



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 3/2018

## Auglýsingar um Felix tómatsósu

### I.

#### Erindið

Neytendastofu barst erindi Innnes ehf., dags. 5. júlí 2017, þar sem fyrirtækið kvartaði yfir meintum brotum Ásbjörns Ólafssonar ehf. á lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með auglýsingum um Felix tómatsósu.

Í erindinu segir að Innnes starfi við heildsölu matvæla og sé m.a. umboðs- og dreifingaraðili Hunt's á Íslandi. Undir vörumerki Hunt's séu seldar tómatsósur og ýmis konar tómátvörur. Innnes hafi verið umboðsaðili Hunt's hér á landi í um 25 ár.

Nýverið hafi hafist auglýsingaherferð á vegum Ásbjörns Ólafssonar ehf., sem flytji inn og dreifi hér á landi tómatsósu undir vörumerkinu Felix. Auglýsingarnar hafi verið spilaðar í sjónvarpi, útvarpi og á netinu. Auglýsingarnar séu að mati Innnes rangar, villandi og tilraun til þess að reyna að skaða Hunt's og brjóti þar með gegn ákvæðum laga nr. 57/2005.

Nánar tiltekið sé um að ræða þrjár auglýsingar þar sem eftirfarandi texti sé lesinn undir myndefni:

*„Í kvöld er það hamborgari, nýbakað brauð, brakandi ferskt salat, úrvals nautakjöt, ljúffengur ostur, stökkt beikon og sykurleðja [innsk. Innnes: þegar þetta er sagt birtist í auglýsingunni mynd af háls á tómatsósufloesku sem er í laginu eins og Hunt's-flaska]. Nei tómatsósa á að vera troðfull af tómötum, eins og Felix. Tomato, tomato.“*

*„Í kvöld er það spagettí með kjötbollum, pasta aldente, olífuolía, heimalagaðar kjötbollur, parmesan, fersk basilikka og sykurleðja [innsk. Innnes: þegar þetta er sagt birtist í auglýsingunni mynd af háls á tómatsósufloesku sem er í laginu eins og Hunt's-flaska]. Nei tómatsósa á að vera troðfull af tómötum, eins og Felix. Tomato, tomato.“*

*„Í kvöld er það pylsa, nýbakað brauð, hrár laukur, steiktur laukur, grilluð pylsa, sinnep og sykurleðja [innsk. Innnes: þegar þetta er sagt birtist í auglýsingunni mynd af háls á*



*tómatsósufloösku sem er í laginu eins og Hunt's-flaska]. Nei tómatsósa á að vera troðfull af tómotum, eins og Felix. Tomato, tomato.“*

Umræddur texti auglýsinganna hafi svo verið lesinn upp í útvarpi í styttri útgáfu.

Innes hafi ekki tæmandi yfirlit um birtingar eða útgáfur auglýsinganna en ljóst sé að þær hafi verið birtar í almennum fjölmiðlum. Innes fari þess á leit við Neytendastofu að stofnunin nýti heimildir sínar skv. 1. mgr. 20. gr. laga nr. 57/2005 til þess að kalla eftir upplýsingum um magn og umfang birtinga.

Af hálfu Innes sé á því byggt að umræddar auglýsingar fyrir Felix-tómatsósu feli í sér brot á ákvæðum laga nr. 57/2005.

Í auglýsingunum sé því haldið fram að aðrar tómatsósur, sem seldar séu hér á landi, séu „sykurleðja“. Einnig að tómatsósur Felix séu „troðfullar af tómotum“, en aðrar tómatsósur séu sykurleðja og þar af leiðandi ekki fullar af tómotum.

Auglýsingarnar séu villandi og rangar auk þess sem með þeim sé reynt að kasta rýrð á gæði og innihald á öðrum vörum hjá samkeppnisaðilum. Þá sé jafnframt um að ræða óréttmæta viðskiptahætti.

Innes sé sem fyrr segir umboðsaðili Hunt's á Íslandi. Hunt's sé með um 50% markaðshlutdeild í sölu á tómatsósu hér á landi. Þótt ekki sé berum orðum minnst á Hunt's í auglýsingunum sé ljóst að verið sé m.a. að vísa til þeirrar vöru. Þegar vísað sé til þess að aðrar vörur á markaði séu „sykurleðja“ sé augljóslega verið m.a. að vísa til stærsta vörumerkisins. Annars væri auðvelt fyrir fyrirtæki að koma sér undan ákvæðum laganna með því einu að nefna ekki nafn keppinautanna en láta nægja að vísa til þeirra með almennum hætti.

