

Mánudagurinn 29. maí 2000

144. fundur samkeppnisráðs

Álit nr. 6/2000

Kvörtun Lionsklúbbsins Freys yfir auglýsingum Tannverndarráðs

I.

Erindið

Með bréfi til Samkeppnisstofnunar, dags. 24. nóvember 1999, kvartar Lionsklúbburinn Freyr yfir auglýsingum Tannverndarráðs og heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytisins. Í umkvörтуðum auglýsingum er foreldrum ráðlagt að gefa börnum sínum jóladagatöl án sælgætis. Sala jóladagatala, með litlum súkkulaðimolum fyrir hvern dag desembermánaðar til jóla, hefur í mörg ár verið hluti af fjáröflun líknarsjóðs Lionsklúbbsins. Í erindinu segir að heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytið og síðar Tannverndarráð hafi allt frá árinu 1985 ráðist á þessa fjáröflun klúbbsins, sem og fjölda annarra Lionsklúbba úti á landi, með blaðagreinum og auglýsingum fyrir jól. Vorið 1986 hafi Lionsklúbburinn Freyr mótmælt við Tannverndarráð framangreindum aðferðum ráðsins. Þrátt fyrir það hafi auglýsingarnar haldið áfram að birtast í dagblöðum fyrir hver jól. Þolinmæði Lionsklúbbsins Freys hafi þrotið sumarið 1991 þegar Tannverndarráð hafi reynt að fá þessar auglýsingar birtar í málgagni Lionshreyfingarinnar. Í kjölfarið hafi fulltrúar Lionsklúbbsins Freys átt fund með heilbrigðisráðherra. Þá segir í erindinu:

„Eftir fund okkar með ráðherra 25/9 1991 var auglýsingunum breytt og hefur síðan verið auglýst í nafni Tannverndarráðs hver jól, nú síðast í Morgunblaðinu 19/11 1999. Hinn 14/10 1996 skrifuðum við núverandi heilbrigðis- og tryggingamálaráðherra, Ingibjörgu Pálmadóttur, og kynntum henni vandræði okkar en einnig tannverndarverkefni er klúbburinn hóf haustið 1993 og stendur fyrir enn í dag.

Við bendum sérstaklega á að Tannverndarráð hefur ekki ráðlagt eða auglýst neitt í sambandi við sælgætis- eða sætudrykkjarneyslu almennt, heldur ráðist á

ffjáröflunarleið okkar sem verður að teljast harla léttvæg í hlutfalli við alla sykurneyslu okkar landsmanna. Auk þessara auglýsinga, hefur talsmaður ráðsins... oft komið sér inn í útvarpsþætti þar sem hann hefur eingöngu fjallað um skaðsemi af sölustarfsemi okkar auk þess að hvetja til kaupa á jóladagatölum annarra svo sem útvarpsins. Á aðrar tegundir sælgætis hefur ekki verið minnst.“

Að lokum segir í erindinu að kvartandi telji að hér sé um að ræða brot gegn ákvæðum 20., 21. og 23. gr. samkeppnislaga.

Með erindinu fylgdu ýmis gögn, m.a. bréf Lionsklúbbsins til heilbrigðisráðherra frá árinu 1991 þar sem segir m.a.:

„Að mati Lionsklúbbsins Freys felst augljós mismunun í því að heilbrigðisyfirvöld skuli einskorða baráttu sína fyrir betri tannhirðu við að benda á skaðsemi sælgætismolans í jóladagatölum. Í raun verður að telja að hér sé um gróft brot á almennum jafnréttisreglum að ræða sem stjórnvöldum ber öðrum fremur að virða. Fyrir liggur að hver moli í dagatalinu vegur aðeins 3 grömm, þar af er sykur 1,21 gramm (rófusykur). Til samanburðar er í hverjum 100 grömmum af hinni vinsælu kókómjólk, sem skólayfirvöld beita sér fyrir sölu á í flestum grunnskólum landsins, um 9,5 grömm af hreinum sykri. Í sambærilegu magni af hefðbundnum gosdrykkjum, er sykurmagnið nokkru meira eða rúmlega 10 grömm.“

Í bréfi til heilbrigðisráðherra frá árinu 1996 kemur fram að Lionsklúbburinn hefur sl. 10–15 ár látið tannkremstúbu fylgja dagatölunum. Þá hafi klúbburinn á árinu 1992 hafið tannverndaráttak þar sem öll börn á landinu fengu m.a. gefins tannbursta og tannkremstúpu á fyrsta skólaárinu.

Þá fylgdi erindinu eintak af umræddu sælgætisdagatali sem pakkað er í plast ásamt tannkremstúpu. Á því er límíði með mynd af tannkremstúpu og tannbursta og á honum stendur: „*Krakkar! Munið eftir okkur Tanni og Túpa*“.

II. Málsmeðferð

1.

Erindið var sent Tannverndarráði til umsagnar. Umsögn þess er dags. 8. desember 1999. Þar segir að hlutverk Tannverndarráðs sé að annast fyrirbyggjandi aðgerðir á sviði tannheilsamála, m.a. með fræðslu um tannhirðu og tannvernd. Á vegum ráðsins og tannheilsudeildar heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytisins hafi verið útbúin fræðslurit, bæklingar, myndbönd, veggspjöld, barmmerki, límmiðar, púsluspil, frímerki og endurskinsmerki og þessu dreift um leið og fræðsla hafi farið fram í heilbrigðisstofnunum, leikskólum, skólum, stórmörkuðum og lyfjabúðum. Auk þess hafi birst fróðleikur í blöðum, útvarpi og sjónvarpi. Fjallað hafi verið um sykurverð, sykurneyslu, sælgætisneyslu, gosdrykkjaneyslu, sjoppufjölda, skólamáltíðir, matarvenjur og tannhirðu almennt. Þá hafi verið reynt að fá Íslendinga til að drekka fremur vatn en gosdrykki og skólatannlækningar hafi verið skipulagðar. Starfsemi ráðsins sé í gangi allt árið og nái hámarki á tannverndardeginum í febrúar. Þá segir:

„Það er því rangt að baráttan gegn sælgætisdagatölum hafi verið þungamiðjan í starfsemi ráðsins eins og skilja má á bréfi Freys til Samkeppnisstofnunar. Þvert á móti hafa þær auglýsingar sem birst hafa frá Tannverndarráði og Freyr kvartar undan verið lítill en mjög eðlilegur liður í baráttu ráðsins fyrir bættri tannheilsu Íslendinga.

Vitað er að neysla sætinda stuðlar að tannskemmdum og vegur tíðni neyslunnar þyngra í því sambandi en það magn sem neytt er. Með sölu sælgætisdagatala fyrir hver jóla er verið að stuðla að því að börn og unglingar byrji hvern dag, 24 daga í röð, með því að borða sælgæti. Það er sérstaklega óæskilegt að venjast neyslu sælgætis á þeim tíma dags því að þá er bragðskynið ferskast og vanabindandi áhrif sykurs því mest. Vekja má athygli á því að Tannverndarráð hefur varið talsverðri orku í að reyna að koma þeim síð á að börn neyti sælgætis einungis einu sinni í viku og hefur hugtakið laugardagssælgæti verið notað í því sambandi. Neysla súkkulaðis 24 daga í röð gengur þvert á þetta markmið. Augljóst er að það er innan verkswiðs Tannverndarráðs að benda á þetta. Raunar væri ráðið að bregðast skyldum sínum ef það gerði það ekki.

Ráðið hefur aldrei nefnt einn söluaðila sælgætis eða vörumerki öðru fremur, hvorki vegna baráttunnar gegn sælgætisdagatölum né af öðru tilefni. Í baráttunni gegn sælgætisdagatölum hefur einfaldlega verið bent á að þau eru verri kostur en dagatöl án sælgætis frá sjónarhóli tannverndar.“

2.

Athugasemdir Lionsklúbbsins Freys við bréfi Tannverndarráðs eru dags. 20. desember 1999. Þar segir m.a.:

„Það kann að vera að Tannverndarráð sinni ýmsum málum á sviði tannheilsamála en óneitanlega eru auglýsingar þær sem við kvörtum yfir sýnilegastar almenningi þar sem þær birtast í viðlesnasta blaði landsins.

Enda þótt enginn söluaðili sé nefndur, beinist herferðin gegn einum aðila, þ.e.a.s. Lionsklúbbum Frey, sem flytur inn og dreifir svo til öllum umræddum jóladagatölum.

Sala okkar dagatala þarf ekki að stuðla að daglegri neyslu sælgætis frekar en aðrar tegundir sætinda. Vitað er að margir foreldrar hvetja börnin til að safna súkkulaðimolunum yfir vikuna sem fjölskyldan stingur svo upp í sig næsta nammidag.

Að öðru leyti vísum við til fylgiskjala þeirra sem fylgja kærubréfi okkar og bendum um leið á einfalda lausn þessa máls: Að Tannverndarráð hætti að auglýsa gegn einni vörutegund og snúi sér að því að vara almenning við þeirri vá sem af mikilli neyslu sætinda getur stafað og séu dísætir mjólkurdrykkir og safar ekki undanskyldir.“

3.

Framangreindar athugasemdir Lionsklúbbsins Freys voru sendar Tannverndarráði til umsagnar. Ráðið kaus að koma ekki að frekari athugasemdum.

III.

Álit auglýsinganefndar

Á fundi auglýsinganefndar, ráðgjafarnefndar samkeppnisráðs, þann 13. janúar 2000, var m.a. fjallað um framangreindar auglýsingar. Um málið fjölluðu Atli

Freyr Guðmundsson, Jóhannes Gunnarsson og Sólveig Ólafsdóttir. Í fundargerð nefndarinnar er eftirfarandi bókað:

„Auglýsinganefnd telur að innflytjandi eða seljandi tiltekinnar vöru, í því tilviki sem hér um ræðir sælgætisdagatöl, eigi ekki að þurfa að sæta því að opinberir aðilar vari sérstaklega við vörum hans í auglýsingum. Slik framsetning er til þess fallin að gefa neikvæða mynd af vörunni og er ósanngjörn.

Tannverndarráð heldur úti ýmissi fræðslu í baráttu fyrir bættri tannheilsu. Hins vegar er af gögnum málsins ljóst að Tannverndarráð hefur eingöngu séð ástæðu til að birta auglýsingar um skaðsemi sælgætisdagatala. Auglýsinganefnd telur að opinberum aðilum beri að gæta jafnræðis í forvarnarstarfi sínu og gæta þess að ein vörutegund sé ekki tekin út úr með þeim hætti sem gert hefur verið í máli þessu.“

IV.

Frekari málsmeðferð

1.

Með bréfi, dags. 31. janúar 2000, tilkynnti Samkeppnisstofnun Tannverndarráði, niðurstöðu auglýsinganefndar. Jafnframt var þeim eindregnu tilmælum beint til Tannverndarráðs að í starfi ráðsins yrði framvegis tekið tillit til álits auglýsinganefndar og þess gætt að auglýsingar ráðsins brjóti ekki gegn ákvæðum samkeppnislaga. Jafnframt var Tannverndarráði gefinn kostur á að koma að athugasemdum við niðurstöðuna. Bærust athugasemdir myndi málið lagt fyrir samkeppnisráð til ákvörðunar.

2.

Athugasemdir Tannverndarráðs eru dags. 16. febrúar 2000. Þar er þess óskað að samkeppnisráð sjái til þess að framangreind tilmæli Samkeppnisstofnunar verði dregin til baka. Vísað er til framlagðra gagna og rökstuðnings Tannverndarráðs fyrir því að ekki sé ástæða til að hefta frelsi ráðsins til að veita upplýsingar um skaðsemi einstakra tegunda sælgætis til almennings hvort heldur með auglýsingum eða eftir öðrum leiðum. Þá segir:

„Í fundargerð svonefndrar auglýsinganefndar sem virðist hafa tekið ákvörðun í þessu máli fyrir hönd Samkeppnisstofnunar kemur m.a. fram eftirfarandi yfirlýsing: „Auglýsinganefnd telur að innflytjandi eða seljandi tiltekinnar

vöru... eigi ekki að þurfa að sæta því að opinberir aðilar vari sérstaklega við vörum hans í auglýsingum. “ Ekki er tilgreind nein lagastoð fyrir því að byggja bann við birtingu auglýsinga eða „eindregin tilmæli“ um að hætta birtingu á þessari skoðun.

Hafa ber í huga að opinberir og hálfopinberir aðilar birta iðulega auglýsingar af þessum toga og má nefna Tóbaksvarnarráð, Áfengisvarnarráð, Manneldisráð, Hjartavernd og Krabbameinsfélagið sem dæmi. Ábendingar slíkra aðila um ágæti ákveðinna neysluvenja og galla annarra geta óhjákvæmilega gefið neikvæða mynd af ákveðnum vörum á sama hátt og barátta Tannverndarráðs.

Í fyrrnefndu bréfi Samkeppnisstofnunar er hvatt til þess að auglýsingar Tannverndarráðs brjóti framvegis ekki gegn ákvæðum samkeppnislaga. Ekki kemur skýrt fram hvort auglýsinganefndin telur að samkeppnislög hafi verið brotin en draga verður þó þá ályktun fyrst nefndin hvetur til breyttrar hegðunar framvegis. Ekki kemur heldur fram hvaða ákvæði samkeppnislaga auglýsinganefnd telur að Tannverndarráð hafi brotið.

Við lestur samkeppnislaga virðist helst koma til greina að auglýsinganefnd hafi haft 21. gr. samkeppnislaga í huga...

Í þeim auglýsingum Tannverndarráðs sem hér eru til umfjöllunar hafa engar rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar verið gefnar. Það hefur einfaldlega verið hvatt til þess að foreldrar gefi börnum sínum dagatöl án súkkulaðis. Í því felst vitaskuld yfirlýsing um að Tannverndarráð telji að súkkulaðidagatöl séu sérstaklega skaðleg fyrir tennur en þar eð það er rétt er ekkert athugavert við að þeim upplýsingum sé komið á framfæri...

Í fyrrnefndri yfirlýsingu auglýsinganefndar kemur einnig fram eftirfarandi yfirlýsing: „Af gögnum málsins [er] ljóst að Tannverndarráð hefur eingöngu séð ástæðu til að birta auglýsingar um skaðsemi sælgætisdagatala.“ Þetta er rangt eins og sjá má á þeim gögnum sem Tannverndarráð hefur lagt fram.

Tannverndarráð kemur upplýsingum til almennings með ýmsum hætti, þar á meðal auglýsingum. Nú er ekki ljóst af hverju gera ætti greinarmun á því hvort upplýsingum um skaðsemi vöru er komið á framfæri með auglýsingum eða öðrum hætti, t.d. greinarskrifum í blöð, heimsóknum í skóla eða aðra staði eða

viðtölum í fjölmiðlum svo að nefnd séu dæmi um þær leiðir sem Tannverndarráð hefur farið...

...er rétt að hnykkja á því að Tannverndarráð hefur birt fjölda auglýsinga þar sem hvatt hefur verið til neyslu tiltekinna vara og/eða latt til neyslu annarra þar sem súkkulaðidagatöl hafa ekki komið við sögu. T.d. má geta þess að mun meira fé og tíma hefur verið varið í að benda neytendum á að óhófleg neysla gosdrykkja hefur skaðleg áhrif á tennur og hvetja m.a. til vatnsdrykkju í staðinn. Þrátt fyrir þetta hafa gosdrykkjaframleiðendur aldrei kvartað undan starfsemi ráðsins eða reynt að leggja stein í götu þess, hvað þá að þeir hafi reynt að ritskoða auglýsingar Tannverndarráðs.

Það liggur í hlutarins eðli að samkeppnislög voru sett og þær stofnanir sem sjá um að framfylgja lögnum eru starfræktar til að sjá til þess að samkeppni á markaði sé heilbrigð og skilvirk frá sjónarhóli neytenda. Það er mjög langsótt, svo ekki sé meira sagt, að ætla að beita þessum tækjum til að torvelða heilbrigðisyrfirvöldum að koma upplýsingum til almennings.

Ráð á við Tannverndarráð eru sett á stofn og kostuð af yfirvöldum til þess að vinna að betri heilsu landsmanna. Tannverndarráð hefur engra fjárhagslegra hagsmuna að gæta af því að ein vara seljist meira eða minna en önnur. Meðlimir Tannverndarráðs hafa eingöngu faglegan metnað í baráttunni fyrir bættri tannheilsu að leiðarljósi við ákvarðanir sínar.

Tannverndarráð getur ekki fallist á það með Samkeppnisstofnun að óeðlilegt sé að ráðið beini þeim tilmælum til forráðamanna barna á ákveðnum árstíma að forðast reglubundna sælgætisneyslu þar sem börnin eru mikilvægasti markhópur forvarnarstarfs ráðsins... Ráðið lítur svo á að þetta sé hlutverk þess; að fræða almenning eftir bestu getu um þá þætti sem stuðla að bættri tannheilsu og beita öllum eðlilegum aðferðum í þeirri baráttu. Mörg önnur hliðstæð dæmi má nefna um upplýsingagjöf opinberra og hálfopinberra aðila sem á stundum gengur gegn ákveðnum viðskiptahagsmunum. Slík starfsemi er eðlilegur og raunar nauðsynlegur þáttur í þjóðlífínu.“

Með bréfi Tannverndarráðs fylgdu dæmi um ýmsar upplýsingar sem ráðið hefur gefið út t.d. bæklingurinn *Hollt og gott fyrir börn*, bæklingar um flúor, um vatn, um tannskemmdir, *Bita milli mála* o.fl. Einnig ýmsir límmiðar og barmmerki með áletrunum eins og „*Sífelld nart skemmir tennur*“ og „*Ef nammi upp í þig lætur, þá seinna þú grætur*“. Þá fylgdi afrit auglýsingar úr Dagskrá

Morgunblaðsins, 2.–15. febrúar sl. Auglýsingin er með fyrirsögninni „Tannheilsan þín gefðu henni gaum“ og er birt í tilefni tannverndardagsins. Einnig fylgdi eintak af bókinni og myndbandinu *Karíus og Baktus* sem Tannverndarráð gaf út.

3.

Þá barst Samkeppnisstofnun bréf frá heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytinu, dags. 18. febrúar 2000. Þar segir m.a.:

„Eins og fram hefur komið er það hlutverk Tannverndarráðs að stuðla að bættri tannheilsu landsmanna og eru börnin sá hópur sem ráðið beinir sjónum sínum einkum að. Ef höfð er hliðsjón af því hlutverki sem Tannverndarráð hefur að gegna er það mat ráðuneytisins að ekki hafi verið staðið óeðlilega að þeim auglýsingum sem mál þetta varðar. Með vísan til þess svo og annarra atvika máls þessa hvetur ráðuneytið samkeppnisráð til að endurskoða þá afstöðu sem fram kemur í framangreindu bréfi Samkeppnisstofnunar.“

4.

Athugasemdir Lionsklúbbsins Freys við framangreindum bréfum Tannverndarráðs og heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytisins eru dags. 7. mars 2000. Þar segir m.a.:

„Tannverndarráð líkir auglýsingaherferð sinni við auglýsingar Tóbaksvarnarráðs, Áfengisvarnarráðs, Manneldisráðs, Hjartaverndar og Krabbameinsfélagsins. Þar er ólíku saman að jafna. Í fyrsta lagi eru t.d. tóbak og áfengi óumdeilanlega skaðleg efni, allavega tóbak en áfengi í óhófi. Í öðru lagi er neysla þessara efna stranglega bönnuð börnum. Í þriðja lagi beinist herferð þeirra gegn þessum efnum almennt en ekki gegn einstökum tegundum og/eða gerðum þeirra.“

5.

Afrit þessa bréfs var sent Tannverndarráði 10. mars 2000. Skv. símtali við Magnús R. Gíslason, starfsmann Tannverndarráðs, taldi ráðið ekki ástæðu til að koma að athugasemdum.

6.

Hinn 20. mars 2000 sendi Samkeppnisstofnun málsaðilum bréf þar sem tilkynnt var að gagnaöflun í málinu væri lokið og að málið yrði lagt fyrir samkeppnisráð til ákvörðunar.

V.

Álit samkeppnisráðs

Á fundi samkeppnisráðs, þann 29. maí 2000, var mál þetta afgreitt. Fundinn sátu Brynjólfur Sigurðsson, Karitas Pálsdóttir, Ólafur Björnsson og Sigurbjörn Magnússon.

1.

Með vísan til markmiðs samkeppnislaga nr. 8/1993 vekur samkeppnisráð athygli Tannverndarráðs og heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytisins á eftirfarandi álitum sem birt er á grundvelli d-liðar 2. mgr. 5. gr. laganna.

2.

Í máli þessu kvartar Lionsklúbburinn Freyr yfir auglýsingum heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytisins og síðar Tannverndarráðs sem birst hafa fyrir jól í dagblöðum allt frá árinu 1985. Í umræddum auglýsingum ráðleggur Tannverndarráð foreldrum að gefa börnum sínum jóladagatöl án sælgætis. Sala slíkra dagatala hefur um langt árabil verið stór þáttur í tekjuöflun Lionsklúbbsins Freys. Lionsklúbburinn telur auglýsingar þessar einstakar, enda hafi ráðuneytið og Tannverndarráð hvorki fyrir né síðar mælt gegn kaupum á einstakri vörutegund. Þó svo Lionsklúbburinn Freyr sé ekki nefndur á nafn telur Lionsklúbburinn ljóst að auglýsingunum sé beint gegn honum þar sem hann sé svo til eini innflytjandinn á Íslandi á jóladagatölum með sælgæti. Að mati kvartanda eru auglýsingar heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytis og Tannverndarráðs brot á 20., 21. og 23. gr. samkeppnislaga.

Í máli Tannverndarráðs kemur fram að það sé skylda þess að mæla gegn daglegri neyslu sælgætis vegna aukinnar hættu á tannskemmdum, einkum með forvarnir fyrir börn í huga. Vitað sé að tíðni neyslunnar vegi þyngra en magn. Jóladagatöl með sælgæti ýti undir að börn neyti sælgætis daglega í 24 daga fyrir jól. Tannverndarráð hafi í auglýsingum sínum mælt gegn neyslu fleiri vara og er bent sérstaklega á gosdrykki í því sambandi. Tannverndarráð hafi í auglýsingum aldrei nefnt einn söluaðila sælgætis eða eitt vörumerki öðru fremur. Aðeins bent á að jóladagatöl með sælgæti væru verri kostur en jóladagatöl án sælgætis. Þá leggur Tannverndarráð áherslu á að framangreindar auglýsingar hafi verið mjög lítill þáttur í baráttu ráðsins fyrir bættri tannheilsu landsmanna.

3.

Samkeppnislögum er ætlað að vinna gegn því að opinberir aðilar raski samkeppni eða grípi til eða stuðli að óréttmætum viðskiptaháttum, sbr. t.d. 2. mgr. 5. gr. og 17. gr. laganna. Í 20. gr. samkeppnislaga segir að óheimilt sé að hafast nokkuð það að sem brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi eins og þeir eru tíðkaðir eða eitthvað það sem óhæfilegt er gagnvart hagsmunum neytenda.

Fyrir liggur að megin hlutverk Tannverndarráðs er að stuðla að bættri tannheilsu landsmanna. Veigamikill þáttur í því er forvarnarstarf sem snýr fyrst og fremst að börnum. Í því skyni hefur ráðið m.a. um all langt skeið beitt sér fyrir því að börn neyti sælgætis aðeins einu sinni í viku. Er það gert þar sem það skemmir síður tennur en dagleg neysla. Að vissu leyti má til sanns vegar færa að sælgætisdagatöl ýti undir daglega neyslu sælgætis í 24 daga á ári sem segja má að stríði gegn framangreindu hlutverki Tannverndarráðs.

Lionsklúbburinn Freyr hefur um langt árabil selt framangreind sælgætisdagatöl. Dagatölin hafa að geyma súkkulaðimola fyrir hvern dag desembermánaðar til jóla. Meðalþyngd súkkulaðimolanna er 3 grömm. Af gögnum málsins má ráða að Lionsklúbburinn Freyr leggur mikla áherslu á tannhirðu við sölu dagatalanna. Með hverju þeirra fylgir tannkremstúpa og áminning um tannburstun. Þá hleypti Lionsklúbburinn Freyr af stokkunum tannverndarátaki í sex ára bekkjum grunnskólans. Þó svo að Lionsklúbburinn Freyr sé ekki nefndur á nafn í framangreindum auglýsingum Tannverndarráðs þá telur samkeppnisráð að ekki fari á milli mála að auglýsingarnar koma einkum niður á Lionsklúbbum enda er hann svo til einn um innflutning og sölu slíkra dagatala.

Við meðferð málsins hefur Tannverndarráð lagt fram ýmis gögn sem dæmi um það starf sem fram fer á vegum ráðsins. Ýmsir bæklingar, límniðar, barmmerki o.fl. liggja frammi en ráðið hefur ekki komið á framfæri dæmum um auglýsingar sambærilegum þeim sem hér eru til umfjöllunar. Tannverndarráð virðist þannig ekki hafa auglýst gegn neyslu ákveðinna vörutegunda, ákveðnum framleiðendum eða innflytjendum nema sælgætisdagatölum. Jafnvel ekki í þeim tilvikum sem vörur innihalda sykur eða önnur sætindi og er beint að börnum eða mælt með daglegri neyslu. Sem dæmi má nefna ýmsar vörur þær sem mælt er með sem nesti fyrir börn í skólann.

Vitað er að á fjölmörgum heimilum ríkir sá siður að foreldrar útbúa sælgætispakka fyrir hvern dag frá 1. desember til jóla og hengja á jóladagatöl, sem oft á tíðum eru heimagerð. Ennfremur er algengt að foreldrar gefa börnum sælgæti í skóinn á sama tímabili. Frá tannverndarsjónarmiði er þessi hegðun ekki síður andstæð tannvernd en kaup á jóladagatali með sælgæti. Þegar litið er á málið í sögulegu samhengi er ljóst að auglýsingar Tannverndarráðs beinast fyrst og fremst gegn kaupum á jóladagatölum með sælgæti sbr. auglýsingu ráðsins í Morgunblaðinu, þann 19. nóvember 1999, en þar segir: „*Tannverndarráð ráðleggur foreldrum að gefa börnum sínum jóladagatöl án sælgætis*“. Á því er munur að beina auglýsingu gegn algengri hegðun og að beina auglýsingu gegn ákveðinni vörutegund ekki síst þegar varan er fyrst og fremst flutt inn af einum innflytjanda.

Í áliti auglýsinganefndar, sem fyrr er getið, um mál þetta kemur fram að nefndin telur ljóst að Tannverndarráð hafi eingöngu séð ástæðu til að birta auglýsingar um skaðsemi sælgætisdagatala. Telur nefndin að opinberum aðilum beri að gæta jafnræðis í forvarnarstarfi og gæta þess að ein vörutegund sé ekki tekin út úr með þeim hætti sem mál þetta fjalli um. Samkeppnisráð er sammála þessu áliti auglýsinganefndar. Eina tilgreinda vörutegundin sem Tannverndarráð hefur séð ástæðu til að vara við er sælgætisdagatöl. Í auglýsingunum er ekki varað við neyslu súkkulaðis á hverjum degi heldur eru sælgætisdagatöl tilgreind sérstaklega. Þannig telur samkeppnisráð að tilvísanir Tannverndarráðs t.d. til almennra aðvarana ráðsins gegn gosdrykkjaneyslu o.þ.h. eigi ekki við í þessu tilviki. Hið sama eigi við um tilvísanir til áróðurs Tóbaksvarnarráðs, Áfengisvarnarráðs o.fl. Áróður þeirra felst í almennum aðvörunum um skaðsemi vöru ekki tilgreiningu einstakra tegunda þeirra.

Samkeppnisráð er sammála því áliti auglýsinganefndar að Lionsklúbburinn Freyr sem er innflytjandi og seljandi jóladagatalanna eigi ekki að þurfa að sæta því að að opinberir aðilar vari sérstaklega við vöru hans í auglýsingum. Slík framsetning er til þess fallin að gefa neikvæða mynd af vörunni og er ósanngjörn. Þá er samkeppnisráð sammála því að Tannverndarráð hafi eingöngu séð ástæðu til að birta auglýsingar um skaðsemi sælgætisdagatala, en beri sem opinberum aðila að gæta jafnræðis í forvarnarstarfi sínu og gæta þess að ein vörutegund sé ekki tekin út úr með þeim hætti sem gert hefur verið í máli þessu. Er það mat samkeppnisráðs að þessar aðgerðir Tannverndarráðs séu til þess fallnar að hafa skaðleg áhrif á samkeppni. Jafnframt telur samkeppnisráð að auglýsingar Tannverndarráðs hafi ekki verið í samræmi við góða viðskiptahætti.

4.

Með vísan til þess sem að framan segir beinir samkeppnisráð þeim tilmælum til Tannverndarráðs og heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytisins að gætt verði jafnræðis í forvarnarstarfi í auglýsingum þannig að samkeppni raskist ekki af þeim sökum.