



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 19/2019

Fullyrðingar Guide to Iceland

I.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 28. september 2018, fór stofnunin fram á skýringar Guide to Iceland ehf. vegna fullyrðinga á forsíðu vefsíðunnar guidetoiceland.is. Um var að ræða eftirfarandi fullyrðingar:

„Explore the world's most extensive selection of things to see and do in Iceland“

„Lowest prices in Iceland“

„Largest selection of travel services“

„Find the very best prices on the largest marketplace for Icelandic travel services“

Í bréfinu var vakin athygli á ákvæðum 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. auk b. og f. liðar 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 75/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Þá var með bréfinu farið fram á að Guide to Iceland færði sönnur á fyrrgreindar fullyrðingar ásamt því að fyrirtækinu var gefinn kostur á að koma með frekari skýringar eða athugasemdir.

Engin svör bárust Neytendastofu.

Neytendastofa óskaði á ný eftir skýringum eða athugasemdum með bréfi, dags. 7. nóvember 2018, þar sem stofnunin ítrekaði kröfu sína um að fyrirtækið færði sönnur á fyrrgreindar fullyrðingar.

Þann 10. desember 2019 barst Neytendastofu tölvupóstur frá Guide to Iceland þar sem óskað var eftir fundi með stofnuninni. Neytendastofa sat fund með forsvarsmanni Guide to Iceland þann 17. desember 2018. Á fundinum áréttaði stofnunin að skriflegt svar þyrfti að berast frá félaginu við erindi stofnunarinnar.



Með bréfi Neytendastofu, dags. 28. janúar 2019, var Guide to Iceland veittur frestur til 30. janúar 2019 til þess að svara erindi stofnunarinnar, dags. 27. september 2018. Bærist ekki svar innan þess tíma myndi stofnunin taka ákvörðun í málinu á grundvelli fyrirliggjandi gagna.

2.

Svar Guide to Iceland barst með bréfi, dags. 30. janúar 2019. Í bréfinu kemur fram að félagið hafi óskað eftir því við ráðgjafafyrirtæki að það myndi gera hlutlausa úttekt á þeim fullyrðingum sem fram komu í bréfi Neytendastofu. Ráðgjafafyrirtækið hafi skilað af sér skýrslu um málið í tveimur hlutum, þ.e. í fyrri hluta skýrslunnar hafi verið skoðaðar fullyrðingar um framboð í samanburði við samkeppnisaðila en í seinni hluta skýrslunnar hafi verið fjallað um verð.

Í fyrri hluta skýrslunnar komi fram að farið hafi verið inn á heimasíður helstu aðila sem selja ferðir á Íslandsmarkaði, skoðaðir hafi verið stærstu erlendu og innlendu samkeppnisaðilar skv. skýrslu *Trekksóft og 300 stærstu bókar Frjálsrar verslunar*. Í niðurstöðu skýrslu ráðgjafafyrirtækisins komi m.a. fram að: „*niðurstaða þessarar athugunar að Guide to Iceland bjóði upp á 167 og 210 fleiri ferðir en þeir samkeppnisaðilar sem komast næst, eða 18,7% fleiri en sá sem næstur kom.*“ Miðað við niðurstöðu skýrslunnar sé það óumdeilt að fullyrðingar félagsins um „*Explore the world's most extensive selection of things to see and do in Iceland*“ og „*Largest selection of travel services*“ eigi við rök að styðjast.

Í seinni hluta skýrslunnar hafi verið valdar 100 ferðir af handahófi hjá Guide to Iceland og reynt að finna sömu ferðir hjá samkeppnisaðilum. Vandasamt geti verið að bera saman verð á milli innlendra og erlendra samkeppnisaðila þar sem viðmiðunarverð í erlendri mynt geti sveiflast innan dags og jafnframt sé umreikningur á íslenskum krónum yfir í erlenda mynt ekki ávallt sá sami á milli aðila, t.d. gengi viðskiptabanka, seðlabankagengi og VISA gengi. Ástæðan fyrir því að þetta skipti máli sé að greiðsla til þjónustuaðila á Íslandi sé í íslenskum krónum. Ef Guide to Iceland sé tekið sem dæmi birti félagið bæði verð í íslenskum krónum fyrir vörur og þjónustu og jafnframt viðmiðunarverð í erlendri mynt. Á skuldfærslufirliti sé íslenska krónutalan ávallt sú sama en hver skuldfærslufjárhæðin í erlendri mynt sé getur verið breytilegt og velti á kortafyrirtæki viðkomandi aðila. Til þess að samanburðurinn sé 100% samanburðarhæfur þurfi að bera saman íslensku krónutöluna en ekki fjárhæðina í erlendri mynt.

