



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 32/2010

## **Útgáfa Forlagsins ehf. á Bókatíðindum Forlagsins og birting á auglýsingu með metsölulista Forlagsins**

### **I. Erindið**

Með bréfi Samkeppniseftirlitsins til Neytendastofu, dags. 18. nóvember 2009, var erindi Bjarts og Veraldar, dags. 11. nóvember 2009, framsent Neytendastofu, með vísan til 2. mgr. 7. gr. stjórnssýslulaga nr. 37/1993. Í erindinu er kvartað yfir útgáfu og dreifingu á Bókatíðindum Forlagsins sem dreift var með Morgunblaðinu 7. nóvember 2009 og birtingu auglýsingar Forlagsins á metsölulista bóka Forlagsins sem birtist í Fréttablaðinu sama dag.

Í erindinu segir að Félag íslenskra bókaútgefanda hafi um langt árabil gefið út Bókatíðindi sem öll bókaforlög landsins hafi sameinast um og hafi um langt árabil verið viðurkennd sem „Bókatíðindin“. Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefenda séu mjög mikilsverður og viðurkenndur hluti markaðssetningar og sölu bóka á íslenskum markaði.

Bókatíðindi Forlagsins komi nú út áður en Bókatíðindum Félags íslenskra bókaútgefenda sé dreift. Þau beri sama titil og Bókatíðindi félagsins, líti alveg eins út, umbrot sé með svipuðum hætti og dálkaskipting eins þar sem blaðsíðutal, útgefandi og ISBN númer er að finna ásamt kápu viðkomandi bókar. Útgefandinn sem tilgreindur sé á eftir hverjum titli sé ekki eingöngu Forlagið heldur einnig Mál og menning, Vaka-Helgafell, JPV og Iðunn. Þá séu auglýsingar í Bókatíðindum Forlagsins líkt og í Bókatíðindum Félags íslenskra bókaútgefenda merktar Vöku-Helgafelli, Máli og menningu, Forlaginu, Iðunni, Uglunni og JPV. Bendi allt þetta til þess að markmiðið sé að rugla neytandann sem eigi að fá það á tilfinninguna að þarna séu hin eiginlegu Bókatíðindi komin út.

Forlagið sé markaðsráðandi á íslenskum bókamarkaði. Það beri höfuð og herðar yfir aðra útgefendur, jafnvel þó þeir séu allir lagðir saman. Forlagið sé eina útgáfufélagið sem hafi bolmagn til þess að senda bókaskrá sína inn á tugi þúsunda heimila og engin önnur bókaútgáfa



gefi út slíkan titlafjölda að bókaskráin nálgist Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefanda að umfangi. Af hverju að kalla útgáfuna Bókatíðindi Forlagsins og af hverju að stæla útlit Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda? Markmiðið geti ekki verið annað en að blekkja neytendur. Bókatíðindum Forlagsins sé þannig leynt og ljóst ætlað að koma í staðinn fyrir Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefenda og gefa neytendum þá tilfinningu að ekki þurfi að leita víðar að bókum. Titillinn Bókatíðindi segir etv. allt sem segja þarf en þegar við bætist að fjöldi „forlaga“ auglýsir í bókatíðindunum, bæði í kynningum á einstökum bókum og í heilsíðuauglýsingum þarf ekki frekari vitnanna við. Íslenskir útgefendur hafi byggt upp vörumerkið Bókatíðindi á löngum tíma, menn hafi litið á það sem sameign allra útgefenda hvort sem þeir séu í Félagi íslenskra bókaútgefenda eða ekki því öllum hefur verið veittur aðgangur að Bókatíðindunum. Forlagið í sinni markaðsráðandi stöðu reyni að eigna sér vörumerkið og láta eins og það sé aðeins eitt Forlag á markaðnum.

