



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 2/2005

Kvörtun yfir fullyrðingum í auglýsingu Dreifingar ehf. á morgunkorni frá Malt-O-Meal og á umbúðum vörunnar

I.

Erindið

Samkeppnisstofnun barst erindi Lilju Jónasdóttur hrl., dags. 28. febrúar 2005, f.h. ótilgreinds umbjóðanda, þar sem kvartað er yfir auglýsingu Dreifingar ehf. og texta á umbúðum morgunkorns frá Malt-O-Meal. Auglýsingin birtist í 1. tbl. fréttabréfs Matvís 2005 og segir þar m.a.:

„Aukin gæði. Frábært bragð. Hagstæðara verð. Malt-O-Meal kostar minna og eykur hagnað. Ef þú finnur ekki mun til hvers að borga meira.“

Í auglýsingunni eru nafngreindar sjö tegundir morgunkorns frá Malt-O-Meal og jafnframt sjö tegundir morgunkorns frá keppinautum sem vörur Malt-O-Meal eru í samkeppni við.

Í erindi kvartanda er rakið að morgunkorn keppinauta Malt-O-Meal fáist og hafi fengist í flestum matvöruverslunum á landinu í áraraðir. Verð sé mismunandi milli verslana og fráleitt sé að fullyrða að morgunkorn frá Malt-O-Meal sé í öllum tilvikum ódýrara. Að mati kvartanda brjóti auglýsingin í bága við samkeppnislög nr. 8/1993, einkum 20. gr. a.

Þá er í erindinu kvartað yfir upplýsingum sem fram koma á umbúðum þriggja tegunda morgunkorns frá Malt-O-Meal. Hvað varðar morgunkorn, í gulri pakkningu, með nafninu Scooters sé ljóst að um sé að ræða eftirlíkingu á morgunkorninu Cheerios sem sé skráð vörumerki í eigu General Mills Inc. Framan á umbúðunum sé eftirfarandi texti ritaður með áberandi hætti:

„Kids Prefer the Great Taste of Scooters to Cheerios cereal.“ og „50% MORE Than Cheerios* 15 oz. Box.“*

Þá sé á bakhlið umbúðanna að finna eftirfarandi texta ritaðan með áberandi hætti:



„Scooters Heart Health Benefits with a Taste Kids Prefer.“

Í öðru lagi sé um að ræða umbúðir með nafninu Honey Nut Toasty O's sem augljóslega eigi að líkja eftir Honey Nut Cheerios frá General Mills. Framan á umbúðunum komi fram með áberandi hætti:

„TRY ME If you like Honey Nut Cheerios“*

Á bakhlið standi eftirfarandi:

„Compare our Honey Nut Toasty O's to Honey Nut Cheerios cereal. You will love the taste – and you'll love the price.

Malt-O-Meal bag cereals are not only delicious, they're the best value in the cereal aisle. Compare Malt-O-Meal cereals with the leading box brands and you'll see they contain all of the same vitamins and minerals.“

Þá sé á bakhliðinni einnig talin upp morgunkorn frá öðrum framleiðendum og nefndar vörur frá Malt-O-Meal sem séu í samkeppni við hverja og eina tegund undir fyrirsögninni:

„Compare Our Great Taste & Better Value. If you like these leading box cereals... Try these Malt-O-Meal cereals...“

Í þriðja lagi sé um að ræða umbúðir utan um morgunkornið Coco Roos sem eigi augljóslega að líkja eftir Cocoa Puffs frá General Mills. Texti á umbúðunum sé sambærilegur við texta á umbúðum utan um Honey Nut Toasty O's.

Kvartandi telji augljóst að hér sé um að ræða skýr brot á ákvæðum samkeppnislaga og er vísað sérstaklega til þess að með texta, formi, lögun og bragði sé verið með ósanngjörnum hætti að nýta sér orðstír vörumerkis, vöruheitis og annarra auðkenna morgunkorns frá General Mills. Varan sé augljóslega kynnt sem eftirlíking umrædds morgunkorns. Þá sé með texta á umbúðum verið að kasta rýrð á vöru frá General Mills og sé þar sérstaklega vísað til texta á umbúðum utan um Scooters:

„Scooters Heart Health Benefits with a Taste Kids Prefer.“

Í þessu sambandi er m.a. vísað til c, d, e, g og h-liðar 20. gr. a í samkeppnislögum.



II. Málsmeðferð

1.