Í úttekt ráðgjafafyrirtækisins hafi verið eitt tilfelli af 89 þar sem verð í Bandaríkjadollar hafi verið lægra hjá samkeppnisaðila fyrir eina tiltekna ferð. Til að fyrirbyggja misskilning byggðan á samanburði á milli gengi gjaldmiðla, eins og lýst hafi verið að ofan, hafi verið ákveðið að taka umrædda vöru úr sölu. Óskað hafi verið eftir því við ráðgjafafyrirtækið að það myndi staðfesta það í uppfærðri skýrslu.

Að mati fyrirtækisins eigi fullyrðingarnar „*Lowest prices in Iceland – Best price guaranteed*“ og „*Find the very best prices on the largest marketplace for Icelandic travel services*“ því við rök að styðjast. Félagið samþykki hins vegar að skýra skilaboð sín betur og hafi félagið því



ákveðið að bregðast við fyrirspurn Neytendastofu með því að breyta hluta af textanum á heimasíðu félagsins.

Textinn „*Lowest price in Iceland – Best price guaranteed*“ verði breytt í „*Low prices in Iceland – Best price guarantee*“. Og „*Find the very best prices on the largest marketplace for Icelandic travel services*“ verði breytt í „*Find the very best selection on the largest marketplace for Icelandic travel services*“.

3.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 31. janúar 2019, var Guide to Iceland tilkynnt um lok gagnaöflunar og að málið yrði tekið til ákvörðunar stofnunarinnar.

II.

Niðurstaða

1.

Mál þetta varðar fullyrðingar Guide to Iceland á heimasíðu félagsins guidetoiceland.is. Óskaði Neytendastofa eftir því að félagið færði sönnur á neðangreindar fullyrðingar:

- „*Explore the world's most extensive selection of things to see and do in Iceland*“
- „*Lowest prices in Iceland*“
- „*Largest selection of travel services*“
- „*Find the very best prices on the largest marketplace for Icelandic travel services*“

Í bréfi Neytendastofu var vakin athygli Guide to Iceland á ákvæðum 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. auk b. og f. liðar 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í svörum Guide to Iceland kom fram að félagið hafi óskað eftir því við ráðgjafafyrirtæki að það myndi gera hlutalaus úttekt á umræddum fullyrðingum. Í niðurstöðu skýrslu ráðgjafafyrirtækisins komi m.a. fram að Guide to Iceland bjóði upp á 167 og 210 fleiri ferðir en þeir samkeppnisaðilar sem komast næst, eða 18,7% fleiri en sá sem næstur kom. Miðað við niðurstöðu skýrslunnar sé það óumdeilt að fullyrðingar félagsins um „*Explore the world's most extensive selection of things to see and do in Iceland*“ og „*Largest selection of travel services*“ eigi við rök að styðjast. Í niðurstöðu skýrslu ráðgjafafyrirtækisins komi einnig fram eitt tilfelli af 89 þar sem verð í Bandaríkjadollar hafi verið lægra hjá samkeppnisaðila fyrir eina tiltekna ferð. Til að fyrirbyggja misskilning byggðan á samanburði á milli gengi gjaldmiðla hafi verið ákveðið að taka umrædda vöru úr sölu. Að mati félagsins eigi fullyrðingarnar „*Lowest price in*



Iceland – Best price guaranteed“ og „Find the very best prices on the largest marketplace for Icelandic travel services“ við rök að styðjast.

2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Í 5. gr. 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, skv. ákvæðinu, nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í 4. mgr. 6. gr. laganna segir að fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þurfi fyrirtæki að geta fært sönnur á. Geti fyrirtæki ekki sannað fullyrðingar sínar geta þær verið til þess fallnar að vera villandi gagnvart neytendum og ósanngjarnar gagnvart keppinautum.

Í 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 segir:

„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 með frumvarpi til laga nr. 50/2008, 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. 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. Í bréfi Neytendastofu var vísað til b. og f. liðar 1. mgr. 9. gr. þar sem segir að átt sé við rangar upplýsingar um :

„b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar,

[...]

f. réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður söluaðila eða fulltrúa hans, stöðu hans á markaði, skyldur, vörumerki og önnur hugverkaréttindi,“



3.