Hinn 11. nóvember 2009, hafi „Metsölulisti Forlagsins“ birst í Fréttablaðinu í tveimur dálkum. Ekkert hafi verið gert til þess að auðkenna listann sem auglýsingu heldur hafi almennur lesandi villst á honum og metsölulista hlutlauss aðila. Þarna misnota Forlagið markaðsráðandi stöðu sína og stærð. Enginn útgefandi sé með slíkt úrval titla að hann geti birt trúverðugan metsölulista og þar að auki merkt hann sem „Aðallista“ og „Barna- og unglingsbækur“. Ekki sé tekið fram hver gefi bækurnar út öfugt við það sem gert sé í Bókatíðindum Forlagsins. Því sjáist ekki að allar bækurnar séu gefnar út af bókaútgáfum undir regnhlíf Forlagsins. Það sé ekki afsökun að það standi „Metsölulisti Forlagsins“ því engum detti í hug að Landsbankamenn einir hafi mátt leika í Landsbankadeildinni eða starfsmenn Glitnis hafi einokað Glitnismaræponið. Kostun sé viðtekið fyrirbrigði í nútímanum og ekki óeðlilegt að langstærsta bókaútgáfa landsins kosti birtingu metsölulista. Metsölulisti sé einfalt fyrirbæri, sala mest seldu bókanna sé fundin út miðað við sölutölur á útsölustöðum og þeim síðan raða í flokka. Ef fallast ætti á þetta fyrirkomulag Forlagsins á birtingu „Metsölulista“ mætti á sama hátt fallast á að Hagar birtu verðkönnun sem fram hefði farið í verslunum Bónuss, Hagkaups og 10-11 og fengið út að Bónus væri alltaf lægstur. Hinn almenni lesandi gæti haldið að Bónus væri alltaf með lægsta verðið á markaðnum, Hagkaup kæmi þar á eftir en 10-11 væri alltaf hæst. Engum dytti í hug að spyrja hvar Krónan væri í þessu samhengi. Á sama hátt spyr enginn hvar bækur frá Bjarti & Veröld, Sölku, Skruddu, o.s.frv. séu, þegar Metsölulisti Forlagsins er skoðaður. Markmiðið með því að birta metsölulista Forlagsins sé að villa um fyrir neytendum og skaða samkeppni á íslenskum bókamarkaði. Forlagið sé að misnota markaðsráðandi stöðu og kraft stærðar sinnar. Enn lætur það eins og það sé aðeins eitt Forlag á markaðnum. Er þess krafist að málefni Forlagsins verði tekið til alvarlegrar skoðunar og komið verði í veg fyrir áframhaldandi misbeitingu markaðsráðandi stöðu á íslenskum bókamarkaði.



## II. Málsmeðferð

### 1.

Erindið var sent Forlaginu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 11. desember 2009. Í bréfinu kom fram að í erindinu væri ekki vísað til lagagreina en að mati Neytendastofu kæmu til álit 5. gr., 1. og 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr., 14. gr. og 15. gr. a laga um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, nr. 57/2005.

Svar Forlagsins barst Neytendastofu með bréfi, dags. 27. janúar 2010. Þar segir að áratugum saman hafi bókaforlög af öllum stærðum og gerðum reglulega gefið út bæklinga og blöð til að kynna sína eigin útgáfu, samhliða útgáfu Bókatíðinda Félags íslenskra útgefenda og iðulega í verulega stórum upplögum með umtalsverðri dreifingu. Ekki hafi Forlagið, né aðrir útgefendur að því er virðist litið svo á að verið væri að veikja Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefenda útgefenda með slíkri útgáfu heldur vegur þeirra aukist á sama tíma. Það séu um 50 ár síðan að Bókatíðindi Iðunnar komu fyrst út þar sem útgáfa Iðunnar það árið var kynnt. Útgáfa Bókatíðinda Iðunnar hafi staðið nær sleitulaust í 30 ár undir því nafni. DV hafi gefið út sín eigin bókatíðindi samhliða útgáfu Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda fyrir um 10 árum í 3-4 ár. Að Félag íslenskra bókaútgefenda eigi heitið bókatíðindi sé út í hött. Félagið hafi sótt um skráningu þess vörumerkis til Einkaleyfastofu en hafi verið synjað um það á árinu 2001 sökum þess að nafnið hafi þótt of almennt og lýsandi og því óskráningarhæft.

Forlagið, áður JPV útgáfa hafi kappkostað frá upphafi að koma sínum tíðindum úr eins snemma og kostur sé. Því hafi verið eins varið í október og nóvember á árinu 2009. Frá stofnun JPV útgáfu á árinu 2001 hafi bókatíðindi fyrirtækisins verið komin út og í dreifingu á undan Bókatíðindum Félags íslenskra bókaútgefenda. Undanfarin 2 ár hafi bókatíðindi Forlagsins verið prentuð í stórum upplögum og þeim nánast öllum dreift fyrir útkomu Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda.

Bókatíðindi Forlagsins séu rækilega merkt Forlaginu á kápu, bæði með lettri og merki fyrirtækisins. Þau séu í allt öðru broti en Bókatíðindi íslenskra bókaútgefenda og séu 63 blaðsíður en Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefenda sé 256 blaðsíður.

Öllum útgefendum hafi staðið til boða að nýta sér umbrot Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda í gegnum Prentsmiðjuna Odda og hefur Félag íslenskra bókaútgefenda bent útgefendum á það. Árið 2008 nýtti Forlagið sér það en á árinu 2009 var ákveðið að umbrotið færi fram innanhúss. Fullyrðingar um að Forlagið sé að stæla útlit Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda veki því furðu.



Þrátt fyrir útgáfu Bókatíðinda Forlagsins taki Forlagið fullan þátt í útgáfu Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda og kaupi fleiri auglýsingar en nokkru sinni áður. Því væri það sérkennilegt ef markmið Forlagsins væri að veikja, stela eða eyðileggja bæklingi Félags íslenskra bókaútgefenda.

Hvort rit heiti Bókatíðindi, Útgáfutíðindi eða eitthvað annað skipti ekki máli. Forlagið telji sig hafa fullan rétt til notkunar heitisins Bókatíðindi eins og allir aðrir.

Hvað viðkemur auglýsingu Forlagsins á metsölulista Forlagsins segir í bréfinu að auglýsingin sé kirfilega merkt Forlaginu bæði með letri og merki fyrirtækisins. Sömuleiðis sé á fæti auglýsingarinnar bent á vefslóð fyrirtækisins. Á engan hátt sé reynt að fela Forlagið í auglýsingunni. Í auglýsingunni standi með hástöfum að þetta sé „METSÖLULISTI FORLAGSINS“ ásamt stórra birtingu af merki fyrirtækisins. Forlagið hefur starfað sem bókaútgáfa frá árinu 1984 og notað sama vörumerki frá upphafi og ættu flestir sem fylgist með íslenskum bókamarkaði að þekkja merkið. Áður hafi JPV útgáfa auglýst metsölulista sinn með sambærilegum hætti í dagblöðum og aðrir útgefendur sömu leiðis auk Hagkaupa, Eymundsson, Bónus og fleiri.

## 2.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 3. febrúar 2010, var bréf Forlagsins sent Bjarti og Veröld til umsagnar. Svar fyrirtækisins barst Neytendastofu með bréfi, dags. 8. febrúar 2010. Þar segir að það liggi ljóst fyrir að Forlagið reyndi að stæla útlit og uppsetningu Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda í Bókatíðindum sínum. Svo virðist sem mikilvægt hafi verið að koma Bókatíðindum Forlagsins út á undan Bókatíðindum Félags íslenskra bókaútgefenda. Markmiðið með því geti ekki hafa verið annað en að blekkja neytendur, villa um fyrir bókakaupendum í krafti stærðar sinnar.

## 3.

Bréf Bjarts og Veraldar var sent Forlaginu til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 10. febrúar 2010. Athugasemdir Forlagsins bárust Neytendastofu með bréfi, dags. 18. febrúar 2010. Þar er ítrekað að Bókatíðindi Forlagsins hafi verið rækilega merkt Forlaginu. Bókatíðindi hafi komið út áratugum saman, bæði frá einstökum útgefendum, Félagi íslenskra bókaútgefenda og fjölmiðli. Félag íslenskra bókaútgefenda hafi sótt um einkaleyfi á vörumerkinu fyrir nokkrum árum og hafi fengið höfnun enda nafnið almennt með víða skírskotun. Bókatíðindi Forlagsins séu í allt annarri stærð og miklu minni að umfangi. Forlagið hafi kappkostað að koma sínum bókatíðindum út á undan Bókatíðindum Félags íslenskra bókaútgefenda. Hvað viðkemur auglýsingunni er ítrekað að auglýsi Forlagið mest seldu bækur sínar fari það ekki á milli mála að um auglýsingu frá Forlaginu sé að ræða enda auglýsingin rækilega merkt Forlaginu með merki, letri og vísun í heimasíðu Forlagsins.



#### 4.

Með bréfi Neytendastofu til málsaðila, dags. 24. febrúar 2010, tilkynnti Neytendastofa aðilum málsins að gagnaöflun í málinu væri lokið. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.

### III.

#### Niðurstaða

##### 1.

Í máli þessu kvartar Bjartur og Veröld yfir útgáfu og dreifingu Forlagsins á Bókatíðindum Forlagsins og auglýsingu Forlagsins á metsölulista Forlagsins. Bókatíðindi Forlagsins koma út á undan Bókatíðindum Félags íslenskra bókaútgefenda. Þau líti alveg eins út og sé útgefandi hvernar bókar tilgreindur sérstaklega auk Forlagsins. Tilgangur útgáfu og dreifingu á Bókatíðindum Forlagsins sé sá að rugla neytendur í þá veru að þeir telji að um sé að ræða hin eiginlegu Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefenda. Að Forlagið skuli nota heitið Bókatíðindi auki enn á ruglinginn. Forlagið beri höfuð og herðar yfir aðrar bókaútgáfur og geta í krafti stærðar sinnar ráðist í svo stórt verkefni.

Auglýsing Forlagsins í tveim dálkum í Fréttablaðinu, 11. nóvember 2010, hafi borið heitið „Metsölulisti Forlagsins“. Ekkert hafi verið gert til að auðkenna listann sem auglýsingu sem hafi valdið því að almennur lesandi hafi talið að um metsölulista hlutlauss aðila hafi verið að ræða. Þar hafi Forlagið misnotað markaðsráðandi stöðu sína og stærð. Enginn annar útgefandi sé með slíkt úrval titla að hann geti birt trúverðugan metsölulista og þar að auki merkt hann sem „Aðallista“ og „Barna- og unglingabækur“.

Forlagið bendir á að áratugum saman hafi bókaforlög gefið út bæklinga og blöð til að kynna sína útgáfu, samhliða útgáfu Bókatíðinda Félags íslenskra bókaútgefenda. Félag íslenskra bókaútgefenda eigi ekki heitið „bókatíðindi“ enda synjað um það er félagið sótti um skráningu heitisins hjá Einkaleyfastofu á árinu 2001, þar sem heitið þótti of almennt og lýsandi. Bókatíðindi Forlagsins séu rækilega merkt Forlaginu á kápu með lettri og merki fyrirtækisins. Þau séu í allt öðru broti en Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefenda. Bókatíðindi Forlagsins séu 63 blaðsíður á móti 256 blaðsíðna Bókatíðindum Félags íslenskra bókaútgefenda.

Hvað viðkemur auglýsingu Forlagsins á metsölulista Forlagsins þá sé auglýsingin kirfilega merkt Forlaginu. Með hástöfum segir að þetta sé „METSÖLULISTI FORLAGSINS“ ásamt stórri birtingu af merki fyrirtækisins.



## 2.

Í erindi Bjarts og Veraldar er ekki vísað til sérstakra ákvæða laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. En eins og að framan greinir koma að mati Neytendastofu ákvæði 5. gr., 1. og 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr., 14. gr. og 15. gr. a. laganna til álita í málinu.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Lögin fela fyrst og fremst í sér vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda en einnig vernd fyrirtækja gegn óréttmætum viðskiptaháttum keppinauta vegna auglýsinga eða annarra svipaðra viðskiptaaðferða. Í 5. gr. laganna er kveðið á um almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum. Bannið gildi áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vörur fara fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er, skv. ákvæðinu, nánar tilgreint í III.–V. kafla laganna.

Ákvæði 1. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 kveður á um að auglýsingar skuli þannig úr garði gerðar að ekki leiki vafi á að um auglýsingar sé að ræða og að þær skuli skýrt aðgreindar frá öðru efni fjölmiðla.

Ákvæði 2. mgr. 6. gr. laganna er svohljóðandi:

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

Í greinargerð með frumvarpi til samkeppnislaga nr. 8/1993 segir um ákvæði 2. mgr. 21. gr., sem nú er í 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, segir að ótilhlýðilegt form geti t.d. komið fram í samanburði við vörur frá öðrum.

2. mgr. 9. gr. laganna er svohljóðandi:

*„Viðskiptahættir eru villandi ef ekki er greint frá upplýsingum sem telja má að almennt skipti máli fyrir neytendur eða þeim er leynt og þær eru til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytenda að hafa viðskipti.“*

Ákvæði V. kafla, svo sem 14. gr. og 15. gr. a. gegna mikilvægu hlutverki sem viðmiðun og til leiðbeiningar við mat á því hvaða kröfur eigi lögum samkvæmt að gera til viðskiptahátta gagnvart keppinautum.

Ákvæði 14. gr. laga nr. 57/2005 er svohljóðandi:

*„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart*



*keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“*

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega því ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Í 15. gr. a. segir:

*„Óheimilt er að nota í atvinnustarfsemi firmanafn, verslunarmerki eða því um líkt, sem sá hefur ekki rétt til er notar, eða reka 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 ákvæðinu felst almenn vernd auðkenna sem kemur til fyllingar á vörumerkjavernd eins og glöggst sést af lögskýringargögnum þegar reglan var fyrst lögfest, svo sem greinargerð með frumvarpi til samkeppnislaga nr. 8/1993. Efnislega er 15. gr. a. samhljóða ákvæði eldri samkeppnislaga um almenna vernd auðkenna. Fyrri málsliður 15. gr. a. hefur að geyma almennt bann við því að nota auðkenni, t.d. firmanafn og vörumerki, sem annar á. Rétturinn til þessara auðkenna getur hvílt á sérlöggjöf svo sem lögum um vörumerki, lögum um verslunarskrár, firmu og prókúruumboð og því um líkt. Samkvæmt greinargerðinni skiptir ákvæðið máli um viðbótarvernd við þá vernd sem framangreind sérlög veita auðkennum. Þá segir í greinargerðinni að í 2. másl. greinarinnar sé rétturinn til að nota eigin auðkenni takmarkaður á þann veg að óheimilt sé að nota auðkenni þannig að leitt geti til þess að villst verði á því og öðru auðkenni sem annað fyrirtæki notar með fullum rétti.

### 3.

Skal nú litið til fyrri liðar kvörtunarinnar sem snýr að útgáfu og dreifingu Forlagsins á Bókafélaginu Forlagsins með hliðsjón af 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr., 14. gr. og 15. gr. a. laga nr. 57/2005.

Í upphafi er rétt að geta þess að Neytendastofa hefur ekki lagalegar heimildir til þess að taka ákvarðanir vegna meiri möguleika Forlagsins til markaðssetningar í krafti stærðar fyrirtækisins í samanburði við keppinauta.

Að mati Neytendastofu stríðir notkun Forlagsins á heitinu bókatíðindi í bæklingnum Bókafélaginu Forlagsins ekki gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Heitið er almennt og lýsandi fyrir innihald



bæklingins. Þó svo að Félag íslenskra bókaútgefenda hafi um árabil gefið út „Bókatíðindi“ sem er mikilsverður hluti markaðssetningar, hefur heitið verið notað um langa hríð af einstökum bókaforlögum til kynningar á þeim bókum sem þau gefa út einkum fyrir jól. Þá er til þess að taka að Einkaleyfastofan taldi heitið óskráningarhæft sem vörumerki, sbr. bréf stofnunarinnar til Félags íslenskra bókaútgefenda, dags. 24. apríl 2001 og 21. ágúst s.á.