Þar að auki megi sjá í myndmáli auglýsinganna að notuð sé tómatsósufloösku þegar talað sé um aðrar tómatsósur. Sú floösku sé augljóslega hausinn á Hunt's tómatsósufloösku en svo virðist sem merki sem sé á hausnum hafi verið fjarlæggt.

Af ofangreindu telji Innes augljóst að vara félagsins sé notuð í auglýsingunum og þannig beinlínis vísað til Hunt's. Allt að einu vísi auglýsingarnar til annarra tómatsósa á markaðnum og þar sem Hunt's sé stærsta merkið á markaðnum eigi Innes lögvarða hagsmuni af kvörtun þessari.

Í 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 sé kveðið á um að fullyrðingar, sem fram komi í auglýsingum eða með öðrum hætti, þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á. Að mati Innes séu ósannaðar og beinlínis rangar fullyrðingar um að Felix tómatsósur séu „troðfullar af tómotum“, þ.e. að innihald tómatapykknis (sem sé notað í tómatsósur) sé hærra en hjá öðrum tómatsósum á markaðnum. Svo sé þó ekki.



Eins og megi sjá í fylgiskjali, þá sé innihald í Hunt's tómatsósu 70-80% tómattykkni (e. tomato concentrate).

Í Felix tómatsósu (Original) sé innihaldið hins vegar þannig að 60% sé tómattykkni (s. tomatpuré).

Ljóst sé því að sú fullyrðing sem fram komi í auglýsingunni, um að Felix tómatsósus séu „troðfullar af tómötum“ eigi ekki við rök að styðjast og sé beinlínis röng. Hið sama eigi við um þá fullyrðingu sem fram komi að aðrar tómatsósus séu „sykurleðja“. Þótt erfitt sé að átta sig á því hvað sé átt við með að eitthvað sé sykurleðja þá megi sjá út frá innihaldslýsingum að Felix (Original) sé með 17g af sykri en Hunt's 21g af sykri sem verði að teljast áþekkt magn og í öllu falli fráleitt að halda því fram að önnur varan sé „sykurleðja“ en hin ekki.

Ljóst sé því að auglýsing fyrir Felix tómatsósu brjóti gegn 4. mgr. 6. gr. laganna þar sem um ósannaðar og rangar fullyrðingar sé að ræða.

Það athugist að auglýsingar fyrir Felix tómatsósus taki til allra tegunda af tómatsósu á vegum Felix, sbr. skjámynd úr auglýsingu.

Ljóst sé að allar tegundir Felix tómatsósu þurfi að geta staðið undir þeim fullyrðingum sem fram komi í auglýsingunum. Svo sé hins vegar ekki.

Í 9. gr. laganna sé kveðið á um að viðskiptahættir séu villandi ef þeir séu líklegir til að blekkja neytendur eða séu með þeim hætti að neytendum séu veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Í a. og b.lið sé tekið fram að átt sé við rangar upplýsingar um:

*„a. eðli vöru eða þjónustu og hvort varan sé til eða þjónustan fyrir hendi, b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar“*

Líkt og rakið sé að framan þá sé því haldið fram í auglýsingunum að aðrar tómatsósus séu „sykurleðja“ en Felix tómatsósus „troðfullar af tómötum“. Með því sé verið að lýsa tilteknu eðli vörunnar og einkennum hennar með blekkjandi hætti gagnvart neytendum.

Líkt og rakið sé í erindinu um innihald tómatsósunnar séu þessar fullyrðingar ekki réttar. Mun meira af tómattykkni sé í Hunt's heldur en í Felix tómatsósu en magn sykurs sé áþekkt í sósunum tveimur. Með auglýsingunum sé reynt að villa um eða blekkja neytendur með því að veita þeim rangar upplýsingar um eðli og einkenni á öðrum tómatsósum, þar á meðal vöru Innnes. Að sama skapi sé ekki greint frá upplýsingum sem almennt megi telja að skipti máli, s.s. hvað felist í fullyrðingunum „sykurleðja“ og „troðfullar af tómötum“. Augljóst sé að með



Þessum viðskiptaháttum sé með villandi hætti reynt að hafa áhrif á ákvörðun neytanda um að eiga viðskipti. Þessi framsetning sé í algjörrri andstöðu við 2. mgr. 9. gr. laganna.

Í 14. gr. laganna sé kveðið á um að óheimilt sé að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki séu brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framvoð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taki til.

Líkt og rakið sé að framan þá séu þær upplýsingar sem settar séu fram í auglýsingunum villandi og rangar. Augljóslega sé ætlunin með auglýsingunum að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vörunnar með því að kasta rýrð á aðrar vörur sem séu á markaðnum. Sé því brotið gegn ákvæðum 14. gr. laganna.

Í 2. mgr. 15. gr. laganna segi að samanburðarauglýsingar skulu, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum:

*„a. að þær séu ekki villandi,*

*[...]*

*e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, vöruheiti, önnur auðkenni, vöru, þjónustu, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing“*

Að mati Innes fari auglýsingarnar m.a. gegn a. og e. lið 2. mgr. 15. gr. laganna. Auglýsingarnar feli í sér samanburð, þótt ekki sé reynt að vanda til hans eða haga framsetningu með eðlilegum hætti. Með auglýsingunum séu gefnar villandi upplýsingar um vörur samkeppnisaðila auk þess sem reynt sé að kasta rýrð á vörumerki samkeppnisaðila og sýna þeim lítilsvirðingu.

Innes geri þá kröfu að Neytendastofa beiti Ásbjörn Ólafsson viðeigandi viðurlögum vegna auglýsinganna og sé gerð sú krafa að stofnunin beiti ákvæðum a. liðar 1. mgr. 22. gr. laganna og sektu fyrirtækið fyrir brot sín gegn lögnum, sem séu ótvíræð og umfangsmikil og beri það með sér að fyrirtækið hafði skýran ásetning til þess að brjóta gegn ákvæðum laganna.

## **II.**

### **Málsmeðferð**

#### **1.**

Erindi Innes var sent Ásbirni Ólafssyni til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 17. júlí 2017. Svar Ásbjörns Ólafssonar ehf. barst Neytendastofu með bréfi, dags. 24. ágúst 2017. Í bréfinu segir að fyrirtækið mótmæli því að umræddar auglýsingar brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 og því að fyrirtækinu verði ákvörðuð viðurlög eins og krafist sé í kvörtuninni.



Í kvörtun Innnes sé því haldið fram að umræddar auglýsingar brjóti gegn ákvæði 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 þar sem í þeim komi fram ósannaðar og rangar fullyrðingar. Því sé haldið fram að í auglýsingunum sé fullýrt að Felix tómatsósus sé „troðfullar af tómötum“, „þ.e. innihald tómattykknis (sem notað er í tómatsósus) sé hærra en hjá öðrum tómatsósusum á markaðnum.“ Þá sé því haldið fram að fullýrt sé að aðrar tómatsósus séu „sykurleðja“.

Þetta sé rangt. Í umræddum auglýsingum sé því hvergi haldið fram að innihald tómattykknis í Felix sé hærra en hjá öðrum tómatsósusum á markaðnum. Því sé einungis haldið fram að Felix tómatsósus, þ.e. öll sú vörulína af Felix tómatsósusum sem Ásbjörn Ólafsson ehf. býður „sé troðfull af tómötum“. Eins og ráðið verði af töflu sem fylgi erindinu sé magn tómattykknis í Felix tómatsósusum almennt hátt, eða frá 60 til 85% (73% að meðaltali) og magn sykurs almennt lágt (13,52 gr. að meðaltali), auk þess sem þær innihaldi ekki sætuefnið High Fructose Corn Syrup (HFCS). Sú fullyrðing að Felix tómatsósus séu „troðfullar af tómötum“ sé því hvorki röng né villandi. Þessi fullyrðing segi ekkert um magn tómattykknis í öðrum tómatsósusum sem vissulega geti einnig verið hátt.

Þá sé í auglýsingunum ekki verið að beina spjótum sérstaklega að einu vörumerki með orðalaginu „sykurleðja“, heldur sé orðalaginu ætlað að vekja fólk til umhugsunar um sykurinnihald matar almennt. Hvergi sé minnst á vörumerkið Hunt's eða önnur vörumerki tómatsósa í auglýsingunum (að undanskyldu Felix) og það sé ekki fullýrt að aðrar tómatsósus séu sykurleðja.

Í kvörtun sé fullýrt að innihald tómattykknis í Hunt's tómatsósusum sé 70-80% og magn sykurs sé 21. gr. Vegna þessara fullyrðinga vilji Ásbjörn Ólafsson ehf. koma að eftirfarandi sjónarmiðum. Ásbjörn Ólafsson ehf. hafi kannað innihald Hunt's tómatsósa fyrir um ári síðan. Þá hafi magns sykurs verið tilgreint 23,5 gr. en innihald tómattykknis hafi ekki verið tilgreint. Raunar sé það svo að magn tómattykknis í Hunt's tómatsósusum verði ekki ráðið af innihaldslýsingum á flöskum þeirra, hvorki þá né nú. Upplýsingar um magn tómattykknis í Hunt's tómatsósusum verði heldur ekki ráðnar af upplýsingum á heimasíðu Hunt's.

Ásbirni Ólafssyni ehf. hafi því ekki tekist að staðfesta umræddar upplýsingar um magn tómattykknis í Hunt's tómatsósusum með sjálfstæðum hætti. Þá sé það mjög óvenjulegt að magn tómattykknis sé tilgreint á ákveðnu bili en ekki sem fast hlutfall. Það vekir upp spurningar um réttmæti fullyrðinga um magn tómattykknis í Hunt's tómatsósusum, a.m.k. verði þær að teljast ósannaðar að svo komnu máli.

Ásbjörn Ólafsson ehf. hafi í tilefni kvörtunar þessarar borið saman magn sykurs og tómattykknis í tómatsósusum sem seldar séu á Íslandi skv. upplýsingum á umbúðum. Með bréfinu fylgdi tafla með niðurstöðum samanburðarins.

Af þessu verði ráðið að almennt sé magn tómattykknis í Felix tómatsósusum hátt (að meðaltali 73%) og magn sykurs lágt (að meðaltali 13,52 gr.) í samanburði við aðrar tómatsósus á



markaðnum, einkum ef horft sé til Felix Stevia (sem innihaldi 85% tómattykkni og einungis 4,6 gr. af sykri). Felix Stevia sé langsóluhæsta Felix tómatsósan og því sú sem rétt væri að bera saman við Hunt's tómatsósúr, ef á annað borð eigi að bera saman einhverjar tómatsósúr eins og gert sé í kvörtun. Þá liggi fyrir að bæði Hunt's og Libby's tómatsósúr innihaldi HFCS en ekki Felix tómatsósúr. Þessar upplýsingar styðji að mati Felix þær fullyrðingar að Felix tómatsósúr séu „troðfullar af tómötum“.

Ljóst sé því að umræddar auglýsingar hafi ekki brotið gegn 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 eins og haldið sé fram í kvörtun.

Í kvörtun sé því einnig haldið fram að umræddar auglýsingar séu villandi og rangar og settar fram til að blekkja neytendur, klekkja á samkeppnisaðilum, kasta rýrð á vörumerki þeirra og sýna þeim lítilsvirðingu. Telji Innnes þetta varða við 9. og 14. gr. áðurnefndra laga.

Ásbjörn Ólafsson ehf. mótmæli þessum málatilbúnaði með vísan til þess sem áður hafi komið fram. Einungis sé fullyrt í umræddum auglýsingum að Felix tómatsósúr séu „troðfullar af tómötum“ og eigi sú fullyrðing fullan rétt á sér þegar horft sé til þess að almennt sé magn tómattykkni í Felix tómatsósum hátt, sykurrinnihald lágt og þær séu án HFCS. Ekki sé minnst á önnur vörumerki í auglýsingunum eða fullyrt að aðrar tómatsósúr séu „sykurleðja“. Með engum hætti sé verið að kasta rýrð á vörumerki annarra aðila. Þá verði ekki séð að um samanburðarauglýsingar sé að ræða í skilningi 1. mgr. 15. gr. laganna, þannig að 2. mgr. þeirra geti komið til skoðunar.

Þá verði ekki séð að umræddar auglýsingar geti talist til óréttmæta viðskiptahátta í skilningi 5. og 8. gr. laganna, enda falli umræddar auglýsingar ekki undir nein þau tilvik sem tilgreind eru í reglugerð nr. 160/2009, um viðskiptahætti sem teljast undir öllum kringumstæðum óréttmætir, né önnur ákvæði III. eða IV. kafla laganna.

Því séu engin efni til að ákvarða Ásbirni Ólafssyni ehf. viðurlög í samræmi við IX. kafla laganna, hvað þá stjórnvaldssektir eins og krafist sé í kvörtun.

## 2.

Bréf Ásbjörns Ólafssonar ehf. var sent Innnes til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 28. ágúst 2017. Svar barst með bréfi, dags. 12. september 2017, þar sem segir m.a. að í bréfi Ásbjörns Ólafssonar sé dregið mjög verulega í land með þær fullyrðingar sem fram komi í auglýsingum og ýmsar tilraunir gerðar til að túlka efni auglýsinganna eftir á. Þannig segi í bréfinu að því sé ekki haldið fram í auglýsingunum að innihald tómattykkni í Felix tómatsósum sé hærra en í öðrum sósum. Ennfremur segi að ekki sé fullyrt í auglýsingunum að aðrar tómatsósúr séu sykurleðja og að alls ekki sé verið að beina spjótum að einu vörumerki.