Erindið var sent Dreifingu til umsagnar með bréfi Samkeppnisstofnunar, dags. 11. mars 2005. Svar Dreifingar er ódagsett en barst Samkeppnisstofnun 16. mars 2005. Þar segir að því sé vísað á bug að auglýsingin brjóti í bága við ákvæði samkeppnislaga. Um sé að ræða kynningu eða auglýsingu fyrir fagfólk. Hvatning til samanburðar sé leyfð í framleiðslulandi vörunnar ef getið sé skráðra eigenda þess vöruflokks sem samanburðurinn beinist að. Þess sé gætt í kynningunum að geta um rétt General Mills til nefndra vörutegunda. Verðsamanburðurinn eigi aðeins við um grunnverð ekki samanburð milli verslana. Ekki sé dregin fjöður yfir að varan frá Malt-O-Meal sé í beinni samkeppni við tilgreindar vörur frá General Mills. Malt-O-Meal staðhæfi að þeirra vara sé a.m.k. jafn góð og leiðandi vörumerki með tilliti til næringargildis og bragðs. Neytendur séu hvattir til þess að gera samanburð á verði og bragði. Fullyrðingin um bestu kaup byggji á ódýrari og hagkvæmari umbúðum, nánast engum auglýsingum utan kynningu til fagaðila og þeirri staðreynd að næringargildi og bragð standist allan samanburð við heimsþekkta merkjavöru. Í svari Dreifingar er ekki minnst á texta á umbúðum morgunkornsins.

2.

Bréf Dreifingar var sent kvartanda til umsagnar með bréfi Samkeppnisstofnunar dags. 31. mars 2005. Engar athugasemdir bárust.

III.

Álit auglýsinganefndar

Á fundi auglýsinganefndar, ráðgjafanefndar samkeppnisráðs, 28. apríl 2005, var m.a. fjallað um málið. Um það fjölluðu Atli Freyr Guðmundsson, Jóhannes Gunnarsson og Sólveig Ólafsdóttir. Í fundargerð segir:

„Auglýsinganefnd hefur yfirfarið umbúðir og auglýsingu Malt-O-Meal morgunkorns. Auglýsinganefnd tekur fram að á auglýsanda hvílir sú skylda að sanna þær fullyrðingar sem notaðar eru vöru hans til framdráttar. Dreifing ehf. hefur ekki lagt fram nein gögn til sönnunar fullyrðingum sínum um Malt-O-Meal.

Í auglýsingu á Malt-O-Meal morgunkorni þar sem taldar eru upp tegundir morgunkorns frá öðrum framleiðendum sem Malt-O-Meal telur keppinauta koma fram fullyrðingar, s.s. um að morgunkornið kosti minna, verð sé hagstæðara og gæði meiri en hjá keppinautum. Í ljósi þess að Dreifing hefur ekki sýnt fram á að



fullyrðingarnar standist telur auglýsinganefnd að auglýsingin brjóti í bága við ákvæði 21. og 20. gr. a samkeppnislaga.

Á umbúðum Malt-O-Meal morgunkornsins er að finna ýmsar upplýsingar um vörurnar þar sem notað er efsta stigi lýsingarorða og jafnframt fullyrðingar um að t.d. þyki börnum þær betri en vörur keppinautanna. Í ljósi þess að Dreifing hefur ekki sýnt fram á að fullyrðingarnar standist telur auglýsinganefnd að upplýsingarnar á umbúðunum brjóti í bága við ákvæði 21. og 20. gr. a í samkeppnislögum.“

Álit auglýsinganefndar var sent Dreifingu með bréfi Samkeppnisstofnunar, dags. 29. apríl 2005, og var fyrirtækinu gefinn tíu daga frestur til að koma að athugasemdum.

IV.

Frekari málsmeðferð

1.

Bréf Dreifingar til Samkeppnisstofnunar er ódagsett en mótttekið 23. maí 2005 og þar eru fyrri rök ítrekuð. Með bréfinu fylgdi afrit tölvupósts frá framleiðanda morgunkornsins í Bandaríkjunum þar sem segir að umdeildar fullyrðingar séu leyfðar þar í landi en lögmenn fyrirtækisins þurfi að kanna málið frekar til að geta gefið réttar upplýsingar.

Í bréfi Dreifingar kemur jafnframt fram að ekki verði séð að það sé hlutverk íslenskra stjórnvalda að vernda framleiðslu sem lúti kröfum á heimamarkaði beggja fyrirtækjanna í Minneapolis í Bandaríkjunum. Þá fylgdi bréfinu tafla yfir samanburð á sölu á vörum frá General Mills og Malt-O-Meal fyrir tímabilið 1. janúar til 30. apríl 2005. Ekki kom fram hvaðan upplýsingarnar væru fengnar.

2.

