenskt fyrirtæki væri að ræða og að sér hefði litist vel á það og því ákveðið að eiga viðskipti við Refund á Íslandi.“ Tók Páll fram til skýringa að fulltrúi Refund á Íslandi hafi áður starfað hjá Global Refund á Íslandi. Þá segir einnig í frásögninni. *„Hann sagði að í kynningunni hefði m.a. verið lögð áhersla á að RI [hér eftir nefnt Refund á Íslandi] gæti verið fljótari í ákvarðanatöku en útlent fyrirtæki sem þyrfti að fá samþykki hjá móðurfyrirtækinu fyrir ákvörðunum sínum. Hann sagðist hafa spurt hvort að Nanoq væri ekki með skriflegan samning við GR [hér eftir nefnt Global Refund á Íslandi] en fulltrúi Refund á Íslandi svarað því til að svo væri ekki“.* Ítrekaði Páll að starfsmaður Refund á Íslandi hefði áður verið starfsmaður Global Refund á Íslandi og því átt að vita þetta.

Í staðfestri frásögn Kjartans Valgarðssonar, framkvæmdastjóra hjá Máli og menningu segir m.a.:

„KV [Kjartan Valgarðsson] sagði það hafa verið alveg ljóst að um nýtt fyrirtæki væri að ræða ótengt Global Refund á Íslandi.“

Þá segir í bréfi Kjartans Valgarðssonar til Samkeppnisstofnunar, dags. 21. maí 2002.

„Ennfremur skal það upplýst að viðskiptamönnum Bókabúða Máls og menningar er í dag boðin þjónusta bæði Refund á Íslandi ehf. og Global Refund á Íslandi hf. og hafa

báðir aðilar komið fyrir í verslunum félagsins búnaði og kynningarefni vegna starfsemi sinnar.“

Í staðfestri frásögn Jóns Sigurjónssonar verslunarstjóra hjá Jóni og Óskari, úra og skartgripaverslun segir:

„Þá hafi Refund á Íslandi komið og kynnt sína þjónustu. Hann sagði aðspurður að sér hefði verið ljóst að um nýtt fyrirtæki í eigu Íslendinga hafi verið að ræða, óháð Global Refund á Íslandi.“

Í staðfestri frásögn Þórðs Úlfars Ragnarssonar, verslunarstjóra hjá Herragarðinum, Kringlunni, segir:

„Þórður sagði að fyrirtækið hefði verið í viðskiptum við Global Refund á Íslandi. Hann sagðist muna eftir því að í búðina hefði komið kona og sagst vera að skipta um hefti þar sem ný hefti væru komin. Hann sagði hana hafa tekið eldri heftin. Hann sagði að hún hefði ekki kynnt að um væri að ræða nýtt fyrirtæki og sér hefði ekki verið ljóst að svo væri. Hann sagði að eftir þetta hafi komið í ljós að fyrirtækið var með samning við Global Refund á Íslandi.“

Í samtali fulltrúa Samkeppnisstofnunar við Hákon Hákonsson kom fram að Samkeppnisstofnun hefði haft samband við verslunarstjóra Herragarðsins sem hafi sagt að fulltrúi Refund á Íslandi hefði komið í verslunina og skipt út heftum án þess að kynna sig. Í staðfestri frásögn Hákons segir vegna þessa:

„Hákon sagðist kannast við það mál. Hann sagði að enginn samningur hafi verið gerður við Refund á Íslandi og að Refund á Íslandi hafi ekki haft sína heimild til að skipta út ávísununum.“

Í staðfestir frásögn Sigurðar Steinþórssonar, eiganda Gull og silfurs segir:

„Sigurður sagði ekki hafa það á hreinu hvað væri hvurs á þessum markaði. Hann sagði að markaðssetning „nýja fyrirtækisins“ gagnvart sér hefði verið óljós og ruglandi. Hann sagði að dag einn hefðu fulltrúar þess komið í verslunina og kynnt sig. Hann mundi ekki nákvæmlega hvenær það hefði verið. Hann sagðist rugla saman heitum fyrirtækjanna og mundi ekki frá hvaða fyrirtæki þeir hefðu sagst vera. Hann sagði að sig hefði þá vantað endurgreiðsluávisanir og því tekið við þeim ávísunum sem mennirnir buðu. Þá hafi þeir skipt um límmiða í glugga verslunarinnar og fána við verslunina. Hann sagðist ekki hafa áttað sig á því að um nýtt fyrirtæki hafi verið að ræða en tók eftir því að merkið var lítillega breytt. Hafi hann þá spurt mennina um ástæður þess. Þeir hafi þá skýrt fyrir honum að þeir væru með nýtt fyrirtæki sem væri íslenskt og byði betri kjör en hitt fyrirtækið. Síðar hafi komið

fulltrúar „gamla fyrirtækisins“ og þeir hafi spurt út í nýju merkingarnar. Hann hafi ákveðið að halda sig við viðskipti við „gamla fyrirtækið“ þar sem honum þótti viðskiptahættir þess nýja villandi og óeðlilegir.“

Í staðfestu minnisblaði verslunarstjóra verslunarinnar Brim, Kringlunni, segir:

„Fram kom að samskipti við Refund á Íslandi hafi hafist á því að fulltrúi Refund á Íslandi hefði komið í búðina og sagt að þau hefti sem búðin hefði undir höndum væru úrelt og bauð fram ný hefti og auglýsingamiða. Sagði hann Ástu að þeim mætti henda.

Eftir þetta hafi fulltrúi Global Refund á Íslandi komið í búðina og skýrt frá því að ekki væri um úrelt gögn að ræða.

Fulltrúi Refund á Íslandi hafi komið síðar á ný og skýrt betur að um væri að ræða nýtt fyrirtæki. Það hafi ráðið ákvarðanatöku um að skipta við Refund á Íslandi“.

Í staðfestri frásögn Ingibjargar Grímsdóttur, fjármálastjóra Vero Moda, Jack and Jones og Exit, segir:

„Þá hafi Refund á Íslandi sent bréf síðla sl. sumar og kynnt fyrirhugaða stofnun nýs fyrirtækis. Fram kom að hún hafði bréfið ekki undir höndum. Í kjölfarið hafi Jónas Hagan komið og kynnt fyrirtækið. Það hafi verið alveg ljóst að um nýtt fyrirtæki væri að ræða ótengt Global Refund á Íslandi.“

Í staðfestri frásögn Önnur Sverrisdóttur rekstrarstjóra hjá Bláa lóninu segir:

„Anna sagði að JH [hér eftir nefndur Jónas Hagan] og Sigurður, sem áður störfuðu hjá Global Refund á Íslandi, hefðu komið á sinn fund sl. haust og kynnt fyrir sér og verslunarstjóra Bláa lónsins að ætlunin væri að stofna nýtt fyrirtæki í sama geira og Global Refund á Íslandi starfar. Hún sagði að fram hefði komið í samtalinu að Bláa lónið væri ekki bundið af samningi við Global Refund á Íslandi. Hún sagði að Bláa lónið hefði góða reynslu af samskiptum sínum við Jónas Hagan og Sigurð og hún hafi því tekið vel í að eiga viðskipti við þá. Hún sagði að engin kjör hefðu verið rædd á þeim fundi. Eftir fundinn hafi hún skoðað samninginn og komist að því að Bláa lónið var bundið af samningi við Global Refund á Íslandi og í honum hafi verið uppsagnarákvæði. Hún sagði að sér hefði líkað illa að hafa fengið upplýsingar um annað frá þeim aðilum sem stóðu að gerð samningsins.“

„Hún sagði að fram hefði komið að hún hefði ekkert á móti því að Refund á Íslandi hefði logoið á heimasíðunni“.

Í staðfestri frásögn Jóns Valgeirs eiganda Hard Rock Café segir:

„JV [Jón Valgeir] sagði það hafa verið alveg ljóst að um nýtt fyrirtæki væri að ræða. Rætt hafi verið um að Refund á Íslandi væri fyrirtæki á svipuðum nótum og Global Refund á Íslandi.“

Auk framangreindra upplýsinga og gagna aflaði Samkeppnisstofnun upplýsinga um endurgreiðslu virðisaukaskatts vegna þjónustu beggja aðila málsins hjá Skattstofu Reykjaness og Ríkisskattstjóra fyrir tímabilið janúar 2001 til október 2002. Af þeim upplýsingum má ráða að markaðshlutdeild Refund á Íslandi var á tímabilinu september 2001 til og með desember 2001 u.þ.b. 40-50% og markaðshlutdeild Global Refund á Íslandi á sama tíma u.þ.b. 50-60%. Tímabilið september 2001 til og með ágúst 2002 var hlutdeild Refund á Íslandi u.þ.b. 50-60% en Global Refund á Íslandi u.þ.b. 40-50%. Virðist markaðshlutdeild Refund á Íslandi hafa vaxið nokkuð undanfarna mánuði, þó einhverjar sveiflur séu milli mánuða. Þegar markaðshlutdeild fyrirtækjanna er virt verður þó að hafa í huga að viðmiðunartímabilið frá því Refund á Íslandi hóf starfsemi er stutt. Þá eru einstakar verslanir með stóran hluta markaðarins og getur markaðshlutdeildin því breyst á stuttum tíma.

TÍMI	ENDURGR. VSK. IR*	ENDURGR. VSK. GR**	HLUTDEILD IR	HLUTDEILD GR
sep.01				
okt.01				
nóv.01				
des.01				
jan.02				
feb.02				
mar.02				
apr.02				
maí.02				
jún.02				
júl.02				
ágú.02				
sep.02				
okt.02				
sep.01-des.01				
sep.01-ágú.02				
sep.01-okt02] ⁶

*Refund á Íslandi. **Global Refund á Íslandi.

⁶ Fellt út vegna trúnaðar.

III. Niðurstöður.

1.

Undirboð og samþætting

1.1. Málsástæður

Í máli þessu heldur Global Refund á Íslandi því fram að Refund á Íslandi hafi misnotað markaðsráðandi stöðu sína og þar með brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga. Er því haldið fram að hlutdeild Refund á Íslandi hafi á þeim tíma sem málið varðar hafi verið á bilinu 50 til 70%. Refund á Íslandi mótmælir því að fyrirtækið sé í markaðsráðandi stöðu. Er því haldið fram að markaðshlutdeild Refund á Íslandi verið um 50 til 60% á tímabilinu en áhersla lögð á stöðu Global Refund á markaðnum er fyrirtækið hóf starfsemi, stuttan tíma sem fyrirtækið hafi starfað, viðkvæma stöðu þess, háttsemi Global Refund á Íslandi á markaðnum og fjárhagslegan styrk þess sem hluta af stórrí alþjóðlegri keðju.

Global Refund á Íslandi heldur því fram að Refund á Íslandi hafi brotið gegn 11. gr. samkeppnislaga með samningi við Edda – miðlun og útgáfu hf. sem hafi falið í sér ólögmdæta samþættingu. Er í því sambandi haldið fram að samningurinn hafi að geyma ákvæði þess efnis að kaup Refund á Íslandi á prentþjónustu væri háð því að Edda – miðlun og útgáfa, þ.e. verslanir Máls og menningar, nýtti sér þjónustu Refund á Íslandi að því er endurgreiðslu virðisaukaskatts varðaði.

Bæði Refund á Íslandi og Edda – miðlun og útgáfa hf. mótmæla því að samningurinn feli í sér brot á samkeppnislögum. Er m.a. á það bent að frelsi fyrirtækisins til að semja við önnur fyrirtæki um sambærileg verkefni sé ekki skert. Af hálfu Edda – miðlunar og útgáfu hf. er bent á að Global Refund á Íslandi verði boðin prentþjónusta og að verslanir Máls og menningar bjóði fram þjónustu beggja aðila málsins.

Í málinu er því enn fremur haldið fram af hálfu Global Refund á Íslandi að Refund á Íslandi hafi stundað undirboð og bent á tilboð fyrirtækisins til verslunarinnar Hestar og menn og fyrirtækisins Háess. Eru settar fram reikniforsendur sem Global Refund á Íslandi telur sýna að um undirboð hafi verið að ræða.

Refund á Íslandi heldur því fram að reikniforsendur Global Refund á Íslandi séu rangar og heldur því fram að tilboð Global Refund á Íslandi til verslana feli í sér hærri hlutdeild í þóknun en tilboð Refund á Íslandi.

1.2. Markaðsskilgreining

Í máli þessu óskaði Global Refund á Íslandi eftir íhlutun Samkeppnisstofnunar á grundvelli 11. gr. samkeppnislaga vegna misnotkunar Refund á Íslandi á markaðsráðandi stöðu sinni.

Við mat á því hvort fyrirtæki er markaðsráðandi þarf að skilgreina viðkomandi markað og kanna stöðu fyrirtækja á honum. Samkvæmt 4. gr. samkeppnislaga er markaður sölusvæði vöru og staðgengdarvöru og/eða sölusvæði þjónustu og staðgengdarþjónustu. Hagfræðileg rök leiða til þess að líta verður á viðkomandi markað frá tveimur sjónarhornum; annars vegar vöru- eða þjónustumarkaðinn og hins vegar landfræðilega markaðinn.

Í niðurstöðu ákvörðunar samkeppnisráðs nr. 8/2003, vegna erindis Refund á Íslandi til vegna meintrar ólögmetrar háttsemi Global Refund á Íslandi, segir að þjónusta sem felst í endurgreiðslu virðisaukaskatts til ferðamanna sem eru búsettir erlendis sé sérstakur þjónustumarkaður í skilningi samkeppnislaga og bæði fyrirtækin starfi á sama þjónustumarkaðnum. Þá segir að landfræðilegur markaður málsins sé Ísland. Sama markaðsskilgreining á við í máli þessu.

1.3. Markaðsráðandi staða

Fyrirtæki telst vera markaðsráðandi þegar það hefur þann efnahagslega styrkleika að geta hindrað virka samkeppni á þeim markaði sem máli skiptir og það getur að verulegu leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina og neytenda, sbr. 4. gr. samkeppnislaga. Við mat á því hvort fyrirtæki telst markaðsráðandi skiptir markaðshlutdeild þess verulegu máli svo og staða keppinauta. Þannig er í samkeppnisrétti almennt litið svo á að há markaðshlutdeild geti ein og sér sýnt markaðsráðandi stöðu fyrirtækis nema fyrir hendi séu kringumstæður sem bendi til annars. Aðrir þættir skipta þó einnig máli við mat á markaðsráðandi stöðu, s.s. fjárhagslegur styrkur fyrirtækja, stærð fyrirtækja, tækniþekking, hegðan fyrirtækis og úrval framleiðsluvara.⁷ Einnig er t.d. litið til þess hversu lengi fyrirtæki hafa haft háa hlutdeild á markaðnum.

Í áðurgreindu máli Refund á Íslandi gegn Global Refund á Íslandi vegna meintrar ólögmetrar háttsemi Global Refund á Íslandi var niðurstaða samkeppnisráðs sú að Global Refund á Íslandi hefði ekki verið í markaðsráðandi stöðu þegar Refund á Íslandi hóf starfsemi. Orðrétt segir í niðurstöðunni:

„Global Refund á Íslandi var eitt á markaðnum þegar Refund á Íslandi hóf starfsemi þann 28. ágúst 2001 og hafði starfað nærri eitt á markaði frá því árið 1996. Samkvæmt framansögðu má líta svo á að Global Refund á Íslandi hafi verið í markaðsráðandi stöðu á þeim tíma nema fyrir hendi séu kringumstæður sem bendi til annars.

Markaðshlutdeild Global Refund á Íslandi breyttist verulega á mjög skömmum tíma og náði Refund á Íslandi þegar í byrjun september 2001 samningum við verslanir sem

⁷ Sjá úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 5/1999, Landssími Íslands og Skíma gegn samkeppnisráði.

seldu um helming allrar vöru til erlendra ferðamanna. Er því að mati samkeppnisráðs ástæða til að skoða frekar stöðu þessara tveggja fyrirtækja á markaðnum.

Sú þjónusta sem mál þetta tekur til er einföld og krefst starfsemin því ekki mikillar tækniþekkingar. Þá þarf stofnkostnaður ekki að vera hár. Eru almennt séð ekki fyrir hendi verulegar markaðshindranir á þeim þjónustumarkaði sem hér um ræðir. Þeir samningar sem Global Refund á Íslandi hafði gert við stærstu verslanirnar og fólu m.a. í sér einkaviðskiptaákvæði voru á hinn bóginn til þess fallnir að útiloka aðra frá markaðnum og viðhalda þar með hinni háu markaðshlutdeild fyrirtækisins. Þrátt fyrir að þessir samningar hafi gert markaðsstarf Refund á Íslandi erfiðara en ella og fulltrúar Global Refund á Íslandi hafi í einhverjum tilvikum a.m.k. bent á gildandi samninga reyndust þeir ekki hafa útilokandi áhrif. Munu fulltrúar Refund á Íslandi hafa haldið því fram gagnvart fulltrúum verslana að einkaviðskiptaákvæði samræmdist ekki samkeppnislögum. Þá hefur komið fram af hálfu Global Refund á Íslandi að Global Refund samstæðan hafði áður en Refund á Íslandi hóf starfsemi tekið ákvörðun um að fella einkaviðskiptaákvæði í samningum sínum niður og var það gert af hálfu Global Refund á Íslandi í kjölfar þess að Refund á Íslandi hóf starfsemi sína.

Markaðsaðstæður á þeim markaði sem hér um ræðir eru með þeim hætti að mestu máli skiptir að hafa góða yfirsýn og þekkingu á markaðnum og tengsl við þær verslanir sem selja erlendum ferðamönnum vörur. Í þessu ljósi hafði Refund á Íslandi óvenjulega stöðu þar sem stofnandi fyrirtækisins, Jónas Hagan Guðmundsson, hafði starfað sem framkvæmdastjóri Global Refund á Íslandi og haft mikil samskipti við verslanir hér á landi fyrir hönd fyrirtækisins. Hafði Jónas af þeim sökum ekki aðeins góð sambönd við verslanirnar heldur einnig þekkingu á allri starfsemi Global Refund á Íslandi og samningum fyrirtækisins.

Í máli Refund á Íslandi hefur verið vísað til þess að rekstur Global Refund á Íslandi gefi til kynna að fyrirtækið geti sótt fé í aðra og digrari sjóði en rekstur Global Refund á Íslandi skilar. Eins og fram kemur í úrskurði áfryjunarnefndar samkeppnismála nr. 12/2002 Sementsverksmiðjan hf. gegn samkeppnisráði er ekki unnt að útiloka að tengsl fyrirtækis við annað fyrirtæki, sem er markaðsráðandi á öðrum enn stærri landfræðilegum markaði varðandi sömu vöru, séu í raun svo náin eða samfléttuð að líta megi svo á að fyrrnefnda fyrirtækið sé í raun í markaðsráðandi stöðu. Þetta geti þó aðeins átt við ef fyrirtækið hefur þann efnhagslega styrkleika, t.d. á grundvelli þekkingar, hráefnis eða fjármagns, að það geti hindrað virka samkeppni og geti að öðru leyti starfað án þess að taka tillit til keppinauta, viðskiptavina eða neytenda. Er í úrskurðinum tekið fram að um sé að ræða undantekningartilvik. Eins og áður segir er Global Refund á Íslandi nær alfarið í eigu hollensks eignarhaldsfélags, Global Refund Holdings B.V., í gegnum dótturfyrirtæki þess. Er

fjárhagslegur styrkur móðurfyrirtækisins verulegur í samanburði við fjárhagslegan styrk Refund á Íslandi. Enda þótt fjárhagslega sterk staða móðurfyrirtækisins sem slík veiti Global Refund á Íslandi óbeint ákveðinn styrk liggja ekki fyrir í málinu gögn sem gefa með ótvíræðum hætti til kynna að starfsemi Global Refund á Íslandi og móðurfyrirtækisins sé samfléttuð með þeim hætti að líta beri svo á að Global Refund á Íslandi sé markaðsráðandi á hinum skilgreinda markaði í krafti móðurfyrirtækisins. Global Refund á Íslandi hefur verið rekið [...]» Í því sambandi verður að hafa í huga að markaðsforsendur Global Refund á Íslandi breyttust verulega á skömmum tíma þar sem velta fyrirtækisins dróst mjög saman. Hins vegar getur slíkur rekstur til lengri tíma gefið tilefni til að kanna frekar tengsl Global Refund Refund á Íslandi og móðurfyrirtækisins.

Þegar litið er til hinnar sérstöku stöðu Refund á Íslandi vegna þeirra sambanda sem framkvæmdastjóri fyrirtækisins hafði við verslanir og lýst var hér að framan og þeirrar staðreyndar að fyrirtækið náði til sín um helming markaðarins aðeins nokkrum vikum eftir að það hóf starfsemi og að hlutdeild fyrirtækisins á markaðnum hefur haldið áfram að vaxa verður ekki talið að Global Refund á Íslandi hafi verið markaðsráðandi á þeim tíma sem mál þetta tekur til.“

Markaðshlutdeild Refund á Íslandi á 12 mánaða tímabili, þ.e. september 2001 til og með ágúst 2002, var u.þ.b. 50-60% en markaðshlutdeild eina keppinautarins um 40-50%. Þegar markaðshlutdeildin er virt verður þó að hafa í huga að Refund á Íslandi hefur verið að hasla sér völl á markaðnum frá því í lok ágúst 2001. Hefur fyrirtækið því aðeins starfað í stuttan tíma á honum. Markaðshlutdeild Refund á Íslandi er nú hærri en markaðshlutdeild Global Refund á Íslandi en svo hefur aðeins verið svo nokkru nemi um mjög skamman tíma. Er það mat samkeppnisráðs að fjárhagslegur styrkleiki Refund á Íslandi sé ekki með þeim hætti að fyrirtækið geti hindrað virka samkeppni. Þá nýtur fyrirtækið ekki fjárhagslegs bakhjarls á borð við Global Refund samstæðuna sem styrkir fjárhagslega stöðu Global Refund á Íslandi óbeint. Að þessu virtu og með hliðsjón af eðli markaðarins og markaðsaðstæðum að öðru leyti, sbr. ofangreind umfjöllun, verður ekki talið að Refund á Íslandi sé í markaðsráðandi stöðu á hinum skilgreinda markaði. Kemur brot á 11. gr. samkeppnislaga því ekki til frekari skoðunar varðandi meint undirboð og samþættingu.

2.

Óréttmætir viðskiptahættir.

Samkeppnisráð telur kvörtun Global Refund á Íslandi vegna meintra óréttmætra viðskiptahátta Refund á Íslandi margþætta. Í fyrsta lagi lúti hún að villandi markaðsetningu í formi eftirlíkingar á ýmsum gögnum Global Refund á Íslandi og heildar viðskiptahugmynd sem Global Refund á Íslandi telur brjóta gegn 20. og 25. gr.

⁸ Fellt út vegna trúnaðar.

samkeppnislaga. Í öðru lagi varði hún þá háttsemi fulltrúa Refund á Íslandi að fjarlægja gögn í eigu Global Refund á Íslandi úr verslunum sem brjóti gegn 20. gr. samkeppnislaga. Í þriðja lagi varði hún þá háttsemi fulltrúa Refund á Íslandi að hvetja fyrirtæki til að vanefna samninga við Global Refund á Íslandi og í fjórða lagi ósannar og villandi upplýsingar í kynningu Refund á Íslandi á fyrirtækinu. Vísar kærandi ekki til tilgreindra ákvæða samkeppnislaga í því sambandi en samkeppnisráð telur að 20. og 21. gr. samkeppnislaga komi fyrst og fremst til álita. Þá telur samkeppnisráð rétt að fjalla um hvort verðlagning Refund á Íslandi hafi falið í sér brot gegn 20. gr. samkeppnislaga. Verður fjallað um hvert þessara kæruatriða en fyrst vikið að viðkomandi ákvæðum samkeppnislaga.

2.1. Ákvæði samkeppnislaga

20. gr. samkeppnislaga hljóðar svo:

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

Í greinargerð með frumvarp til samkeppnislaga segir um þessa grein að um sé að ræða meginreglu sem sé ætlað að ná til ýmissa tilvika sem aðrar greinar kaflans um óréttmæta viðskiptahætti taki ekki til. Kemur fram að önnur ákvæði kaflans gegni mikilvægu hlutverki sem viðmiðun og til leiðbeiningar við mat á því hvaða kröfur eigi að gera lögum samkvæmt til viðskiptahátta.

Í greinargerðinni segir jafnframt:

„Matið á því hvað telja beri góða viðskiptahætti ræðst af atvikum á þeim stað og tíma sem verknaður er unninn á. Ekki er nægilegt að kanna hvað teljist góðir viðskiptahættir að álitum góðra og grandvarra manna í þeirri grein atvinnulífsins sem um er að tefla hverju sinni. Það er einmitt eitt mikilvægasta hlutverk samkeppnisráðs, jafnt og dómstóla, að leggja á það sjálfstætt mat hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki.“

Þá kemur einnig fram í greinargerðinni að greinin geti skipt máli til fyllingar ákvæðum laga um vörumerki, firmu, gæðamerki og löggjafar um verndun hugverka. Greinin verði þó ekki notuð til að veita einkaréttarlega vernd þegar skilyrði þeirra laga eru ekki uppfyllt eða verndartími útrunninn. Greinin geti hins vegar náð til ótilhlýðilegrar hagnýtingar þess að eftirlíkingu svipar mjög til upprunalegrar vöru. Af málum af þessu tagi yrðu það aðallega ýmiss konar óhæfilegar framleiðslueftirlíkingar sem kæmu til kasta þessarar greinar.

Þrátt fyrir að útilokað hafi verið að tilgreina nákvæmlega í lögum hvað teljist óréttmætir viðskiptahættir, verður að telja að með hliðsjón af almennum siðferðilegum gildum samfélagsins, viti stjórnendur fyrirtækja í meginþorra tilvika hvað sé

siðferðilega verjandi í viðskiptum og hvað ekki. Þannig má ljóst vera að viðskiptaaðferðir sem sýnilega eru óheimillegar, ósanngjarnar eða villandi gagnvart keppinautum eða neytendum eru andstæðar samkeppnislögum.

21. gr. samkeppnislaga hljóðar svo:

„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, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir fallnar til 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.

Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.“

25. gr. samkeppnislaga hljóðar svo:

„Óheimilt er að nota í atvinnustarfsemi firmanafn, verslunarmerki eða því líkt sem sá hefur ekki rétt til er notar eða rekur atvinnu undir nafni sem gefur villandi upplýsingar um eignarrétt eða ábyrgð atvinnurekanda. Enn fremur er sérhverjum bannað að nota auðkenni, sem hann á tilkall til, á þann hátt að leitt geti til þess að villst verði á því og öðru einkenni sem annað fyrirtæki notar með fullum rétti.“

Í athugasemdum með 25. gr. í frumvarpi til samkeppnislaga kemur fram að í henni felist almenn samkeppnisregla um vernd auðkenna og sé hún til fyllingar á vörumerkjavernd. Fyrri málsliður greinarinnar hefur að geyma almennt bann við því að nota auðkenni, t.d. firmanafn og vörumerki, sem annar á. Rétturinn til þessara auðkenna geti hvílt á sérlöggjöf svo sem lögum um vörumerki, lögum um verslunarskrár og firmu og prókúruumboð. Ákvæðið skiptir máli um viðbótarvernd þá sem framangreind sérlög veiti auðkennunum. Seinni málsliðurinn takmarkar rétt til að nota auðkenni þannig að leitt geti til þess að villst verði á því og öðru auðkenni sem annað fyrirtæki notar með fullum rétti.

2.2. Óeðlilega lágt söluverð í skilningi 20. gr. samkeppnislaga

Áður hefur komið fram að skaðleg undirverðlagning fellur undir 11. gr. samkeppnislaga um bann við misnotkun á markaðsráðandi stöðu og getur varðar stjórnvaldssektum. Af úrskurði áfrýjunarnefndar samkeppnismála í máli nr. 18/1998, Samtök iðnaðarins gegn samkeppnisráði, má ráða að ef vara eða þjónusta er boðin á óvenjulega lágu verði til langs tíma geti það falið í sér brot á 20. gr. samkeppnislaga sem fjallar um óeðlilega viðskiptahætti, þ.e. óeðlilega lágt söluverð vöru getur í vissum tilvikum brotið gegn 20. gr. án þess að um skaðlega undirverðlagningu sé að ræða. Í máli nr. 12/2002 Sementsverksmiðjan hf. gegn samkeppnisráði sagði ennfremur um beitingu 20. gr. við þessar aðstæður:

„Boð fyrirtækis, sem ekki er í markaðsráðandi stöðu, sem felur í sér lægra vöruverð er því almennt í samræmi við tilgang samkeppnisreglna en ekki andstæð honum. Í því sambandi verður og að telja eðlilegt að ný fyrirtæki á markaðnum færi ákveðnar fórnir í tiltekinn aðlögunartíma til að komast inn á markaðinn enda er 1. gr. samkeppnislaga beinlínis reist á þeim forsendum. Áfrýjunarnefndin lítur þó svo á að í vissum tilvikum geti engu að síður komið til beitingar 20. gr. samkeppnislaga einkum ef tilgangur viðkomandi fyrirtækis er í krafti sérstakra aðstæðna að raska óeðlilega þeirri samkeppni sem fyrir er á tilteknum markaði.“

Megintilgangur 20. gr. samkeppnislaga er að stuðla að góðum siðum í viðskiptum. Samkeppnisráð lítur því svo á að reglan í úrskurði áfrýjunarnefndarinnar feli í sér að í vissum tilvikum geti verið ósiðlegt að selja vöru eða þjónustu á of lágu verði í langan tíma, án tillits til stöðu viðkomandi fyrirtækis á markaðnum. Það er mat samkeppnisráðs beiting 20. gr. samkeppnislaga með þessum hætti verði að teljast til undantekningar sem beri að skýra með þröngum hætti. Eins og áður greinir er það viðurkennt sjónarmið í samkeppnisrétti að hafi fyrirtæki ekki markaðsráðandi stöðu geti sala þess á mjög lágu verði, jafnvel undir kostnaðarverði, haft mjög jákvæð áhrif á verðsamkeppni. Ef umrædd regla áfrýjunarnefndar er túlkuð of vítt er hætta á að dregið sé úr samkeppni.

Samkeppnisráð telur að ofangreind sjónarmið geti átt við um þóknunir sem boðnar eru í viðskiptum. Við mat á því hvort að þóknunir sem þær sem hér um ræðir feli í sér brot gegn 20. gr. samkeppnislaga er unnt að líta til þess hvort þær feli í sér að tekjur vegna viðskiptanna standi ekki undir meðaltals breytilegum kostnaði vegna þeirra. Þó er ekki útilokað að um geti verið að ræða brot gegn 20. gr. þó að tekjurnar séu umfram þann kostnað, sbr. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 8/2000. *Erindi Landssíma Íslands hf. vegna meintrar misnotkunar Íslenska útvarpsfélagsins hf. og Sýnar hf. á markaðsráðandi stöðu sinni.*

Refund á Íslandi tók til starfa hér í ágúst 2001. Sé höfð hliðsjón af því að fyrirtækið er að hasla sé völl á markaðnum, þeim stutta tíma sem það hefur starfað á markaðnum og markaðsaðstæðna að öðru leyti, sbr. ákvörðun samkeppnisráðs nr. 8/2003 vegna erindis Refund á Íslandi vegna meintrar ólögmetrar háttsemi Global Refund á Íslandi kemur ekki frekar til skoðunar hvort umrædd tilboð og samningar hafi falið í sér óeðlilega þóknun, sbr. 20. gr. samkeppnislaga.

2.3. Eftirlíking gagna og heildar viðskiptahugmyndar.

Í máli sínu vísar kvartandi til þess að Refund á Íslandi hafi líkt eftir heildar viðskiptahugmynd Global Refund á Íslandi, þ.e. hugmynd, uppbyggingu og framkvæmd, í stóru og smáu í því skyni að villa um fyrir viðskiptamönnum, bæði verslunum og ferðamönnum. Þannig hafi verið líkt eftir vörumerki, viðskiptanafni, skjölum, auglýsingabæklingi, endurgreiðsluávísun, umslagi, fána, límmiðum og

öðrum viðskiptahugmyndum Global Refund sem slíkum. Er því haldið fram þessi háttsemi feli í sér brot gegn 20. gr. og 25. gr. samkeppnislaga. Í því sambandi er bent á að Refund á Íslandi hafi reynt að telja verslunum trú um að fulltrúar Refund á Íslandi væru frá Global Refund keðjunni. Eini tilgangurinn með háttsemi þessari hafi verið að villa um fyrir viðskiptamönnum og hafa neikvæð áhrif á viðskiptasambönd Global Refund á Íslandi.

Refund á Íslandi mótmælir því að háttsemi fyrirtækisins feli í sér brot á ákvæðum samkeppnislaga. Fram kemur að Refund á Íslandi hafi fengið nafn sitt skráð í hlutafélagaskrá auk hjáheitisins Iceland Refund án takmarkana. Hjáheitið sé notað til kynningar á þjónustu fyrirtækisins og á ávísunum. Telur fyrirtækið enga ruglingshættu á því heiti og heitinu Global Refund. Notkun límmiða og fána geti ekki verið ólögmat. Sama eigi við um notkun á viðurkenndum enskum orðum, orðasambandinu „Tax free shopping“ og bláum lit. Þá er bent á að eftir að lögbann var lagt á notkun Refund á Íslandi á myndmerki hafi fyrirtækið látið hanna nýtt myndmerki til notkunar á ávísunum og kynningarefni. Hafi Refund á Íslandi gert allt sem á þess valdi var til að koma í veg fyrir frekari notkun myndmerkisins sem lögbann var lagt á. Því er mótmælt að fulltrúar Refund á Íslandi hafi villt á sér heimildir með því að telja viðskiptavinum trú um að fyrirtækið væri í einhvers konar samstarfi eða tengt Global Refund. Þvert á móti hafi verið lögð áhersla á það við markaðssetningu að um nýtt fyrirtæki var að ræða í samkeppni við Global Refund á Íslandi.

Myndmerki.

Því er haldið fram af hálfu Global Refund á Íslandi að Refund á Íslandi hafi líkt eftir vörumerki Global Refund á Íslandi, TAX FREE Shopping, myndmerki, í þeim tilgangi að villa um fyrir bæði hérlendum viðskiptamönnum, þ.e. verslunum, og erlendum ferðamönnum. Hafi Refund á Íslandi haldið áfram að nota myndmerkið eftir að Sýslumaður Reykjaness lagði lögbann við notkun þess þann 17. september 2001.

Í kjölfar úrskurðar Sýslumanns Reykjaness breytti Refund á Íslandi myndmerki sínu. Telur samkeppnisráð ekki sýnt að gögn með eldra myndmerki hafi verið notuð eftir þann tíma nema að svo miklu leyti sem þeim hafði áður verið dreift í verslanir. Upplýst er að rekstri staðfestingarmáls vegna lögbannsins fyrir héraðsdómi Reykjaness lauk á meðan rannsókn Samkeppnisstofnunar í máli þessu stóð yfir með yfirlýsingu af hálfu Refund á Íslandi þess efnis að fyrirtækið myndi gera allt sem á þess valdi stæði til að safna saman endurgreiðsluheftum með eldra vörumerki. Verður því ekki fjallað það í máli þessu hvort eldra vörumerki eða notkun þess hafi brotið gegn ákvæðum samkeppnislaga. Vörumerkið skiptir þó að mati samkeppnisráðs máli við heildarmat á því hvort markaðssetning Refund á Íslandi hafi verið villandi og kemur því til skoðunar í því sambandi síðar.

Heiti fyrirtækjanna.

Global Refund á Íslandi heldur því fram að erfitt sé að greina á milli nafns Refund á Íslandi og Global Refund á Íslandi. Markmiðið sé að villa um fyrir viðskiptamönnum og erlendum ferðamönnum.

Eins og bent er á af hálfu Refund á Íslandi var hjáheitið Iceland Refund skráð jafnframt nafninu Refund á Íslandi. Er það notað á öllu kynningarefni fyrirtækisins sem ferðamenn hafa fengið í hendur eða geta nálgast. Sama á við um flest það kynningarefni sem verslanir á Íslandi hafa fengið í hendur eða geta nálgast. Nafnið Refund á Íslandi kemur þó t.a.m. fram neðanmáls í fréttabréfi Refund á Íslandi og í símaskránni. Þá verður ekki útilokað að nafnið Refund á Íslandi sé notað við munnlega kynningu á fyrirtækinu.

Við mat á mögulegri ruglingshættu á heiti fyrirtækja getur skiptir máli að fyrirtækin starfa á sama þjónustumarkaði. Þjónusta fyrirtækjanna felst í endurgreiðslu virðisaukaskatts til erlendra ferðamanna sem hér versla og er þjónustan boðin fram í viðkomandi verslunum. Verslanir bjóða almennt aðeins fram þjónustu eins endurgreiðslufyrirtækis og hafa ferðamenn því almennt ekki val um það hvaða endurgreiðslufyrirtæki veitir þeim þjónustu. Það skiptir fyrirtækin hins vegar eðli málsins samkvæmt verulegu máli að fá verslanir til að bjóða fram þjónustu sína. Í því sambandi skiptir það fyrirtækin máli að þeim sé ekki ruglað saman.

Fram hefur komið að bæði nafnið Global Refund á Íslandi og nafnið Refund á Íslandi eru skráð í firmaskrá og að nafnið Global Refund á Íslandi hefur verið skráð og notað lengur en nafnið Refund á Íslandi. Nafnið Refund á Íslandi er að mati samkeppnisráðs svo líkt nafninu Global Refund á Íslandi að hætta er á að villst verði á nöfnunum þannig að t.d. verslanir geti talið að þau standi fyrir sama þjónustufyrirtæki eða a.m.k. nátengdan rekstur. Slíkur ruglingur getur haft áhrif á framboð þjónustu fyrirtækjanna þar sem verslanir eru nauðsynlegur milliliður við ferðmenn. Er því notkun nafnsins Refund á Íslandi brot á 25. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993. Jafnframt felur hún í sér óréttmæta viðskiptahætti og brýtur því einnig gegn 20. gr. samkeppnislaga.

Ávísanaeyðublöð.

Global Refund á Íslandi heldur því fram að Refund á Íslandi hafi líkt eftir ávísanaeyðublöðum sínum. Er í kærinni sérstaklega kvartað yfir notkun Refund á Íslandi á orðinu „cheque“, notkun á bláum lit og uppsetningu ávísunarinnar.

Ávísanir fyrirtækjanna eru af sömu stærð og er grunnlitur þeirra beggja ljósblár, þó grár litur sé einnig grunnlitur á ávísun Global Refund á Íslandi. Uppsetning

endurgreiðsluávísananna er nærri því að vera alveg eins. Myndmerki eru á sama stað og notuð með sama hætti á grunni ávísananna. Þá hefur Refund á Íslandi valið að nota orðið „cheque“ í beinu framhaldi af nafni fyrirtækisins. eru orðin „Iceland Refund cheque“ rituð með hvítum stöfum á bláum fleti efst á ávísununum, líkt og orðin „Global Refund cheque“ á ávísunum Global Refund á Íslandi. Með vísan til framangreinds og þegar heildaryfirbragð ávísananna er virt verður að telja að Refund á Íslandi hafi með óhæfilegum hætti líkt eftir ávísunum Global Refund á Íslandi þjónustu sinni til framdráttar og með því brotið gegn 20. gr. samkeppnislaga.

Umslög.

Af hálfu kæranda er því haldið fram að Refund á Íslandi hafi notað slagorð fyrirtækisins á umslagi sínu og líkt að öðru leyti eftir hönnun, útliti og upplýsingum á umslaginu.

Á umslögum beggja fyrirtækjanna er notað slagorðið „Don't leave your money behind“ þó staðsetning þess sé mismunandi. Samkeppnisráð telur að það samræmist ekki góðum viðskiptaháttum að fyrirtæki sem starfar á sama þjónustusviði og annað fyrirtæki noti þjónustu sinni til framdráttar sama slagorð og hitt fyrirtækið hefur notað um margra ára skeið. Notkun slagorðsins er því brot á 20. gr. samkeppnislaga. Samkeppnisráð telur að umslögin séu ekki að öðru leyti, hvorki að efni né útliti, svo lík að brotið hafi verið gegn 25. eða 20. gr. samkeppnislaga.

Límmiðar og fánar.

Að mati samkeppnisráðs getur notkun límmiða sem festir eru í glugga og fána til kynningar á fyrirtækinu, líkt og Global Refund á Íslandi gerði, ekki talist fela í sér sérgreinanlega viðskiptahætti. Háttsemi Refund á Íslandi að þessu leyti var því ekki óheiðarleg, ósanngjörn eða villandi gagnvart keppinautum eða neytendum þannig að brotið hafi verið gegn 25. eða 20. gr. samkeppnislaga.

Bæklingur.

Af hálfu Global Refund á Íslandi er því haldið fram að Refund á Íslandi hafi tekið upp og líkt eftir auglýsingabæklingi Global Refund á Íslandi með því að nota öll sömu megineinkenni og Global Refund á Íslandi.

Báðir bæklingarnir eru auglýsingabæklingar sem ætlað er að miðla ákveðnum upplýsingum til ferðamanna. Vissar upplýsingar eru því óhjákvæmilega þær sömu í þeim báðum. Efnistöð og framsetning upplýsinga í bæklingunum er þó almennt ólík. Auglýsingabæklingarnir bera svipaða grunnliti á forsiðu og prýðir ljósmynd forsiður beggja bæklinganna. Hins vegar eru heiti þeirra ólík, rauður litur er notaður með áberandi hætti á forsiðu bæklinga Refund á Íslandi og vefslóð fyrirtækisins rituð með stórum stöfum á vinstra kanti forsiðunnar. Á hægri kanti forsiðunnar er einnig að finna upptalningu á efni bæklinga. Þá eru bæklingarnir í ólíku broti. eru

bæklingarnir samkvæmt framansögðu því að mati samkeppnisráðs svo ólíkir að ekki verður talið að um sé að ræða brot gegn 20. eða 25. gr. samkeppnislaga.

Heildar viðskiptahugmynd.

Af hálfu Global Refund á Íslandi er því haldið fram að Refund á Íslandi hafi líkt eftir heildar viðskiptahugmynd Global Refund á Íslandi. Er í því sambandi vísað til þeirra gagna sem um er fjallað hér að framan. Sú heildar viðskiptahugmynd sem Global Refund á Íslandi vísar til getur að mati samkeppnisráðs ekki talist auðkenni í skilningi 25. gr. samkeppnislaga. Ekki er vísað til 27. gr. í kvörtuninni en Hæstiréttur hafnaði því í máli nr. 398/2001 Global Refund á Íslandi o.fl. gegn Jónasi Hagan Guðmundssyni og Refund á Íslandi ehf, að sýnt hefði verið fram á að Refund á Íslandi eða framkvæmdastjóri fyrirtækisins hefði með starfsemi sinni brotið gegn greininni.

Á hinn bóginn leiðir heildarmat á markaðssetningu Refund á Íslandi, einkum upphaflegu myndmerki, nafni fyrirtækisins og ávísunum samkvæmt umfjöllun hér að framan og í sumum tilvikum óljósrar kynningar á fyrirtækinu, til þess að markaðssetning Refund á Íslandi telst hafa verið villandi og ósanngjörn gagnvart Global Refund á Íslandi og því falið í sér brot gegn 20. gr. samkeppnislaga. Í því sambandi skiptir verulegu máli að framkvæmdastjóri Refund á Íslandi hafði verið framkvæmdastjóri Global Refund á Íslandi áður en hann stofnaði Refund á Íslandi og mjög stuttur tími leið frá því hann hætti störfum hjá Global Refund á Íslandi þar til hann hóf að kynna Refund á Íslandi.

2.4. Ávísanahefti Global Refund á Íslandi fjarlægð úr verzlunum

Óumdeilt er að Refund á Íslandi fjarlægði ávísanahefti Global Refund á Íslandi úr verzlunum á fyrstu vikum eftir að fyrirtækið hóf starfsemi. Í sumum tilvikum var það gert án þess að fulltrúar verslananna færu fram á það og án viðhlýtandi skýringa. Á þeim tíma hafði Refund á Íslandi ekki ritað undir samning um viðskipti við viðkomandi verslanir og því síður lá fyrir að verslanirnar hafi eingöngu ætlað að vera í viðskiptum við Refund á Íslandi. Ávísanaheftin eru nauðsynleg forsenda þess að fyrirtæki á þessum markaði geti boðið fram þjónustu sína. Með því að fjarlægja heftin kom Refund á Íslandi því í veg fyrir að þjónusta Global Refund á Íslandi yrði boðin fram. Slíkir viðskiptahættir eru að mati samkeppnisráðs óréttmætir og fela í sér brot gegn 20. gr. samkeppnislaga.

2.5. Verslanir hvattar til að vanefna samninga við Global Refund á Íslandi

Í kvörtun Global Refund á Íslandi er því haldið fram að fulltrúar Refund á Íslandi hafi hvatt verslanir til að vanefna samninga sína við Global Refund á Íslandi. Er sérstaklega á það minnt að framkvæmdastjóri Refund á Íslandi hafi verið fullkunnugt um að viðskiptamenn Global Refund á Íslandi höfðu gert samninga við fyrirtækið þar sem samningstíminn var yfirleitt nokkur ár með tilteknum uppsagnarfresti.

Óumdeilt er að fulltrúar Refund á Íslandi hafa haldið því fram gagnvart verslunum að þær væru ekki bundnar af einkaviðskiptaákvæðum í samningum við Global Refund á Íslandi þar sem þeir töldu þá brjóta gegn ákvæðum samkeppnislaga. Það er mat samkeppnisráðs að ábendingar til verslana um lögmæti samninga sem þær voru aðilar að og fólu aðeins í sér mat fulltrúa Refund á Íslandi feli ekki í sér viðskiptahætti sem brjóti gegn 20. gr. samkeppnislaga. Þá getur það eitt að bjóða fram þjónustu Refund á Íslandi ekki talist óréttmætir viðskiptahættir sem brjóti gegn 20. gr. samkeppnislaga jafnvel þó fulltrúar Refund á Íslandi hafi þekkt ákvæði þeirra samninga sem verslanir höfðu gert við Global Refund á Íslandi. Af gögnum málsins verður ekki ótvírætt ráðið að fulltrúar Refund á Íslandi hafi gefið rangar upplýsingar um efni samninganna.

2.6. Rangar og villandi upplýsingar við kynningu fyrirtækisins

Í kvörtun sinni bendir Global Refund á Íslandi á að Refund á Íslandi hafi haft auðkenni Bláa lónsins á vefsíðu sinni þrátt fyrir að Bláa lónið væri ekki í viðskiptum við Refund á Íslandi. Ekki er í þessu sambandi vísað til tilgreindra ákvæða samkeppnislaga.

Samkeppnisráð skilur kvörtun Global Refund á Íslandi svo að Refund á Íslandi hafi ranglega gefið til kynna að Bláa lónið væri í viðskiptum við Refund á Íslandi. Kemur 21. gr. samkeppnislaga því helst til álita. Fram kemur í gögnum málsins að Bláa lónið var ekki mótfallið því að merki þess væri á vefsíðu Refund á Íslandi. Því verður ekki talið að Refund á Íslandi hafi með því einu að auglýsa Bláa lónið á vefsíðu sinni gefið með svo ótvíræðum hætti til kynna að Bláa lónið væri í viðskiptum við Refund á Íslandi að um geti verið að ræða rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í skilningi 21. gr. samkeppnislaga. Með sömu rökum verður ekki talið að Refund á Íslandi hafi brotið gegn 20. gr. samkeppnislaga.

Kvartandi heldur því ennfremur fram að Refund á Íslandi hafi ranglega fullyrt á vefsíðu sinni að fyrirtækið hefði náð um 80% markaðshlutdeild.

Fyrst eftir að Refund á Íslandi hóf starfsemi kom eftirfarandi texti fram á vefsíðu fyrirtækisins. „*Iceland Refund handles over 80% of the Icelandic tax refund market. Therefore most of the Icelandic shops carry Iceland Refund taxfree cheques*“. Af gögnum málsins má ráða að Refund á Íslandi byggði þessa fullyrðingu á viljayfirlýsingum um viðskipti við Refund á Íslandi sem verslanir undirrituðu um það leyti er fyrirtækið hóf starfsemi sína. Strax á fyrstu vikum eftir að Refund á Íslandi hóf starfsemi var ljóst að þessar verslanir myndu ekki allar gera samning um viðskipti við Refund á Íslandi. Fram kemur í gögnum málsins að umrædd staðhæfing hafi fyrst verið fjarlægð eftir að kvörtun Global Refund á Íslandi kom fram, þ.e. í lok nóvember.

Upplýsingar um að meira en 80% af verslunum á Íslandi séu í viðskiptum við Refund á Íslandi var til þess fallin að hafa áhrif á afstöðu ferðamanna til fyrirtækisins og vilja

annarra verslana til að bjóða fram þjónustu þess. Fullyrðingin byggði aðeins á viljayfirlýsingu verslana og stóð áfram á vefsíðunni eftir að ljóst var orðið að eingöngu hluti þeirra verslana sem ritað höfðu undir viljayfirlýsingu myndu bjóða fram þjónustu Refund á Íslandi. Fullyrðingin var því röng og fól í sér brot gegn 21. gr. samkeppnislaga.

Í kvörtun Global Refund á Íslandi er því enn fremur haldið fram að Refund á Íslandi hafi í tilboðum sínum borið þjónustu sína saman við þjónustu Global Refund á Íslandi og við það gefið rangar og villandi upplýsingar. Er á því byggt að því hafi verið haldið fram að Refund á Íslandi byði „sömu þjónustu“ og Global Refund á Íslandi.

Af gögnum málsins verður ekki annað ráðið en að samanburður Refund á Íslandi á þjónustu fyrirtæksins við þjónustu kvartanda hafi verið settur fram með almennum hætti. Í því sambandi verður að taka tillit til þess að þjónusta fyrirtækjanna er í eðli sínu hin sama. Þá bera endurgreiðsluávisanir og önnur gögn Refund á Íslandi almennt vel mér sér hvaða þjónustu fyrirtækið veitir. Vegna þessa telur Samkeppnisráð ekki sýnt að Refund á Íslandi hafi borið þjónustu sína saman við þjónustu Global Refund á Íslandi þannig að brotið hafi verið gegn 21. eða 20. gr. samkeppnislaga.

Að lokum er því haldið fram í kvörtun Global Refund á Íslandi að fulltrúar Refund á Íslandi hafi heimsótt viðskiptamenn Global Refund á Íslandi og talið þeim trú um að þeir væru í raun frá Global Refund á Íslandi. Því hafi verið haldið fram að starfsmenn Refund á Íslandi væru fulltrúar nýs íslensks félags sem væri hluti Global Refund keðjunnar. Í þeim yfirlýsingum sem liggja fyrir í málinu er þetta ekki staðfest. Á hinn bóginn sýna sumar yfirlýsingarnar að kynningin var að teknu tilliti til markaðssetningar fyrirtækisins í heild sinni og fyrri starfa framkvæmdastjóra þess í sumum tilvikum óljós. Hefur samkeppnisráð þegar tekið á þeim þætti málsins.

Samkeppnisráð skilur kvörtun Global Refund á Íslandi svo að tilvísun til blaðagreinar framkvæmdastjóra Refund á Íslandi hafi verið sett fram „samhengisins vegna“ eins og segir í kvörtuninni en ekki að efni blaðagreinarinnar hafi falið í sér brot gegn samkeppnislögum. Er því ekki fjallað sérstaklega um efni greinarinnar af hálfu samkeppnisráðs.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Notkun á firmanafninu Refund á Íslandi ehf. brýtur gegn 20. og 25. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993. Með heimild í 2. mgr. 30. gr. sömu laga bannar samkeppnisráð Refund á Íslandi ehf. að nota nafnið. Tekur bannið gildi fjórum vikum eftir birtingu ákvörðunarinnar.

Með vísan til 20. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 og með heimild í 2. mgr. 30. gr. sömu laga bannar samkeppnisráð Refund á Íslandi ehf. að nota endurgreiðsluávisanir fyrirtæksins í óbreyttri mynd. Tekur bannið gildi fjórum vikum eftir birtingu ákvörðunarinnar.

Með vísan til 20. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 og með heimild í 2. mgr. 30. gr. sömu laga bannar samkeppnisráð Refund á Íslandi ehf. að nota slagorðið „Don't leave your money behind“. Tekur bannið gildi fjórum vikum eftir birtingu ákvörðunarinnar.

Samkeppnisráð telur að Refund á Íslandi ehf. hafi með viðskiptaháttum sínum við kynningu á fyrirtækinu brotið gegn 20. og 21. gr. samkeppnislaga.“

[Máli þessu var áfrýjað; sjá úrskurð áfrýjunarnefndar samkeppnismála nr. [6-7/2003](#)]