Guide to Iceland hefur á vefsíðu sinni, guidetoiceland.is, notast við afdráttarlausar fullyrðingar þar sem fullýrt er að félagið bjóði upp á mesta úrval af ferðum á Íslandi og lægsta verðið.

Í svörum Guide to Iceland kemur fram að í kjölfar erindis Neytendastofu hafi félagið farið þess á leit við ráðgjafafyrirtæki að gera úttekt á umræddum fullyrðingum félagsins. Skýrsla ráðgjafafyrirtækisins er í tveimur hlutum. Í fyrri hluta hennar er fjallað um framboð ferða og í seinni hluta hennar verð hjá ferðasölum á íslenskum markaði.

Aðferðafræði könnunarinnar var sú að skoðaðir voru stærstu innlendu og erlendu samkeppnisaðilar Guide to Iceland samkvæmt skýrslu Trekksoft og *300 stærstu bókar Frjálsrar Verslunar*. Hvað varðar Trekksoft er vísað í vefhlekk á vefsíðu fyrirtækisins þar sem nálgast má skýrslu sem ber titilinn „*The Large Marketplace Comparison Guide*“. Ekki er nánar tilgreint hvar í skýrslunni sé að finna sönnun þess efnis að tilgreindir aðilar séu stærstu samkeppnisaðilar Guide to Iceland á íslenskum markaði. Hvað varðar Frjálsa verslun þá kemur ekkert fram um hvað nákvæmlega er vísað í né hverjir séu stærstu samkeppnisaðilar Guide to Iceland samkvæmt bók Frjálsrar Verslunar. Ekki kemur fram hvaða viðmið var notað við mat á stærstu samkeppnisaðilum félagsins, hvort miðað sé við fjölda ferða, framboð mismunandi ferða, veltu fyrirtækjanna o.s.frv.

Í fyrri hluta könnunarinnar voru fimm tilgreindir samkeppnisaðilar valdir og framboð þeirra borið saman við framboð ferða hjá Guide to Iceland. Fram kemur í skýrslunni að ef fjöldi ferða var ekki tiltekinn á vefsíðu viðkomandi samkeppnisaðila hafi aðferðin verið eftirfarandi: „*skoðaður var fjöldi ferða eftir lengd ferðanna. Þar sem hver ferð um sig getur einungis tekið ákveðin tíma er þetta góð leið til að ákvarða fjöldann.*“. Ef heildarfjöldi ferða kom ekki fram á síðu viðkomandi aðila þá var fjöldi ferða handtalinn. Einnig voru gerðar stikkprufur með því að handtelja fjölda ferða hjá þeim samkeppnisaðilum sem birtu fjölda ferða. Samkvæmt skýrslunni fór könnunin fram daganna 14. janúar 2019 til 23. janúar 2019. Ljóst er að skýrslan getur í besta falli verið til sönnunar á framboði ferða innan þess tímaramma en fjöldi ferða getur verið misjafn eftir t.d. tíma árs og lengd þess tímabils sem miðað er við. Einnig kemur ekki fram hvað átt sé við með fjölda ferða eftir lengd ferðanna.

Í seinni hluta könnunarinnar voru fjórir tilgreindir samkeppnisaðilar valdir og verð þeirra borið saman við verð ferða hjá Guide to Iceland. Til þess að ferð teldist vera sama ferð hjá samkeppnisaðila þurfti lengd ferðar að vera sú sama, framboð það sama og að lýsingar bæru það með sér að ferðirnar væru sambærilegar. Ekkert er nánar fjallað um það í skýrslunni hvað lagt sé til grundvallar við mat á þessum atriðum, t.d. hvort ferðir þurfi að vera nákvæmlega jafn langar eða hvort miðað hafi verið við einhver skekkjumörk, eða þá hvað felist í því að framboð sé það sama. Er það því algjörlega háð mati ráðgjafafyrirtækisins hvort ferðir séu sambærilegar. Einnig kemur fram í skýrslunni að í a.m.k. einu tilviki hafi samkeppnisaðili boðið upp á ódýrari ferð en Guide to Iceland. Í svörum félagsins kemur fram að til þess að fyrirbyggja misskilning



byggðan á samamburði á milli gengi gjaldmiðla hafi umrædd ferð verið tekin úr umferð. Ljóst er af gögnum málsins að verðsamamburður við Guide to Iceland náði einungis til fjögurra aðila á Íslandsmarkaði en ætla má að mun fleiri aðilar selji ferðir hérlendis en þessir tilteknu aðilar.