Í bréfi Samkeppnisstofnunar til Dreifingar, dags. 2. júní 2005, var fyrirtækinu tilkynnt að gögn þau sem fylgdu bréfi fyrirtækisins sem stofnuninni barst, 23. maí 2005, væru ekki fullnægjandi þar sem þau að hluta fjölluðu ekki um ágreining þann sem málið snérist um og engin gögn hafi fylgt til stuðnings verðsamanburðinum. Það væri því mat Samkeppnisstofnunar að Dreifing hefði ekki sýnt fram á að fullyrðingar í auglýsingu og á umbúðum stæðust. Brjóti þær því í bága við ákvæði 21. og 20. gr. a. samkeppnislaga. Kvartanda var sent afrit bréfaskriftanna.

Bréf kvartanda til Samkeppnisstofnunar er dags. 23. júní 2005. Þar segir að Dreifing hafi dreift Malt-O-Meal morgunkorni í sömu umbúðum eftir 2. júní 2005. Einnig hafi Dreifing verið með sérstaka kynningu á morgunkorninu í verslunum Bónuss á



höfuðborgarsvæðinu. Krefst kvartandi þess að gripið verði til ráðstafana og þeirra viðurlaga sem lög kveði á um.

3.

Þann 30. júní 2005 sendi Samkeppnisstofnun málsaðilum bréf þar sem tilkynnt var að 1. júlí 2005 tækju gildi lög nr. 57/2005 um eftirlit með óréttmætum viðskiptaháttum og gagnsæi markaðarins og þau svöruðu m.a. til VI. kafla samkeppnislaga nr. 8/1993 sem féllu úr gildi sama dag. Málið flyttist því til Neytendastofu sem skv. 4. gr. laganna færi með eftirlit með þeirra, sbr. lög nr. 63/2005, og fengi afgreiðslu þar.

4.

Með bréfi Neytendastofu til Dreifingar, dags. 7. júlí 2005, var þess krafist, með vísan til fyrrnefndrar niðurstöðu auglýsinganefndar, að fyrirtækið breytti upplýsingum í auglýsingu og á umbúðum Malt-O-Meal svo ekki þyrfti að koma til frekari aðgerða af hálfu Neytendastofu í málinu. Þetta skyldi gert þar sem Dreifing hefði ekki sýnt fram á að upplýsingarnar væru sannar en engar breytingar höfðu orðið á umbúðum vörunnar.

5.

Með bréfi, dags. 22. september 2005, tilkynnti Neytendastofa málsaðilum að gagnaöflun í málinu væri lokið og að Neytendastofa tæki málið til afgreiðslu. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.

Þann 26. september 2005 var óskað eftir fresti fyrir Dreifingu til að koma að frekari sjónarmiðum fyrirtækisins. Í bréfi Dreifingar til Neytendastofu, dags. 6. október 2005, segir m.a. að samanburður sá á morgunkorni sem fram komi í auglýsingu Dreifingar hafi verið gerður fyrir tilstuðlan framleiðandans, Malt-O-Meal, og séu niðurstöðurnar kynntar í auglýsingum og kynningum. Dreifing byggði einungis á staðreyndum sem unnar hafi verið úr tilvísuðum samanburði og könnunum. Dreifing byggði á því að bæði fyrirtækin Malt-O-Meal og General Mills séu staðsett í Minnesota í Bandaríkjunum. Í því fylki fari fram kannanir á vegum Malt-O-Meal og þar sé einnig gert kynningarefni fyrir vörur fyrirtækisins. Þá er sérstaklega á það bent að samkeppnisyfirvöld í Minnesota geri ekki athugasemdir við framsetningu á niðurstöðum kannanna Malt-O-Meal né við kynningarefni fyrirtækisins. Dreifing hafi einungis notað kynningarefni framleiðandans. Með bréfi Dreifingar fylgdi afrit kynningarefnis Malt-O-Meal sem notað er í Bandaríkjunum og fleiri gögn frá framleiðanda vörunnar.

Þann 11. október 2005 sendi Neytendastofa málsaðilum nýjan lista yfir gögn málsins.



V.

Niðurstöður

1.

Í erindi Lilju Jónasdóttur hrl. til Samkeppnisstofnunar er kvartað yfir auglýsingu Dreifingar á morgunkorni frá Malt-O-Meal þar sem m.a. er fullyrt um meiri gæði og hagstæðara verð. Þá segir að morgunkornið kosti minna og auki hagnað. Jafnframt er spurt: „Ef þú finnur ekki mun til hvers að borga meira?“. Í auglýsingunni eru tilgreindar sjö tegundir morgunkorns frá Malt-O-Meal og þess getið að þær séu í samkeppni við tilgreint morgunkorn frá keppinautum. Að mati kvartanda brýtur auglýsingin í bága við núverandi 7. gr. laga um óréttmæta viðskiptahætti og gagnsæi markaðarins nr. 57/2005.

Þá er, einnig með vísan til núverandi 7. gr. sömu laga, kvartað yfir texta á umbúðum morgunkornsins frá Malt-O-Meal þar sem fram komi ýmsar ósannar fullyrðingar um yfirburði vörunnar í samanburði við vöru frá General Mills bæði hvað verð og gæði snertir. Með því sé verið að kasta rýrð á vöru keppinautar. Með vísan til texta, forms, lögunar og bragðs sé verið að nýta sér orðstír, vörumerki, vöruheiti og önnur auðkenni morgunkorns General Mills.

Í athugasemdum Dreifingar er því mótmælt að auglýsingin brjóti í bága við ákvæði samkeppnislaga þar sem um sé að ræða kynningu fagmenn. Þá sé hvatning til samanburðar leyfð í framleiðslulandi vörunnar ef framleiðanda, sem samanburðurinn beinist að, er getið. Þess sé gætt í kynningum á Malt-O-Meal. Verðsamanburðurinn eigi aðeins við um grunnverð ekki samanburð milli verslana. Fullyrðing um bestu kaup byggji á ódýrari og hagkvæmari umbúðum og fáum auglýsingum utan kynningu til fagaðila. Dreifing tjáði sig ekki sérstaklega um texta á umbúðum morgunkornsins.

2.

Til stuðnings erindinu vísar kvartandi til samkeppnislaga einkum 20. gr. a, sem samsvarar 7. gr. laga um óréttmæta viðskiptahætti og gagnsæi markaðarins. Lagagreinin á við um samanburðarauglýsingar þ.e. auglýsingar sem beint eða óbeint vísa til keppinautar eða vöru eða þjónustu sem keppinautur býður. Þá er í lagagreininni tilgreint hvaða skilyrði slíkar auglýsingar þurfa að uppfylla. Auglýsingin sem mál þetta fjallar m.a. um er samanburðarauglýsing sbr. ákvæði 7. gr. laga um óréttmæta viðskiptahætti og gagnsæi markaðarins.

Í máli þessu koma jafnframt til greina ákvæði 21. gr. samkeppnislaga, sem samsvarar 6. gr. laga um óréttmæta viðskiptahætti og gagnsæi markaðarins nr. 57/2005 en greinin 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.“

Samkvæmt túlkun Neytendastofu á lagagreininni ber auglýsanda að geta sannað fullyrðingar þær sem fram koma í auglýsingu á auðveldan og hlutlausan hátt. Þannig er það auglýsanda og seljanda vöru að sanna að fullyrðingar og upplýsingar þær sem hann lætur fylgja vöru sinnu séu sannar, enda á hann oftast mun auðveldara með að sanna það atriði en stjórnvöld og er þetta meginreglan um sönnunarbyrði á þessu sviði.

Eins og fram hefur komið í málavöxtum hér að framan, og fram kemur í álit auglýsinganefndar, þá hefur Dreifing ekki lagt fram hlutlaus gögn til sönnunar fullyrðingum um Malt-O-Meal. Þannig hefur t.d. ekki verið sýnt fram á að börnum þyki morgunkorn Malt-O-Meal betra en morgunkorn frá keppinautum, né að verð sé hagstæðara eða gæði meiri. Neytendastofa tekur undir álit auglýsinganefndar að Dreifing hafi ekki lagt fram fullnægjandi gögn til sönnunar fullyrðingum um Malt-O-Meal hvorki þær sem fram koma í samanburðarauglýsingu né á umbúðum morgunkornsins.

Í ljósi þess að Dreifing hefur ekki sýnt fram á að fullyrðingarnar standist brýtur samanburðarauglýsingin og texti á umbúðum morgunkorns frá Malt-O-Meal í bága við ákvæði núverandi 6. og 7. gr. laga um óréttmæta viðskiptahætti og gagnsæi markaðarins nr. 57/2005.

VI.

Ákvörðunarorð:

„Dreifing ehf., Vatnagörðum 8, Reykjavík, hefur ekki fært sönnur á fullyrðingar sem fram koma í samanburðarauglýsingu né á umbúðum Malt-O-Meal morgunkorns. Dreifing hefur því með fullyrðingum sínum brotið í bága við ákvæði 6. og 7. gr. laga um óréttmæta viðskiptahætti og gagnsæi markaðarins, nr. 57/2005.



Með vísan til 2. mgr. 16. gr. sömu laga bannar Neytendastofa Dreifingu ehf. birtingu slíkra samanburðarauglýsinga sem og frekari dreifingu vörunnar með ósönnuðum fullyrðingum á umbúðum hennar.

Bannið tekur gildi tíu dögum eftir birtingu ákvörðunarinnar. Verði ekki farið að banninu mun Neytendastofa beita viðurlögum sbr. 22. gr. laga um óréttmæta viðskiptahætti og gagnsæi markaðarins.“

Neytendastofa, 8. nóvember 2005