Þessi ummæli séu athyglisverð ef horft sé á umræddar auglýsingar en augljóst sé af áhorfi þeirra hvert markmið auglýsinganna sé. Þar sé ítrekað talað um og látið liggja að því með myndmáli





og tali að aðrar tómatsósur séu „sykurleðja“ en Felix tómatsósur séu troðfullar af tómötum. Augljóslega sé með þessu verið að gera samanburð og fjalla um vörur samkeppnisaðilanna með niðrandi hætti, þ.e. að draga upp þá mynd að vörur samkeppnisaðilanna séu sykraðar og óhollar.

Ef marka megi svarbréf Ásbjörns Ólafssonar ehf. virðist fyrirtækið túlka ákvæði laga nr. 57/2005 þannig að ef tiltekin vara samkeppnisaðila sé ekki nefnd berum orðum á nafn, eigi lögin ekki við. Í þessu felist að fyrirtæki gætu í auglýsingum og markaðsefni talað með niðrandi hætti um vörur á vegum samkeppnisaðila sinna, ef þau bara gæti þess að tala almennt og nefni ekki tiltekið vörumerki á nafn. Þessi túlkun fái ekki staðist enda væri með henni verið að fara á svig við ákvæði laganna.

Þá skuli það rifjað upp, sem hafi komið fram í upphaflegri kvörtun Innnes til Neytendastofu, að í auglýsingunum frá Ásbirni Ólafssyni ehf. sé notast við flösku af Hunt's tómatsósu. Þetta sjáist vel á einkennandi lagi á efra hluta flöskunnar en í auglýsingunum hafi merkimiði sem sé á haus flöskunnar verið fjarlægður. Augljóslega sé með þessu verið að búa til þau hughrif hjá áhorfandanum að um Hunt's tómatsósu sé að ræða og textinn, sem sé lesinn undir í auglýsingunum á sama tíma, sé að slíkar sósur séu „sykurleðja“.

Í erindi Ásbjörns Ólafssonar sé fjallað um innihaldslýsingar á Hunt's tómatsósu. Myndir sem fylgi erindinu séu afar ógreinilegar og erfitt að átta sig á því til hvers sé vísað á þeim. Í erindinu segi að ekki sé unnt að lesa innihaldslýsingar af merkingum Hunt's en engu að síður hafi verið sett upp tafla sem beri saman ýmsar tegundir af Felix tómatsósum við Hunt's, Heinz, Libby's og fleiri tómatsósur. Af þeirri töflu að dæma sé ljóst að innihald tómátþykkis sé hærra í Hunt's en í t.d. Felix Original en magn sykurs sé 21 gr. í Hunt's miðað við t.d. 17. gr. í Felix Original.

Hvernig hægt sé að setja fram þá fullyrðingu út frá þessum upplýsingum að Felix tómatsósa sé „troðfull af tómötum“ en aðrar tómatsósur séu „sykurleðja“ sé óskiljanlegt, að mati Innnes og lýsi skýrum brotavilja af hálfu Ásbjörns Ólafssonar ehf.

Þá virðist á því byggt af hálfu Ásbjörns Ólafssonar ehf. að miða eigi við innihaldslýsingu á Felix Stevia, sem sé ein tegund af Felix tómatsósum. Sú túlkun fái þó ekki staðist. Í auglýsingunum þremur sé verið að auglýsa allar tómatsósur Felix, ekki bara Felix Stevia. Ekki sé unnt að taka út eina vöru, þá sem sé með hagstæðasta innihaldið og láta þá vöru liggja til grundvallar öllum samanburði þegar aðrar vörur og meira seldar eru með öðru innihaldi.

### 3.

Bréf Innnes var sent Ásbirni Ólafssyni til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 28. september 2017. Í bréfi Ásbjörns Ólafssonar ehf. segir að í framangreindu bréfi Innnes komi fram að félagið skilji ekki hvernig hægt sé að fullyrða að Felix tómatsósa sé „troðfull af tómötum“ en aðrar tómatsósur „sykurleðja“. Eins og fram kom í fyrra bréfi Ásbjörns Ólafssonar ehf. til Neytendastofu, dags. 24. ágúst 2017, sé því haldið fram að Felix tómatsósur, þ.e. öll sú vörulína af Felix tómatsósum sem fyrirtækið býður „sé troðfull af tómötum“. Rökin fyrir því



séu fyrst og fremst þau að magn tómattykknis í Felix sé almennt hátt, eða frá 60 til 85% (73% að meðaltali) og magn sykurs almennt lágt (13,52 gr. að meðaltali), auk þess sem þær innihaldi ekki sætuefnið High Fructose Corn Syrup (HFCS), líkt og t.d. Hunt's tómatsósúr. Sú fullyrðing að Felix tómatsósúr séu „troðfullar af tómötum“ sé því hvorki röng né villandi út fá hlutlægum mælikvörðum. Jafnframt sé ítrekað að með orðalaginu „sykurleðja“ sé ekki verið að vísa til einstakra vörumerkja og hvergi sé því haldið fram að aðrar tómatsósúr en Felix séu sykurleðja. Þá sé því ekki haldið fram af hálfu Ásbjörns Ólafssonar ehf. að lög nr. 57/2005 eigi ekki við í þessu máli eins og Innnes haldi fram, einungis að ákvæði þeirra hafi ekki verið brotin.

Vegna umfjöllunar Innnes um innihald tómattykknis og sykurs í Hunt's tómatsósum sé rétt að benda á að Hunt's tómatsósúr innihaldi HFCS eins og áður segir og auk þess mun meira magn sykurs. Þannig segi í bréfi Innnes að magn sykurs í Hunt's sé 21. gr. en magn sykurs í Felix Original sé 17. gr. og virðist gert lítið úr þeim mun. Hafa verði hins vegar í huga að ef þessar tölur séu lagðar til grundvallar sé 23,5% munur á sykurinnihaldi þessara vara. Þegar auglýsingin sem kvartað sé yfir hafi verið gerð árið 2016 hafi magn sykurs í Hunt's tómatsósu verið mun meira, eða 23,5 gr., sem þýði að á þeim tíma innihélt Hunt's 38,24% meiri sykur en Felix Original, sem sé sykurmesta Felix tómatsósan. Þetta styðji það enn frekar að Felix tómatsósúr séu „troðfullar af tómötum“ eins og haldið sé fram.

Þá sé rétt að ítreka að á merkingum á Hunt's tómatsósu sé hlutfall tómattinnihalds ekki getið og ekki sé hægt að fletta því upp. Tölurnar í töflunni sem komi fram í fyrra svari Ásbjörns Ólafssonar ehf. til Neytendastofu séu einungis byggðar á fullyrðingum Innnes eins og þar komi fram. Einnig sé engu svarað af hálfu Innnes um af hverju tómattinnihald sé gefið upp á prósentubili sem þyki afar óvanalegt.

Í bréfi Innnes sé því haldið fram að Ásbjörn Ólafsson ehf. vilji miða við innihaldslýsingu á Felix Stevia. Þetta sé rangt. Af hálfu Ásbjörns Ólafssonar ehf. hafi ávallt verið vísað til meðaltals magns tómattykknis og sykurs í þeim vörum sem komi fram í auglýsingunni. Jafnframt hafi þó verið undirstrikað að í kvörtun hafi verið kosið að miða Felix Original eingöngu við Hunt's, sem sé villandi, og ef það ætti á annað borð að velja eina tegund til að miða við ætti það væntanlega að vera söluhæsta vara Felix, Felix Stevia.

#### 4.

Bréf Ásbjörns Ólafssonar var sent Innnes til upplýsingar með bréfi Neytendastofu, dags. 28. nóvember 2017. Með bréfinu var aðilum málsins tilkynnt um lok gagnaöflunar og að málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.

Neytendastofa sendi aðilum málsins bréf, dags. 2. mars 2018, þar sem tilkynnt var um fyrirsjáanlegar frekari tafir á afgreiðslu málsins.





### III.

## Niðurstaða

### 1.

Mál þetta varðar kvörtun Innnes ehf. vegna auglýsinga Ásbjörns Ólafssonar ehf. um Felix tómatósú. Snýr kvörtunin að því að Innnes telji Ásbjörn Ólafsson ehf. hafa brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., a. og b. lið 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr., 14. gr. og 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með fullyrðingum í auglýsingunum að Felix tómatósú séu „troðfullar af tómotum“, þ.e. að innihald tómatáþykknis sé hærra en hjá öðrum tómatósúsum á markaðnum, á meðan aðrar tómatósúsur séu „sykurleðja“. Þrátt fyrir að ekki sé berum orðum minnst á Hunt's í auglýsingunum telji Innnes ljóst að verið sé m.a. að vísa til þeirrar vöru. Því til stuðnings er bent á að Hunt's sé með um 50% markaðshlutdeild í sölu á tómatósú hér á landi ásamt því að í auglýsingunni sé notuð flaska sem sé augljóslega hausinn á Hunt's tómatósúflösku. Innnes gerir þá kröfu að Neytendastofa beiti Ásbjörn Ólafsson ehf. sektum fyrir brot gegn lögum nr. 57/2005. Í bréfi Neytendastofu, dags. 17. júlí 2017, kom fram að stofnunin teldi 5. og 8. gr. laganna einnig geta átt við um erindið.

Ásbjörn Ólafsson ehf. mótmælir því að umræddar auglýsingar brjóti gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 og því að fyrirtækinu verði ákvörðuð viðurlög eins og krafist er í kvörtun Innnes. Það sé rangt að fullyrt sé í auglýsingunum að innihald tómatáþykknis í Felix tómatósúsum sé hærra en hjá öðrum tómatósúsum á markaðnum. Því sé einungis haldið fram að Felix tómatósúsur séu „troðfullar af tómotum“. Þá sé í auglýsingunum ekki verið að beina spjótum sérstaklega að einu vörumerki með orðalaginu „sykurleðja“, heldur sé orðalaginu ætlað að vekja fólk til umhugsunar um sykurinnihald matar almennt.

### 2.

Í 5. gr. laga nr. 57/2005 er lagt almennt bann við óréttmætum viðskiptaháttum, áður en, á meðan og eftir að viðskipti með vöru fer fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í 4. mgr. 6. gr. laganna segir:

*„Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönnur á.“*

Ákvæði 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 er svohljóðandi:

*„Viðskiptahættir eru óréttmætir ef þeir brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og raska verulega eða eru líklegir til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Viðskiptahættir sem brjóta í bága við ákvæði kafla þessa eru alltaf óréttmætir.“*



Ákvæðinu er, skv. umfjöllun í greinargerð, ætlað að taka til viðskiptahátta sem hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Við mat á því hvort um óréttmæta viðskiptahætti sé að ræða skv. ákvæðinu er litið til þess hvort háttsemin geri það að verkum að hinn almenni neytandi taki ákvörðun um að eiga viðskipti sem hann hefði ella ekki tekið og raski þar með fjárhagslegum hagsmunum hans eða hafi áhrif á fjárhagslega hegðun.

Í 9. gr. laganna, sem einnig er í III. kafla, er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur, t.d. með almennri framsetningu þó gefnar séu upp réttar staðreyndir, eða ef neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti. Í a.–g. lið málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við. Samkvæmt a. og b. liðum er átt við rangar upplýsingar um:

- „a. eðli vöru eða þjónustu og hvort varan sé til eða þjónustan fyrir hendi,*
- b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar“*

Þá segir í 2. mgr. 9. gr. laganna:

*„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 um að eiga viðskipti.“*

Skv. ákvæðinu teljast viðskiptahættir villandi ef fyrirtæki leynir upplýsingum sem skipta máli við ákvörðun um að eiga viðskipti eða þær eru veittar á óljósan eða margræðan hátt. Í greinargerð með ákvæðinu kemur fram að hafa meg þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr.

Í V. kafla laga nr. 57/2005 er fjallað um háttsemi milli fyrirtækja. Þar segir í 14. gr.:

*„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 keppinautum auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

Í 15. gr. laganna er fjallað um að samanburðarauglýsingar séu allar þær auglýsingar þar sem beint eða óbeint er vísað til keppinauta eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Í



umfjöllun um ákvæðið segir t.d. að allar auglýsingar þar sem auglýsandi fullyrðir að vara hans eða þjónusta sé best, ódýrust, sterkust o.s.frv. feli í sér óbeinan samanburð og falli því undir ákvæði laganna. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. liðum 2. mgr. 15. gr. Í erindi Innnes var sérstaklega vísað til a. og e. liða. Ákvæðin eru svohljóðandi:

*„a. þær séu ekki villandi,*

*[...]*

*e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, vöruheiti, önnur auðkenni, vöru, þjónustu, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing,“*

### 3.

Í auglýsingum þeim sem um er deilt í máli þessu er ekki vísað til Hunt's tómatósu eða tómatósu annarra keppinauta Felix með beinum hætti. Auglýsingarnar sýna myndskreið þar sem sett er saman máltíð og útlistað hvað fer í hverja máltíð. Í lokin er sýndur háls af tómatósufloösku og tómatósa sett út á máltíðina og er þá lesið yfir orðið „sykurleðja“. Síðan stöðvast myndskreiðið og spólað er til baka. Sýnd er þá mynd af Felix tómatósu og lesið yfir orðin „Nei, tómatósa á að vera troðfull af tómatum, eins og Felix. Tomato, tomato.“ Að mati Neytendastofu er augljóst að vísað er til annarra tómatósa á markaði og þeim lýst með orðinu „sykurleðja“ á meðan Felix tómatósa er sögð „troðfull af tómatum.“ Í auglýsingunum felst því óhjákvæmilega samanburður við aðrar tómatósur á íslenskum markaði. Að teknu tilliti til líkinda flöskuhálsins í auglýsingunum við útlit Hunt's tómatósufloösku og markaðshlutdeildar Hunt's á íslenskum markaði telur Neytendastofa jafnframt að hinn almenni íslenski neytandi geti borið kennsl á Hunt's í auglýsingunum. Samkvæmt framansögðu er um samanburðarauglýsingar að ræða í skilningi 1. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2015. Samanburðarauglýsingar þurfa, að því er samanburð varðar, að uppfylla öll skilyrði 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 og koma þau því næst til skoðunar.

Aðila máls þessa greinir á um hvað felst í fullyrðingunni að Felix tómatósa sé „troðfull af tómatum“ og til hvers sé vísað með orðinu „sykurleðja“. Neytendastofa fellst ekki á þær skýringar Ásbjörns Ólafssonar að orðalagið hvetji fólk almennt til umhugsunar um sykurinnihald í mat. Neytendastofa telur að með samanburðarauglýsingunum sé gefið í skyn að ólíkt öðrum tómatósum, sem séu „sykurleðja“, þá sé Felix „troðfull af tómatum“. Engar frekari skýringar eru þó gefnar um það hvað felst í því að tómatósa annarra framleiðenda sé „sykurleðja“ eða að Felix sé „troðfull af tómatum“. Í auglýsingunum er ekki að finna neinar hlutlægar upplýsingar sem renna stoðum undir hina umdeildu fullyrðingu, til að mynda með stjörnumerkingu eða á annan skýran hátt. Þá er neytandinn ekki upplýstur um hvar eða hvernig hann geti staðreynt slíkar hlutlægar upplýsingar sem stutt gætu fullyrðinguna í auglýsingunum. Að mati Neytendastofu er um að ræða gildishlaðna neikvæða fullyrðingu sem varðar magn sykurs í tómatósum keppinauta Felix. Neytendastofa telur að með fullyrðingu um að tómatósa keppinautar sé „sykurleðja“ sé kastað rýrð á vöru hans. Samanburðarauglýsingarnar brjóta því



gegn e. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Með vísan til framangreinds telur Neytendastofa jafnframt um að ræða villandi samanburð sem brýtur gegn a. lið 2. mgr. 15. gr. laganna.

Samkvæmt 2. mgr. 9. gr. laganna eru viðskiptahættir 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 neytanda um að eiga viðskipti. Í auglýsingunum er ekki greint frá upplýsingum sem útskýrt gætu fullyrðinguna sem um er deilt, sbr. ofangreinda umfjöllun. Neytendastofa telur að um sé að ræða upplýsingar sem skipti neytendur almennt máli við val á mismunandi tómatsósum og að upplýsingarnar séu til þess fallnar að hafa áhrif á ákvörðun neytanda um að eiga viðskipti. Því telur Neytendastofa að auglýsingarnar séu villandi og brjóti að þessu leyti gegn 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Einnig verður að telja að auglýsingarnar fari gegn 4. mgr. 6. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laganna þar sem ekki hafa verið færðar sönnur fyrir umræddri fullyrðingu, þær fela í sér óréttmæta viðskiptahætti, brjóta í bága við góða viðskiptahætti gagnvart neytendum og eru líklegar til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda.

Eins og framan greinir eru auglýsingarnar villandi. Neytendastofa telur þær til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn vara og brjóta gegn 14. gr. laga nr. 57/2005.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 að banna Ásbirni Ólafssyni ehf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti og beinir þeim fyrirmælum til fyrirtækisins að fjarlægja auglýsingarnar af rás sinni á Youtube.com og öðrum samfélagsmiðlum þar sem auglýsingunni hefur verið komið á framfæri.

#### IV.

##### Ákvörðunarorð:

**„Ásbjörn Ólafsson ehf., Köllunarklettsvegi 6, 104 Reykjavík, hefur brotið gegn 4. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr., 14. gr. og a. og e. liðum 2. mgr. 15. gr., sbr. 5. gr. og 1. mgr. 8. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, með birtingu villandi samanburðarauglýsinga.**

**Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, bannar Neytendastofa Ásbirni Ólafssyni ehf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.**

**Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, beinir Neytendastofa þeim fyrirmælum til Ásbjörns Ólafssonar ehf. að fjarlægja samanburðarauglýsingarnar af rás sinni á Youtube.com og öðrum**



**samfélagsmiðlum þar sem auglýsingunni hefur verið komið á framfæri innan tveggja vikna frá dagsetningu ákvörðunar þessar. Verði ekki farið eftir fyrirmælunum má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.“**

Neytendastofa, 9. maí 2018

Tryggvi Axelsson  
forstjóri

Pórunn Anna Árnadóttir