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum og öðru kynningarefni eiga að vera réttar og sannar, í samræmi við þau gögn sem styðja sönnunargildi þeirra auk þess að vera viðeigandi á þeim tíma sem þær eru birtar. Við mat á sönnunargildi fullyrðinga getur því t.d. komið til álita hvort sönnun hafi legið fyrir við birtingu þeirra. Á það helst við þegar um er að ræða fullyrðingar um auðbreytanlega þætti, líkt og t.d. verð.

Í svörum Guide to Iceland og þeim gögnum sem fylgdu er ekki að finna fullnægjandi sönnur fyrir umræddum fullyrðingum. Í ljósi framangreinds er það mat Neytendastofu að umrædd könnun geti ekki talist fullnægjandi sönnun á jafn afdráttarlausum fullyrðingum og hér um ræðir. Ofangreindar fullyrðingar eru því ósannaðar, sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Að því virtu telur Neytendastofa að ofangreindar fullyrðingar veiti rangar upplýsingar um stöðu Guide to Iceland á íslenskum markaði. Þá telur Neytendastofa að upplýsingarnar séu líklegar til að valda því að hinn almenni neytandi sem auglýsingarnar beinast að, taki viðskiptaákvörðun sem hann myndi ekki annars hafa tekið. Þá eru fullyrðingarnar líklegar til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Guide to Iceland hefur því brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., f. lið 1. mgr. 9. gr. auk 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 með birtingu þeirra í markaðssetningu félagsins.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 að banna Guide to Iceland ehf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti.

4.

Í svörum Guide to Iceland kemur fram að félagið hafi ákveðið að skýra skilboð sín betur og því ákveðið að bregðast við fyrirspurn Neytendastofu með því að breyta hluta af textanum á heimasíðu félagsins. Í stað textans „*lowest prices in Iceland – Best price guaranteed*“ hafi komið „*low prices in Iceland – best price guarantee*“ og í stað textans „*find the very best prices on the largest marketplace for Icelandic travel services*“ hafi komið „*find the very best selection on the largest marketplace for Icelandic travel services*“.

Þrátt fyrir ofangreindar breytingar felast í skilaboðum Guide to Iceland afdráttarlausar fullyrðingar um að félagið bjóði upp á mesta úrval ferða á Íslandi og lágsta verðið. Hefur félagið ekki lagt fram nein gögn, önnur en ofangreinda könnun, til sönnunar á hinum nýju fullyrðingum. Líkt og fram kom hér að framan þá telur Neytendastofa að þeir annmarkar séu á skýrslu ráðgjafafyrirtækisins að hún geti ekki talist fullnægjandi sönnun á svo afdráttarlausum fullyrðingum. Ofangreindar fullyrðingar eru því ósannaðar, sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Að því virtu telur Neytendastofa að ofangreindar fullyrðingar veiti rangar upplýsingar um stöðu Guide to Iceland á íslenskum markaði. Þá telur Neytendastofa að upplýsingarnar séu líklegar



til að valda því að hinn almenni neytandi sem auglýsingarnar beinast að, taki viðskiptaákvörðun sem hann myndi ekki annars hafa tekið. Þá eru fullyrðingarnar líklegar til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Guide to Iceland hefur því brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., f. lið 1. mgr. 9. gr. auk 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 með birtingu þeirra í markaðssetningu félagsins.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 að banna Guide to Iceland að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti

III.

Ákvörðunarorð:

„Guide to Iceland ehf., Borgartúni 29, Reykjavík, hefur með birtingu fullyrðinganna: „Explore the world’s most extensive selection of things to see and do in Iceland“, „Lowest prices in Iceland“, „Largest selection of travel services“, „Find the very best prices on the largest marketplace for Icelandic travel services“, „Low prices in Iceland – best price guarantee“ og „Find the very best selection on the largest marketplace for Icelandic travel services“ brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr. og f. liðar 1. mgr. 9. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, er Guide to Iceland ehf. bönnuð birting fullyrðinganna, að viðlögðum sektum skv. IX. kafla laganna. Bannið tekur gildi við 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.“

Neytendastofa, 11. apríl 2019

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir