

Fimmtudagurinn 30. október 1997 kl. 17:00

100. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 40/1997

Notkun efsta stigs lýsingarorða í auglýsingum Tæknivals hf.

I.

Málavextir

1.

Tæknival hf. hefur frá því í nóvember 1996 auglýst með lýsingarorðum í efsta stigi hinar ýmsu tegundir tölva sem fyrirtækið selur. Í auglýsingunum hefur t.d. komið fram „*mest seldu tölur í heimi*“ og „*mest seldu tölur á Íslandi*“.

Samkeppnisstofnun sendi Tæknivali erindi þann 12. nóvember og 5. desember 1996 og 24. mars og 21. apríl 1997 þar sem fyrirtækinu var bent á að auglýsandi verði á hlutlausan og auðveldan hátt að geta fært sönnur á fullyrðingar sínar. Að mati Samkeppnisstofnunar sýndu þau svör sem bárust frá Tæknivali ekki fram á að fullyrðingar auglýsinganna stæðust.

2.

Þrátt fyrir þessar ítrekuðu ábendingar Samkeppnisstofnunar um notkun efsta stigs lýsingarorða í auglýsingum dreifði Tæknival auglýsingabæklingnum *Útspil fyrir heimilið*, 3. tbl. 6. árg. 1997, í hús í september sl. Þar voru Hyundai tölur auglýstar sem „*mest seldu tölur á Íslandi*“ og Toshiba fartölur sem „*vinsælustu fartölur í heimi*“.

Með erindum 17. september og 13. október sl. gaf Samkeppnisstofnun Tæknivali kost á að koma á framfæri sönnunum og athugasemdum. Tæknivali var gefinn lokafrestur til 20. október sl. en engar athugasemdir né skýringar bárust.

II. Niðurstöður

Í 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 segir:

„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 og á þetta m.a. við um auglýsingar þar sem efsta stig lýsingarorðs, s.s. mestur og vinsælastur, er notað. 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.

Auglýsinganefnd, sem er samkeppnisráði til ráðgjafar, taldi á fundi sínum þann 27. október sl., með vísan til 21. og 51. gr. samkeppnislaga, ástæðu til að banna þessar efsta stigs auglýsingar Tæknivals þar sem fyrirtækið hefði ekki sýnt fram á með fullnægjandi hætti að fullyrðingarnar stæðust.

Í ljósi þess að fyrirtækið hefur ítrekað virt að vettugi tilmæli Samkeppnisstofnunar um að breyta auglýsingum sínum og ekki hirt um að senda stofnuninni frekari gögn til staðfestingar því sem þar er fullyrt, telur samkeppnisráð þörf á að banna Tæknivali að auglýsa með þessum hætti, 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 Tæknivali hf., Skeifunni 17, Reykjavík, að auglýsa með lýsingarorði í efsta stigi nema fyrirtækið geti með fullnægjandi og óyggjandi hætti sannað fullyrðinguna.

Bannið tekur gildi kl. 12:00 þann 3. nóvember 1997.

Verði banninu ekki fylgt mun viðurlögum samkeppnislaga verða beitt.“