



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 5/2010

Samanburðarauglýsingar á Gull e-Vildarkorti og Classic Icelandair American Express

I.

Erindið

1.

Neytendastofu barst erindi Kreditkorts hf. með bréfi, dags. 7. maí 2009, þar sem kvartað er yfir samanburðarauglýsingu merktri Nýja Kaupþings banka hf. (Kaupþing), um punktasöfnun Gull e-Vildarkorta og Classic Icelandair American Express kreditkorta. Af hálfu Kreditkorts er þess krafist að Neytendastofa banni birtingu auglýsingarinnar og að lagðar verði sektir á Kaupþing.

Í erindinu kemur fram að í auglýsingunni séu borin saman á villandi hátt kjör korthafa Gull e-Vildarkorta og korthafa Classic Icelandair American Express þannig að kjör þess síðarnefnda virðist verulega óhagstæðari en þess fyrrnefnda. Sett séu fram villandi og röng stærðarhlutföll í mynd í auglýsingunni, auk þess sem á myndrænan hátt séu sett fram tiltekin kjör Gull e-Vildarkorthafa á meðan samskonar eða sambærileg kjör korthafa Classic Icelandair American Express séu ekki sett fram á myndinni. Ennfremur sé í texta auglýsingarinnar látið ósagt um atriði sem verulegu máli skipti fyrir neytendur svo að þeir fái raunsanna mynd af kjörum beggja korta.

Gerð er athugasemd við framsetningu upplýsinga í auglýsingunni sem séu bæði rangar og villandi. Auglýsingin gefi rangar og villandi upplýsingar um þjónustu Kreditkorts vegna Classic Icelandair American Express. Auglýsingin dragi ekki upp raunsanna mynd af vildarkjörum Classic Icelandair American Express korta og sé þannig ósanngjörn gagnvart fyrirtækinu og til þess fallin að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Því sé auglýsingin brot á ákvæðum 5. og 6. gr., sbr. 8. gr. laga nr. 57/2005. Auglýsingin sé villandi, sbr. 2. mgr. 9. gr. sömu laga og þar sem hinar villandi og ófullnægjandi upplýsingar séu notaðar til samanburðar uppfylli auglýsingin ekki kröfur þær sem gerðar séu til samanburðarauglýsinga, sbr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Þar sem auglýsingin veiti rangar, ófullnægjandi og villandi upplýsingar sé hún auk þess til þess fallin að hafa áhrif á eftirspurn eftir American Express kortum og feli hún þar af leiðandi í sér brot á 14. gr. laga nr. 57/2005.



Í erindinu segir að samanburður á mynd sé villandi og rangur. Á myndinni séu vildarpunktar sýndir sem bláar kúlur innan í glærri súlu. Söfnun vildarpunkta Gull e-Vildarkorta sé sýndur sem u.þ.b. 2/3 af vildarpunktum Classic Icelandair American Express. Það hlutfall sé rangt og sýni afar skakka mynd af raunveruleikanum. Með Classic Icelandair American Express safnist 10 vildarpunktar á hverjar 1.000 kr. og 12 vildarpunktar þegar viðskipti séu höfð við Icelandair. Handhafar Gull e-Vildarkorta fá ekki nema þrjá vildarpunkta á hverjar 1.000 kr. Ef raunverulegt hlutfall væri endurspeglað væru bláu kúlnar vegna Gull e-Vildarkorta sýndar sem innan við 1/3 af bláum kúlum Classic Icelandair American Express. Þá sé þó ekki tekið tillit til þess að kjör Classic Icelandair American Express séu enn hagstæðari vegna þess að punktar fáist þar vegna erlendra veltu.

Kreditkort telur að fullyrðingin í auglýsingunni „e-vildarkortið kemur vel út – heima og heiman“ vísi til auglýsinga Kreditkorts með fullyrðingunni „American Express – Kortið sem kemur þér út“ en þar komi fram þær upplýsingar að handhafar Classic Icelandair American Express korta safni punktum vegna viðskipta sinna bæði hérlendis og erlendis. Með því að taka einungis fram að korthafar e-Vildarkorta fá endurgreiðslur af öllum innlendum færslum en sleppa því að geta þess hvort korthafar fá vildarpunkta eða fríðindi vegna erlendra veltu og auk þess að vísa til þess að e-Vildarkortið komi vel út „heima og heiman“ sé óbeint gefið í skyn í auglýsingunni að e-Vildarkorthafi fá bæði vildarpunkta eða fríðindi vegna innlendra og erlendra veltu. Eins og fram komi í upplýsingum á heimasíðu Kaupþings fá e-Vildarkorthafar ekki fríðindi og vildarpunktasöfnun af erlendri veltu kortsins. Auk þessa sé þess ekki getið við samanburðinn að með Classic Icelandair American Express, ólíkt e-Vildarkortinu, fá korthafar vildarpunkta vegna erlendra viðskipta en slíkt skipti neytendur augljóslega verulegu máli. Þess sé ekki getið í auglýsingunni að möguleikar á að safna vildarpunktum hérlendis séu langtum takmarkaðri fyrir korthafa e-Vildarkortanna en fyrir korthafa Classic Icelandair American Express. Þannig séu borin saman á villandi hátt afar ólík kjör annars vegar e-Vildarkorta og hins vegar Classic Icelandair American Express þannig að látið sé ógetið þeirra fríðinda sem handhafar Classic Icelandair American Express fá og sambærileg verði að teljast við þau fríðindi sem talin séu upp vegna e-Vildarkorta. Með Classic Icelandair American Express kortinu séu nálægt helmingi meiri möguleikar á innlendra punktasöfnun en með e-Vildarkortinu. Korthafar Classic Icelandair American Express fá vildarpunkta óháð því hvar þeir eigi viðskipti, þ.e. óháð því hvort viðkomandi þjónustuaðili sé með færsluhirðingarsamning við Valitor, Borgun eða Kortþjónustuna. Korthafar e-Vildarkorta fá einungis vildarpunkta versli þeir við þjónustuaðila sem séu með færsluhirðingarsamning við Valitor. Þetta skipti verulegu máli þar sem Borgun sé nú með u.þ.b. 30% af markaði og Kortþjónustan með u.þ.b. 8%. Því veiti skortur á upplýsingum um þetta atriði við samanburð á kjörum mjög svo brenglaða mynd af þeim kjörum sem korthöfum bjóðist í raun og veru þannig að halli á Classic Icelandair American Express.



Að mati Kreditkorts er framsetning vegna fríðinda, sértíloða og afslátta samstarfsfyrirtækja villandi og röng. Sértíloð samstarfsfyrirtækja EKorta séu sýnd sem rauðar kúlur en engar samsvarandi rauðar kúlur séu sýndar vegna Classic Icelandair American Express kortanna og þar með villandi og ranglega gefið í skyn að engin sértíloð og afslættir standi Classic Icelandair American Express korthöfum til boða. Hið rétta sé að Classic Icelandair American Express bjóði korthöfum uppá fjölmörg sértíloð og afslætti. Til að mynda hafi verið tilboð í öllum verslunum Norvik í maí og júní þar sem korthafar fengu þrefalda vildarpunkta af allri verslun. Þá hafi boðist þrefaldir vildarpunktar af allri verslun hjá Olís í apríl og í Kringlunni í mars. Classic Icelandair American Express sé einnig með sérstakt fríðindakerfi, Selects, þar sem korthöfum bjóðist ýmis tilboð og afslættir hjá samstarfsaðilum, bæði hér heima og erlendis. Kreditkorti sé ekki kunnugt um að e-Vildarkorthafar hafi aðgang að slíku erlendu fríðindakerfi og sé það enn villandi þátturinn í samanburði vegna kortanna þar sem ekki sé getið kjara sem korthafar Classic Icelandair American Express njóti en ekki korthafar e-Vildarkorta. Með Classic Icelandair American Express eigi korthafar möguleika á félagamiða með Icelandair einu sinni á ári ef velta á kortinu fari yfir 2,6 milljónir á 12 mánaða tímabili. Þessara fríðinda sé í engu getið í auglýsingunni. Þá er einnig bent á að fyrir samsvarandi 2,6 milljóna króna veltu fái e-Vildarkorthafar einungis endurgreiddar 13.000 kr. ef miðað sé við hið almenna 0,5% endurgreiðsluhlutfall og þannig ljóst að framsetning á þeim fríðindum sem endurgreiðsla til e-Vildarkorthafa feli í sér með fjölmörgum gulum kúlum sé afar villandi.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi Kreditkorts var sent Kaupþingi til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 8. maí 2009. Með tölvupósti Kaupþings, sendum Neytendastofu þann 11. maí 2009, var stofnuninni tilkynnt að hin umkvartaða auglýsing hafi verið á vegum Ekorta ehf. án aðkomu Kaupþings. Erindið hafi þegar verið framsent Ekortum. Með tölvupósti Ekorta, sendum þann 14. maí 2009, var stofnuninni tilkynnt að Ekort hafi séð um alla markaðssetningu fyrir vörumerkið e-kort og sé því ábyrgðaraðili hinnar umkvörðuðu auglýsingar. Í póstinum var óskað eftir fresti til að svara erindi Kreditkorts og tekið fram að auglýsingin yrði ekki birt meðan á meðferð málsins stæði.

Svar Ekorta bars með bréfi til Neytendastofu, dags. 19. maí 2009, þar sem fram kemur að Kaupþing hafi hvorki komið að gerð auglýsingarinnar né átt nokkurn annan þátt í henni. Kaupþing sé eini aðilinn sem í dag gefi út e-Vildarkort og því hafi vörumerki bankans komið fram í auglýsingunni. Tílefni auglýsingarinnar hafi verið auglýsing frá Kreditkorti þar sem borin sé saman punktastofnun VISA og American Express korta.



Megintilgangur í glersúlu í auglýsingu Ekorta sé að gefa neytendum tilfinningu fyrir þeim ólíku hlunnindum sem fylgi e-Vildarkortinu í samanburði við önnur greiðslukort og koma á framfæri skilaboðum um að þegar korthafi noti e-Vildarkort safni hann ekki eingöngu vildarpunktum heldur safni hann samhliða endurgreiðslufjárhæð og geti fengið afslætti og notið ýmissa sérkjara sem í boði séu hverju sinni. Hlunnindi í formi vildarpunkta séu mæld í punktum sem reiknast af veltu. Árlega fáir Gull e-Vildarkorthafar 2.000 vildarpunkta, til viðbótar við þá veltutengdu. Bláu kúlurnar í súlu Gull e-Vildarkortsins í auglýsingunni séu reiknaðar út sem hlutfall af veltu að viðbættum 2.000 vildarpunktum sem Gull e-Vildarkorthafi fái árlega. Endurgreiðsla í formi peninga sé greidd korthöfum 1. desember ár hvert. Endurgreiðslan fyrir Gull e-Vildarkort samanstandi annars vegar af endurgreiðslu 0,5% af innlendum færslum sem útgefandi kortsins endurgreiðir korthafa, óháð því hvort um samstarfsfyrirtæki sé að ræða eða ekki. Hins vegar endurgreiði 230 samstarfsfyrirtæki korthafa 0,65-15% af hverri færslu. Hlutfallið í súlunni styðjist við skoðun á kortanotkun Gull e-Vildarkorthafa þar sem í ljós kemur að 20% af veltu Gull e-Vildarkorthafa komi að jafnaði frá samstarfsfyrirtækjum. Þriðji hluti súlunnar tákni afslætti og sértíloboð sem samstarfsfyrirtæki Ekorta bjóði korthöfum. 230 samstafaðilar veiti korthafa sérstök afsláttarkjör af vörum og þjónustu af hverjum viðskiptum ásamt ýmsum sérkjörum sem auglýst séu sérstaklega. Tilboðin séu mjög mismunandi og geti afsláttur numið allt að 50% af verði vörunnar eða þjónustunnar.

Að hálfu Ekorta er því alfarið hafnað að setningin „e-Vildarkortið kemur vel út – heima og heiman“ feli í sér tilvísun til auglýsinga Kreditkorts. Slagorð Kreditkorts virðist vísa til þess að með notkun American Express kortsins safnist vildarpunktar sem geri korthafa kleift að kaupa sér flugmiða til útlanda, en slagorð e-Vildarkortsins skírskoti til þess að korthafinn geti ráðstafað þeim hlunnindum sem hann safni með notkun kortsins innanlands, t.d. peningum í formi endurgreiðslu innanlands eða til þess að kaupa flugmiða eða gjaldeyri til þess að nota erlendis. Hér sé fyrst og fremst vísað til eiginleika hlunninda og ráðstöfunar þeirra, en ekki til auglýsinga Kreditkorts. Ekort hafi skoðað hvernig korthafar e-Vildarkorta séu almennt að ráðstafa hlunnindum sínum, svo sem endurgreiðslu. Í ljós hafi komið að korthafar noti hlunnindin til heimilisrekstrar eða kaupir sér flugmiða innanlands eða til útlanda eða kaupir gjaldeyri. Auk þess sé nokkuð um að korthafar ráðstafi endurgreiðslufjárhæð í formi peninga í góðgerðarmál. Því er mótmælt að óbeint sé gefið í skyn að korthafi e-Vildarkorts fái vildarpunkta vegna erlendra veltu. Hvergi í auglýsingunni sé minnst á að vildarpunktar eða endurgreiðsla fáiist vegna notkunar kortsins erlendis. Þvert á móti sé beinlínis vísað til þess að e-Vildarkorthafi fái endurgreiðslu af öllum innlendum færslum. Seinni hluti setningarinnar „- heima og heiman“ vísi til framangreindra þriggja eiginleika kortsins, vildarpunkta, endurgreiðslu í peningum og afsláttu og sérkjara.

Því er mótmælt að auglýsingin sé villandi og röng þar sem þess sé ekki getið að korthafar Gull e-Vildarkorta fái ekki vildarpunkta vegna viðskipta erlendis og að þess sé heldur ekki getið að ekki



allir innlendir þjónustuaðilar veiti vildarpunkta vegna e-Vildarkorta. Augljóst sé af efni auglýsingarinnar að hún vísi eingöngu til notkunar Gull e-Vildarkortsins innanlands og því augljóst að eina ályktunin sem hægt sé að draga af efni hennar að söfnun allra hlunninda sem kortið vísi til fari fram innanlands. Kreditkort virðist hins vegar rugla því saman að e-Vildarkort veiti korthafa möguleika á að nýta hlunnindin bæði innanlands og erlendis. Rétt sé að benda á að vildarpunktar og endurgreiðsla fáist fyrir notkun e-Vildarkortsins hjá um 90% kaupmanna og þjónustuaðila á Íslandi en það sé sá fjöldi kaupmanna og þjónustuaðila sem geri upp færslur hjá Valitor hf. Ekortin noti í auglýsingunum þá forsendu að endurgreiðsla reiknist af 90% af færslum kaupmanna og þjónustuaðila.

Bent er á að það sé fjarri sannleikanum eins og Kreditkort gefi í skyn í kvörtun sinni að korthöfum Classic Icelandair American Express séu boðin fjölmörg sértíloð og afslættir. Talin séu upp þrjú tíloð og lögð fram gögn því til staðfestu. Af hálfu Ekorta er bent á að þau þrjú tilfelli feli eingöngu í sér að ef korthafi eigi viðskipti hjá söluaðilunum fái þeir vildarpunkta, hvorki endurgreiðslu né afslátt.

Í hinni umkvörtuðu auglýsingu hafi hvorki verið tekið tillit til vildarpunktatíloða né endurgreiðslutíloða. Hefðu tíloðin þrjú verið tekin með í reikninginn hefðu bláu kúlunum í súlu Classic Icelandair American Express fjölgað þar sem um vildarpunkta er að ræða en ekki afslátt eða sérkjör. Fyrir Gull e-Vildarkortið hefði gulum endurgreiðslukúlum fjölgað þar sem fjölmörg endurgreiðslutíloð standi Gull e-Vildarkorthöfum til boða. Auk þeirra þriggja tíloða sem nefnd eru í bréfi Kreditkorts megi á heimasíðu fyrirtækisins finna nokkur tíloð sem bjóðist korthöfum Classic Icelandair American Express en að mati Ekorta eru þau ekki samanburðarhæf við umfangsmikið tíloðs- og afsláttarfyrirkomulag sem Ekort reki í samstarfi við 230 samstarfsfyrirtæki. Á síðasta ári hafi e-Vildarkorthöfum staðið til boða að jafnaði 20-30 tíloð og sérkjör á mánuði af hálfu e-Vildarkortsins.

Í útreikningi á afslætti og sérkjörum í súlu í auglýsingu var einungis tekið tillit til örfárra dæma um veitta afslætti og tíloð.

2.

Bréf Ekorta var sent Kreditkorti til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 25. maí 2009. Svar Kreditkorts barst Neytendastofu með bréfi, dags. 2. júní 2009, þar sem m.a. eru ítrekaðar fyrri kröfur. Í bréfinu kemur fram að Kreditkort telji auglýsinguna afar villandi þar sem ekki hafi verið tekið tillit til þess að Classic Icelandair American Express kortin gefi 10 vildarpunkta af hverjum 1.000 kr. vegna allrar veltu á meðan Gull e-Vildarkort gefi einungis þrjú vildarpunkta af hverjum 1.000 kr. og ekki vegna allrar veltu. Classic Icelandair American Express kortin gefi punkta af erlendri veltu en það geri Gull e-Vildarkortin ekki.



Classic Icelandair American Express kortin gefi vildarpunkta þegar viðskipti séu höfð við alla þjónustuaðila en Gull e-Vildarkortin gefi einungis vildarpunkta þegar viðskipti séu höfð við þjónustuaðila sem séu á vegum Valitors. Korthafar Classic Icelandair American Express fá 5.000 stofnpunkta og korthafar Premium Icelandair American Express fá 10.000 stofnpunkta í fyrsta sinn sem þeir noti kortið. Korthafar Icelandair American Express fá fjölmörg tilboð um tvö- eða þrefalda punktasoöfnun hjá þjónustuaðilum sem bjóði vörur sem skipti verulegu máli í heildarveltu neytenda. Þá séu sértilboð korthafa e-Vildarkortsins hjá þjónustuaðilum sem bjóði vörur sem skipti ekki eins miklu máli í heildarveltu neytenda.

Ekort hafi vísað til þess að útreikningur á vildarpunktum miðist við veltu Gull e-Vildarkortanna. Kreditkort fái vart séð hvernig viðmið við veltutölur Gull e-Vildarkorta geti leitt til þess að þrír vildarpunktar á hverjar 1.000 kr. verði helmingi hagkvæmari en þeir 10 punktar sem korthafar Classic Icelandair American Express fá. Til þess að geta yfirleitt gert marktækan samanburð á soöfnun vildarpunkta miðað við veltu korthafa Classic Icelandair American Express annars vegar og Gull e-Vildarkorta hins vegar hljóti Ekort að hafa undir höndum sambærilegar veltutölur Classic Icelandair American Express korta frá Kreditkortu. Óska Kreditkort eftir upplýsingum um hvernig samanburðurinn hafi verið framkvæmdur og hvaða forsendur eða töluleg gögn frá Kreditkortu hafi verið notaður.

Röksemdum Ekorta vegna slagorðsins „e-Vildarkortið kemur vel út – heima og heiman“ er mótmælt af hálfu Kreditkorts. Að mati Kreditkorts vísi slagorðið til notkunar e-Vildarkortsins en ekki til ráðstöfunar hlunninda.

Óumdeilt sé í málinu að tekið sé fram í auglýsingunni að samanburðurinn taki til veltu innanlands. Það sem skipti hins vegar máli varðandi framsetningu á samanburðarauglýsingum sé að auglýsandi leitist við að afmarka þau atriði sem borin séu saman með sanngjörnum hætti og skilji ekki undan atriði sem engu máli skipti fyrir hann sjálfan varðandi samanburð en verulegu máli skipti við samanburð hjá keppinauti þannig að neytandinn fái ranga mynd af þeim hlunnindum sem honum standi til boða. Er þar sérstaklega bent á að í svarbréfi Ekorta sé því haldið fram að markið auglýsinganna hafi verið að gefa neytendum tilfinningu fyrir þeim ólíku hlunnindum sem fylgi Gull e-Vildarkortu í samanburði við önnur kort. Til þess að svo megi verða hljóti að þurfa að taka með í reikninginn þau hlunnindi sem keppinauturinn bjóði en ekki miða afmörkun samanburðarins einungis út frá þeim sérstöku hlunnindum er Gull e-Vildarkortin bjóði en sleppa því að minnast á þau hlunnindi sem gefi keppinautnum verulegt forskot. Takist auglýsanda ekki að afmarka samanburðinn á þennan hátt séu upplýsingarnar sem hann veiti villandi og ófullnægjandi og þ.a.l. í andstöðu við 1. mgr. 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Teljist slíkt til óréttmætra viðskiptahátta og feli í sér brot á 5. gr. laganna.



Þá segir í bréfi Kreditkorts að í bréfi Ekorta hafi verið fundið að því að Kreditkort hafi ekki tínt til nema örfá sýnishorn um sértíloboð og afslætti. Vegna þessa bendi Kreditkort á að í fyrsta lagi sé það rangt, í kvörtuninni hafi Kreditkort tilgreint sérstaklega Select kerfið sem bjóði uppá hundruð sértíloboða um allan heim og einnig hjá 37 aðilum á Íslandi sem veiti almennt 10-20% afslátt. Í öðru lagi liggja sönnunarbyrðin í máli þessu um framboð á sértíloboðum sem korthöfum e-Vildarkorta bjóðist á Ekortum. Kreditkorti sé engan vegin skylt að leggja fram sönnun varðandi umfang sértíloboða þó svo að fyrirtækið hafi gert það. Þar sem Ekort hafi haldið því fram í myndrænum samanburði í auglýsingu að ekki sé um nein sértíloboð að ræða hjá Classic Icelandair American Express korta þá sé það Ekorta að sanna að svo sé. Hafi Ekort unnið samanburðinn á sanngjarnan hátt eigi þeim að vera fullkunnugt um öll þau sértíloboð sem Classic Icelandair American Express korthöfum bjóðist og eigi að geta þeirra við samanburðinn. Kreditkorti nægi að tína til fáein dæmi til að sanna að fullyrðing og framsetning auglýsingarinnar sé bæði villandi og röng.

3.

Bréf Kreditkorts var sent Ekortum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 18. júní 2009. Svar barst með bréfi, dags. 3. júlí 2009, þar sem m.a. eru ítrekuð fyrri rök. Í bréfinu kemur fram að í auglýsingunni sé gerður samanburður á eiginleikum kortanna og þeirri þjónustu sem þeim fylgi. Í orðalagi c. liðar 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 felist að mati Ekorta heimild til að bera saman greiðslukort sem neytendur ætla til sömu nota og þar á meðal heimild til að benda neytendum á hver sé munurinn á slíkum sambærilegum kortum. Að mati Ekorta felist í 15. gr. heimild til að benda á eiginleika sem annað kortið hafi en hitt ekki. Að mati Ekorta örvi samanburðarauglýsingar samkeppni milli þeirra sem bjóði vöru og þjónustu þannig að neytandinn njóti góðs af. Í því felist óhjákvæmilega heimild til þess að upplýsa neytendur um hvaða eiginleika og kosti vara og þjónusta hafi umfram aðra sambærilega vöru.

Kreditkort haldi því fram að neytandi megi ætla að helmingi færri vildarpunktar fáist með notkun Classic Icelandair American Express kortanna samanborið við Gull e-Vildarkort. Framangreindri fullyrðingu sé mótmælt sem rangri. Af auglýsingunni sjáist að vildarpunktar séu greinilega fleiri hjá Classic Icelandair American Express kortinu en hjá Gull e-Vildarkortinu. Kreditkort virðist halda því fram að Classic Icelandair American Express bjóðir sambærileg hlunnindi í formi endurgreiðslu, sértíloboða og afslátta og Gull e-Vildarkortið. Classic Icelandair American Express sé hins vegar ekki með endurgreiðslu í formi peninga líkt og Gull e-Vildarkortið. Í 15. gr. laga nr. 57/2005 felist heimild til að benda á þessi sérstöku hlunnindi í samanburði við önnur greiðslukort sem telja megi að neytendur líti á sem staðgönguvöru eða staðgönguþjónustu.

Varðandi sértíloboð og afslætti benda Ekort á að félagið veiti mun fjölbreyttari afslætti og sérkjör en American Express enda séu Ekort í samstarfi við 230 aðila á Íslandi sem veiti afslátt, endurgreiðslu og sértíloboð. Ef skoðuð sé heimasíða American Express á Íslandi sjáist glögglega



að tilboð og afslættir séu ekki með sambærilegum hætti og hjá Ekortum. Hjá Ekortum séu tveir starfsmenn í fullu starfi sem vinni við að afla korthöfum tilboða og afsláttarkjara hjá samstarfsaðilum og miðla þeim til korthafa Ekorta. Ef ekki mætti benda neytendum á að annað greiðslukortið bjóði þeim upp á endurgreiðslu en hitt ekki, væri ekki hægt að upplýsa neytendur um eiginleika kortsins og gera þá meðvitaða um þá valkosti sem séu á markaðnum. Slíkt myndi hefta alla samkeppni og vöruþróun.

Í ljósi athugasemda Kreditkorts verði að áréttu að skýrlega sé tekið fram í auglýsingunni að allur samanburður byggir á innlendri veltu og notkun Gull e-Vildarkortsins innanlands. Forsendur séu þannig neytendum skýrar í efni auglýsingarinnar. Í útreikningi í dæmi Ekorta var tekið tillit til þess að velta í gegnum 90% kaupmanna á Íslandi veiti vildarpunkta. Classic Icelandair American Express bjóði korthöfum sínum upp á Select afsláttarkerfi. Ljóst sé af athugasemdum Kreditkorts að umfang þess kerfis sé fyrst og fremst erlendis, en ekki innanlands, en tiltekið sé að aðilar séu 37 talsins án þess að nokkur frekari útlistun sé á því hverjir þeir aðilar séu.

Í bréfi Kreditkorts sé bent á að korthafar Classic Icelandair American Express fái fjölmörg tilboð um tvö- eða þrefalda punktasoöfnun hjá þjónustuaðilum sem bjóði vörur sem skipti verulega máli í heildarveltu neytenda svo sem lágvöruverslana sem selji matvæli. Miðað við þetta hefði tilboðið átt að hækka vildarpunktasúluna í auglýsingunni, þ.e. bláu kúlurnar, en ekki fjölga rauðum kúlum fyrir Classic Icelandair American Express kortið. Það sé sérkennilegur málflutningur hjá Kreditkorti og beinlínis rangur þar sem gefið sé í skyn að tilboð Gull e-Vildarkortsins skipti óverulegu máli í heildarveltu korthafa miðað við tilboð Classic Icelandair American Express. Hin ýmsu tilboð bjóðist Gull e-Vildarkortshöfum og skipti þá verulegu máli í heildarveltu. Megi þar sem dæmi nefna 20% endurgreiðsludaga í Hagkaupum og 10 kr. afslátt af bensínlítranum hjá Shell.

Fyrir hverjar 1.000 kr. sem keypt sé fyrir með Classic Icelandair American Express fái korthafi 10 vildarpunkta. Í sértíloðum Kreditkorts hjá Krónunni, sem vísað er til í bréfi félagsins, fái neytandinn þrefalda vildarpunkta eða 30 vildarpunkta kaupi hann hjá Krónunni á tilboðsdögunum. Eigi korthafi viðskipti við Krónuna vikulega í átta vikur á framangreindu tilboði og kaupi vörur inn fyrir um 12.000 kr. í hverri viku á tímabilinu veltir hann 96.000 kr. Það skili korthafa Classic Icelandair American Express 2.880 punktum sem hann geti aðeins notað hjá Icelandair til að kaupa sér flugmiða eða ferðapjónustu. Sambærilegt dæmi fyrir Gull e-Vildarkorthafa sé svo að versli hann í átta vikur í Hagkaupum fyrir um 12.000 kr. á viku eða fyrir samtals 96.000 kr. njóti hann endurgreiðslu í formi peninga sem nemi 1,15% af veltu. Þann 7. og 8. apríl 2009 veitti Hagkaup e-Vildarkorthöfum 20% endurgreiðslu af öllum vörum. Yfir tímabilið hafi korthafi e-Vildarkortsins safnað endurgreiðslu í peningum af 96.000 kr. með eftirfarandi hætti: af 84.000 kr. (sjö vikur þar sem endurgreiðslutilboð Hagkaupa gildi ekki) fái hann endurgreiðslu sem nemi 1,15% af veltu eða samtals 996 kr. auk 252 vildarpunkta. Í



tilboðsviku Hagkaupa fái hann 2.400 kr. endurgreiðslu af 12.000 kr. veltu auk 0,5% fastrar endurgreiðslu sem séu 60 kr. Þá fái hann 36 vildarpunkta. Á vikunum átta hafi e-Vildarkothafinn því safnar 3.456 kr. í endurgreiðslu í peningum auk 288 vildarpunkta sem hann geti notað hjá Icelandair. Þetta dæmi sýni að neytendur njóti verulegra hagsbóta af notkun e-Vildarkorta bæði í formi endurgreiðslu og söfnun vildarpunkta og sýni fram á að samstarfsaðilar Ekorta skipti verulegu máli í heildarveltu fyrir neytendur.

Árétta verði rangfærslu í athugasemdum Kreditkorta um að vildarpunktar hjá Classic Icelandair American Express séu helmingi fleiri en hjá Gull e-Vildarkortum.

Kreditkort reyni í athugasemdum sínum að draga inn í málið atriði sem ekki eigi við, t.d. að Classic Icelandair American Express kortin gefi vildarpunkta af erlendri veltu, en auglýsingin taki skýrlega fram að aðeins sé horft til innlendrar veltu. Þá er sagt að korthafi fái stofnpunkta við fyrstu notkun American Express korta. Ekort telji ekki hægt að nota í samanburði punkta sem korthafi fái eingöngu við fyrstu notkun en aldrei eftir það. Réttara sé að samanburður byggji á langtímanotkun kortsins þar sem tilhneiging hjá neytendum sé að skipta ekki oft um greiðslukort.

Varðandi það ákall Kreditkorts að Ekort beri sönnunarbyrgði um framboð á sértilboðum af hálfu Classic Icelandair American Express kortanna bendir Ekort á að Ekort hafi aðgang að tilboðum og sértilboðum American Express kortanna eins og hver annar.

4.

Bréf Ekorts var sent Kreditkorti til upplýsinga með bréfi Neytendastofu, dags. 7. september 2009. Í bréfinu kom fram að gagnaöflun málsins væri lokið og yrði það tekið til ákvörðunar stofnunarinnar. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Kreditkort yfir auglýsingu Ekorta þar sem borin eru saman vildarkjör korthafa Gull e-Vildarkortshafa við vildarkjör korthafa Classic Icelandair American Express. Að mati Kreditkorts brýtur auglýsingin gegn ákvæðum 5., 6., 8., 9., 14. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu enda sé hún villandi, upplýsingar sem fram koma í auglýsingunni séu rangar og auglýsingin sé ósanngjörn gagnvart neytendum og Kreditkorti. Í auglýsingunni sé á myndrænan hátt borin saman fjöldi vildarpunkta sem korthafar Classic Icelandair American Express fái af tiltekinni innlendri veltu á móti fjölda vildarpunkta, endurgreiðslu og sérkjara sem korthafar Gull e-Vildarkorta fái af sömu veltu.



Að mati Kreditkorts er myndræn uppsetning í auglýsingunni villandi og vantar ýmsar upplýsingar sem máli skipti fyrir neytendur. Þá hafi ekki verið tekið tillit til ýmissa sérkjara sem korthafar Classic Icelandair American Express njóti sem séu sambærileg þeim sérkjörum sem korthafar Gull e-Vildarkorta njóti.

Af hálfu Ekorta er því hafnað að auglýsingin brjóti gegn ákvæðum laganna. Í auglýsingunni komi skýrt fram að kjörin taki til innlendrar veltu og því þurfi ekki að geta þess að ekki sé átt við veltu erlendis. Eðlilegt sé að borin séu saman kjör viðskiptavina tveggja greiðslukorta og í auglýsingunni hafi það verið gert. Korthafar beggja kortanna njóti almennra kjara auk tímabundinna sérkjara, en í auglýsingunni hafi bara verið tekið tillit til almennra kjara beggja korta.

2.

Í lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. Lögin fela fyrst og fremst í sér vernd fjárhagslegra hagsmuna neytenda en einnig vernd fyrirtækja gegn óréttmætum viðskiptaháttum keppinauta vegna auglýsinga eða annarra svipaðra viðskiptaaðferða. 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 nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

Í erindi Kreditkorts er vísað almennt til ákvæða 6. gr. en ekki tiltekna málsgreinar. Að mati Neytendastofu geta ákvæði 2. og 4. mgr. 6. gr. komið til álita í málinu. Í 2. mgr. 6. gr. segir:

„Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað er til óviðkomandi mála.“

Í greinargerð með frumvarpi til samkeppnislaga nr. 8/1993 segir um 2. mgr. 21. gr., sem er efnislega samhljóða núgildandi 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

Í 4. mgr. 6. gr. segir:

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

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 erindi Kreditkorts er vísað 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Í 9. gr. er um það fjallað að viðskiptahættir teljist villandi ef þeir séu 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 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 megi 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.“

Samkvæmt ákvæðinu mega fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinaut 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 keppinatur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Í greinargerð með frumvarpi til laga nr. 107/2000, þar sem ákvæðið kom fyrst fram í lögum, 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 nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. lið 2. mgr. 15. gr. Í erindi Kreditkorts er vísað almennt til ákvæðis 15. gr. auk þess sem sérstaklega er vísað til a. liðar. Af kvörtun Kreditkorts telur Neytendastofa ákvæði b. og c. liðar 2. mgr. 15. gr. einnig geta komið til álita í málinu. Ákvæði a. - c. liða eru svohljóðandi:

„Samanburðarauglýsingar skulu, að því er samanburð varðar, leyfðar að uppfylltum eftirtöldum skilyrðum:

a. þær séu ekki villandi,

b. samanburðurinn taki til vöru eða þjónustu sem fullnægir sömu þörfum eða er ætluð til sömu nota,

c. gerður sé samanburður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika eða eiginleikum vöru eða þjónustu, að meðtöldu verði ef vill,“

3.

Kvartað er yfir því að myndræn framsetning á fríðindum kortanna sé villandi og röng. Korthafar Classic Icelandair American Express fá tíu vildarpunkta fyrir hverjar 1.000 kr. sem greitt er fyrir með kortinu en korthafar Gull e-Vildarkorta fá eingöngu þrjá punkta fyrir sömu fjárhæð. Þrátt fyrir það séu bláar kúlur Gull e-Vildarkorta, sem tákni vildarpunkta, sýndar sem u.þ.b. 2/3 af vildarpunktum Classic Icelandair American Express. Í svári Ekorta kom fram að bláu kúlurnar tækju mið af punktum fyrir veltu auk 2.000 viðbótar vildarpunkta sem korthafar Gull e-Vildarkorta fá árlega vegna áskriftar.

Í útreikningum Ekorta sem eru forsendur auglýsingarinnar kemur fram að vildarpunktar korthafa Gull e-Vildarkorts séu 8.750. Ekki kemur fram hvort 2.000 árlegir aukapunktar vegna áskriftar séu þar með. Samkvæmt útreikningunum eru vildarpunktar korthafa Classic Icelandair American Express 25.000. Hlutföll í myndrænni framsetningu auglýsingarinnar eru því ekki rétt þar sem vildarpunktar korthafa Gull e-Vildarkorts samsvara ekki 2/3 af vildarpunktum korthafa Classic Icelandair American Express. Myndræn framsetning í auglýsingunni er því villandi og til þess fallin að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Framsetningin brýtur því gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.

Kvartað er yfir því að í auglýsingunni sé þess ekki getið að korthafar e-Vildarkorta njóti eingöngu fríðinda vegna viðskipta við fyrirtæki sem hafa Valitor sem færsluhirði. Í svári Ekorta



kemur fram að við útreikninga hafi verið tekið tillit til 90% markaðshlutdeildar Valitors. Þar sem flestir söluaðilar vöru og þjónustu séu með samning um færsluhirðu við Valitor telji Ekort ekki nauðsynlegt að geta þess í auglýsingunum.

Í 9. gr. laga nr. 57/2005 er fjallað um það að viðskiptahættir séu villandi séu neytendum veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun um að eiga viðskipti, eða þeim ekki veittar upplýsingar sem sömu áhrif hafa. Samkvæmt opinberum upplýsingum frá Samkeppniseftirlitinu var markaðshlutdeild Valitor í færsluhirðu VISA kreditkorta um 90%, eins og fram hefur komið í gögnum málsins, við birtingu auglýsingarinnar. Frá þeim tíma sem skýrsla Samkeppniseftirlitsins var unnin hefur þó orðið sú breyting á markaði að Valitor og Borgun bjóða viðskiptavinum sínum nú upp á færsluhirðu bæði fyrir VISA og MasterCard kreditkort. Upplýsingar um markaðshlutdeild fyrirtækjanna liggja þó ekki fyrir. Að mati Neytendastofu eru upplýsingar um það að korthafar njóti hugsanlega ekki fríðinda af allri innlendri veltu mikilvægar við ákvörðun þeirra um val á korti og þurfa slíkar upplýsingar því að koma fram við kynningu á kortunum. Í máli þessu er hins vegar um að ræða auglýsingu þar sem borin eru saman kjör Gull e-Vildarkorts við kjör Classic Icelandair American Express. Að teknu tilliti til þeirra upplýsinga sem Ekort hafa kosið að koma á framfæri í auglýsingunni, og því að ekki er greint sérstaklega frá því að korthafar Classic Icelandair American Express geti hugsanlega ekki notað kort sitt hvar sem er, telur Neytendastofa upplýsingar um færsluhirða ekki hafa áhrif á samanburðinn. Ekort hafa því ekki brotið gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 með því að greina ekki frá því í hinni umkvörtuðu auglýsingu að fríðindi Gull e-Vildarkorthafa af innlendri veltu séu háð því að söluaðili sé með samning um færsluhirðu við Valitor.

Að mati Kreditkorts er slagorðið „e-Vildarkortið kemur vel út – heima og heiman“ villandi þar sem gefið sé í skyn að korthafar njóti einnig fríðinda af erlendri veltu, sem sé fjarri lagi. Af hálfu Ekorta hefur verið á það bent að með slagorðinu sé átt við að korthafi geti ráðstafað þeim hlunnindum sem hann safnar á ýmsa vegu, s.s. innanlands, til þess að kaupa flugmiða eða sem gjaldeyri á ferðum erlendis. Í auglýsingunni sé neytendum gerð grein fyrir þeim fríðindum sem þeir njóti með Gull e-Vildarkorti borið saman við fríðindi sem bjóðast korthöfum Classic Icelandair American Express korta. Í auglýsingunni komi fram að hún taki mið af innlendri veltu upp á 2,5 milljónir.

Neytendastofa getur ekki fallist á skýringar Ekorta að slagorð um að e-Vildarkort komi sér vel heima og heiman vísi til þess að korthafar geti nýtt sér endurgreiðslur bæði heima og erlendis. Í texta auglýsingarinnar segir að korthafar fái endurgreiðslu af öllum innlendum færslum. Ekki er fjallað um hvernig söfnun vildarpunkta sé háttáð eða að hún sé háð sömu skilyrðum og endurgreiðslan. Að mati stofnunarinnar er slagorðið því til þess fallið að vekja upp hugmyndir hjá neytendum um að fríðindasöfnun eigi jafnt við héraðs erlendis sem erlendis. Slagaorðið brýtur því gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005.



Kvartað er yfir því að í auglýsingunni séu tilgreind fríðindi Gull e-Vildarkorta en ekki sé greint frá sambærilegum fríðindum sem bjóðist korthöfum Classic Icelandair American Express. Í auglýsingunni séu tilgreindir vildarpunktur og endurgreiðslur í formi peningagreiðslu sem korthafar Gull e-Vildarkorta njóti. Þá sé einnig getið annarra sértíloða og afsláttá samstarfsfyrirtækja Ekorta. Fyrir Classic Icelandair American Express sé eingöngu getið vildarpunkta af hefðbundinni veltu. Ekki sé tekið tillit til þeirra fjölmörgu tíloða sem korthöfum bjóðist t.d. í formi tvö- og þrefaldra punktásöfnunar.

Samkvæmt a. og b. líð 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 mega samanburðarauglýsingar ekki vera villandi og verður samanburðurinn að taka til vöru eða þjónustu sem fullnægir sömu þörfum. Auk þess skal samanburðurinn, skv. c. líð sömu greinar, gerður á einum eða fleiri áþreifanlegum, viðeigandi, sannreynanlegum og dæmigerðum eiginleika. Ákvæði 15. gr. laganna er innleiðing á tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins 97/55/EB um breytingu á tilskipun 84/450/EBE varðandi villandi auglýsingar þannig að hún taki einnig til samanburðarauglýsinga. Í inngangi tilskipunarinnar segir m.a. að *til skilyrða fyrir leyfilegum auglýsingum sé rétt að telja viðmiðanir um óhlutdrægan samanburð á eiginleikum vöru og þjónustu*. Þá mega auglýsingar og aðrir viðskiptahættir ekki vera ósanngjarnir gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skírskotað sé til óviðkomandi mála, sbr. 2. mgr. 6. gr. sömu laga. Samkvæmt framangreindu er það mat Neytendastofu að við samanburð verði auglýsandi að gæta samræmis á því hvort og með hvaða hætti tekið sé tillit til sérkjara eða afsláttá. Í auglýsingunni koma fram sértíloð og afslættir sem korthöfum Gull e-Vildarkorta bjóðast en ekki er tekið tillit til þess að korthöfum Classic Icelandair American Express bjóðist sérkjör í formi aukinnar punktásöfnunar. Samanburðurinn brýtur því gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr. 14. gr. og a. og b. líð 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005.



IV.

Ákvörðunarorð:

„Ekort ehf., Garðatorgi 5, Garðabæ, hafa í samanburðarauglýsingu á Gull e-Vildarkortum og Classic Icelandair American Express kreditkorta, með villandi myndrænni framsetningu á fríðindasöfnun Gull e-Vildarkorta og punktasoöfnun Classic Icelandair American Express korta brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., 14. gr. og a. lið 2. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Ekort ehf., hafa með notkun á slagorðinu „*e-Vildarkortið kemur vel út – heima og heiman*“ brotið gegn ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr., 2. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Ekort ehf., hafa með því að tilgreina ekki sérkjör korthafa Classic Icelandair American Express sem sambærileg eru sérkjörum korthafa Gull e-Vildarkorta sem greint er frá í samanburðarauglýsingu á Gull e-Vildarkorta og Classic Icelandair American Express kreditkorta, brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 2. mgr. 9. gr. 14. gr. og a. og b. lið 2. mgr. 15. 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 bannar Neytendastofa birtingu auglýsingarinnar. Bannið tekur gildi við birtingu ákvörðunarinnar. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um viðurlög á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.“

Neytendastofa, 19. febrúar 2010

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir