

Miðvikudagurinn 7. maí 1997 kl. 12:15

94. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 17/1997

## Notkun efsta stigs lýsingarorða í auglýsingum Úrvals-Útsýnar hf.

### I.

#### Málavextir

##### 1.

Samkeppnisstofnun barst erindi, dags. 3. mars 1997, frá Samvinnuferðum-Landsýn hf. Í erindinu er kvartað yfir sjónvarpsauglýsingu Úrvals-Útsýnar þar sem m.a. segir: „*Bestir í Portúgal*“.

Kvörtunin var send ferðaskrifstofunni til umsagnar með bréfi, dags. 4. mars 1997. Í kjölfar þess var auglýsingunni breytt og sagt: „*bestir í Portúgal í 15 ár*“.

Svar, dags. 26. mars 1997, barst frá Íslensku auglýsingastofunni fyrir hönd Úrvals-Útsýnar þar sem segir m.a.:

*„Afar einfalt er að færa sönnur á fullyrðinguna um að Úrval-Útsýn hafi verið sú íslensku ferðaskrifstofanna sem stóð sig best hvað varðar ferðir til Portúgals sl. 15 ár. Engin önnur íslensk ferðaskrifstofa hefur fram til þessa flogið þangað í leiguflugi eða selt þangað ferðir svo nokkru nemi. Úrval-Útsýn hefur boðið mikið og gott úrval ferða og gististaða, haft þar fararstjóra, barnaklúbba, hjúkrunarfræðinga, golfkennara og aðra þjónustu eins og best gerist.*

*Umrædd sjónvarpsauglýsing er framleidd og birt í fullu samráði við og á kostnað ferðamálaráðs Algarve í Portúgal enda lítur ráðið á Úrval-Útsýn sem brautryðjanda í þessum málum. Auðvelt er að afla staðfestingar á málinu þar og hjá konsúl Portúgals á Íslandi ef Samkeppnisstofnun þykir þurfa.“*

Kvartandi taldi þetta svar ekki fullnægjandi þar sem forsendur væru breyttar á árinu 1997 og Úrval-Útsýn ekki lengur eina ferðaskrifstofan sem byði ferðir til Portúgals.

## 2.

Þann 5. mars sendi Samkeppnisstofnun Úrvali-Útsýn annað erindi í framhaldi af útvarpsauglýsingu ferðaskrifstofunnar þar sem sagði m.a.: „*tryggðu þér lágsta mögulega verð til Portúgals og Mallorca fyrir 10. mars*“.

Í munnlegu svari Úrvals-Útsýnar kom fram að ferðaskrifstofan væri að auglýsa að lágsta verð hennar byðist til 10. mars en ekki væri um að ræða samanburð við aðrar ferðaskrifstofur. Ferðaskrifstofunni var sagt að breyta auglýsingunni þegar í stað þannig að þetta kæmi skýrt fram. Auglýsingunni var breytt með eftirfarandi hætti og sagt: „*tryggðu þér lágsta mögulega verð Úrvals-Útsýnar til Portúgals og Mallorca fyrir 10. mars*“.

## 3.

Ráðgjafarnefnd samkeppnisráðs, auglýsinganefnd, taldi á fundi sínum þann 5. maí sl., með vísan til 21. og 51. gr. samkeppnislaga, ástæðu til að banna þessar efsta stigs auglýsingar Úrvals-Útsýnar þar sem ferðaskrifstofan hefði í svari sínu ekki sýnt fram á að fullyrðingarnar stæðust.

## II.

### Niðurstöður

21. gr. samkeppnislaga nr. 8 frá 1993 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.“*

Sú almenna regla gildir að auglýsandi þarf að geta fært sönnur á réttmæti staðhæfingar sem hann kemur fram með. Á þetta jafnt við um auglýsingar þar sem efsta stig lýsingarorðs er notað, s.s. mestur og bestur, jafnt og um aðrar auglýsingar. Túlkun samkeppnisyfirvalda á 21. gr. samkeppnislaga er sú að óheimilt sé að nota efsta stig lýsingarorðs í auglýsingum nema auglýsandi geti með auðveldum og hlutlausum hætti fært sönnur á fullyrðingar sínar.

Bæði Úrvali-Útsýn og Íslensku auglýsingastofunni er fullkunnugt um þessa túlkun samkeppnisyfirvalda á auglýsingum í efsta stigi. Í framhaldi af auglýsingum Úrvals-Útsýnar síðastliðið sumar um „*glæsilegustu gististaðina*“ og „*ódýrustu haustferðirnar*“ var fyrirtækjunum sent erindi. Fyrirtækin gátu ekki fært sönnur á fullyrðingarnar en í svari Íslensku auglýsingastofunnar kom fram að með ódýrustu haustferðunum væri átt við að ekki byðust ódýrari sólarferðir en til Portúgals þrátt fyrir að á slíkt væri ekki minnst í auglýsingunni. Þá kom fram að mat forráðamanna og starfsmanna ferðaskrifstofunnar lægi til grundvallar fullyrðingunni um „*glæsilegustu gististaðina*“.

Með bréfi Samkeppnisstofnunar, dags. 16. ágúst 1996, til Úrvals-Útsýnar og Íslensku auglýsingastofunnar var fyrirtækjunum bent á að það teldist brot á 21. gr. samkeppnislaga að nota efsta stig lýsingarorða í auglýsingum þegar auglýsandi gæti ekki sannað fullyrðingar sínar á auðveldan og óvilhallan hátt. Jafnframt var fyrirtækjunum tjáð að viðurlögum samkeppnislaga yrði beitt ef Úrval-Útsýn birti aftur auglýsingu þar sem efsta stig lýsingarorða væri notað án fullnægjandi sannana.

Í auglýsingum þeim sem greint er frá hér að framan hefur Úrval-Útsýn veitt rangar og villandi upplýsingar og þar með hefur ferðaskrifstofan brotið 21. gr. samkeppnislaga.

Samkeppnisráð telur ljóst að ferðaskrifstofan hafi ítrekað birt auglýsingar þar sem efsta stig lýsingarorða er notað án fullnægjandi sannana. Af þeim sökum telur samkeppnisráð nauðsynlegt að banna Úrvali-Útsýn að nota lýsingarorð í efsta stigi í auglýsingum séu ekki fullnægjandi og óyggjandi sannanir fyrir hendi.

**III.**  
**Ákvörðunarorð:**

„Með vísan til 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 og með heimild í 51. gr. sömu laga bannar samkeppnisráð Úrvali-Útsýn hf., Lágmúla 4, Reykjavík, að auglýsa með lýsingarorði í efsta stigi nema ferðaskrifstofan geti með fullnægjandi og óbyggjandi hætti sannað fullyrðinguna.

**Bannið tekur gildi kl. 12:00 þann 12. maí 1997.**

**Verði banninu ekki fylgt mun viðurlögum samkeppnislaga verða beitt.“**