Að mati Neytendastofu hefur ekki verið sýnt fram á að tilgangur útgáfu og dreifingar Bókatíðinda Forlagsins sé að blekkja neytendur á þann veg að fá þá til að halda að um sé að ræða Bókatíðindi Félags íslenskra bókaútgefenda og útgáfa og dreifing Bókatíðinda Forlagsins stríði gegn ákvæðum laga nr. 57/2005. Bæklingarnir eru ólíkir. Umbrot bæklinganna er ólíkt og bæklingur Forlagsins er mun minni. Bókatíðindi Forlagsins eru greinilega merkt Forlaginu á forsíðu bæði með heiti og merki fyrirtækisins, sem ætti ekki að fara framhjá neinum. Þá er í heilsíðuauglýsingu á bls. 2 vísað á heimasíðu Forlagsins auk þess sem vakin er athygli á því hvaða bókaútgáfur standa að Forlaginu. Við kynningu hvernar bókar er Forlagið tilgreint ásamt þeirri bókaútgáfu innan vébanda Forlagsins sem að útgáfunni stendur. Neytendastofa fær ekki séð að tilgreiningum af þessu tagi sé ætlað að valda ruglingi hjá neytendum. Bókaauglýsingar sem birtar eru í bæklingnum eru merktar þeirri bókaútgáfu sem að útgáfu bókarinnar stendur en þær eru allar hluti Forlagsins eins og greinilega kemur fram í framangreindri heilsíðuauglýsingu í bæklingnum. Að mati Neytendastofu er slík kynning fullnægjandi og auglýsingunum því ekki ætlað að valda ruglingi. Loks verður ekki séð að sá tími sem Forlagið velur til útgáfu Bókatíðinda sinna sé brot á ákvæðum laga nr. 57/2005. Að mati Neytendastofu er því útgáfa Forlagsins á Bókatíðindum Forlagsins ekki ósanngjörn gagnvart keppinautum eða neytendum, upplýsingum um tilgang og eðli Bókatíðinda Forlagsins er ekki leynt og ekki eru veittar ófullnægjandi upplýsingar. Þá er að mati Neytendastofu réttur Forlagsins til notkunar heitisins Bókatíðindi heimill enda um lýsandi heiti að ræða. Brýtur því útgáfa og dreifing Forlagsins á Bókatíðindum Forlagsins ekki í bága við 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr., 14. gr. og 15. gr. a. laga nr. 57/2005.

Seinni liður kvörtunarinnar snýr að birtingu auglýsingar Forlagsins með yfirskriftinni „Metsölulisti Forlagsins“ sem birtist í Fréttablaðinu 7. nóvember 2009. Verður litið til hennar með hliðsjón af 5. gr., 1. og 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005.

Þó svo Forlagið sé eini útgefandi bóka á Íslandi sem geti birt trúverðuga metsölulista í krafti stærðar fyrirtækisins fær Neytendastofa ekki séð að það stríði gegn lögum nr. 57/2005.

Í Fréttablaðinu, 7. nóvember 2009, birtist auglýsing frá Forlaginu með yfirsögninni „Metsölulisti Forlagsins“ skrifað með hástöfum, ásamt merki fyrirtækisins. Þó svo ekki sé tekið fram hvaða bókaútgáfa gefi út hverja bók fyrir sig, er það mat Neytendastofu að ekki fari á milli mála að í auglýsingunni sé verið að vekja athygli á því hvaða bækur Forlagsins séu mest seldar





enda kemur það skýrt fram í fyrirsögn auglýsingarinnar eins og að framan greinir. Þá er neðst í auglýsingunni vísað til heimasíðu Forlagsins. Ekkert bendir til þess að hér sé á ferðinni almenn frétt um mest seldu bækurnar á Íslandi. Þá fær Neytendastofa ekki séð að auglýsingin beri með sér merki kostunar enda snýr auglýsingin alfarið að bókum útgefnum af Forlaginu. Að mati Neytendastofu leikur ekki vafi á að um sé að ræða auglýsingu frá Forlaginu um mest seldu bækur fyrirtækisins og er því framsetning auglýsingarinnar fullnægjandi. Að mati Neytendastofu leikur því ekki vafi á því að um auglýsingu frá Forlaginu er að ræða. Stríðir því auglýsingin ekki í bága við 5. gr., 1. og 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005.

#### IV.

#### Ákvörðunarorð:

**„Ekki er ástæða til aðgerða Neytendastofu í máli þessu.“**

Neytendastofa, 16. júní 2010

Tryggvi Axelsson  
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir