



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 59/2011

Kvörtun Skeljungs hf. yfir sjónvarpsauglýsingu ÓB.

I.

Erindið

Með bréfi Skeljungs til Neytendastofu, dags. 1. nóvember 2010, er kvartað yfir sjónvarpsauglýsingu ÓB, sem rekið er af Olíuverzlun Íslands hf. Í auglýsingunni er eftirfarandi texti:

„Það eru ótrúlega margir kostir við það að kaupa eldsneyti hjá ÓB. Það er ódýrara og það er einstaklega einfalt með ÓB-lyklinum og hann gefur tveggja króna afslátt af lítranum og tíu krónur í fyrsta skipti. Svo geturðu safnað vildarpunktum í leiðinni hjá Icelandair.“

Að mati kvartanda feli orðalag auglýsingarinnar í sér brot á lögum nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Fullyrt sé í auglýsingunni að eldsneyti hjá ÓB sé ódýrara. Framsetning textans sé með þeim hætti að áhersluþögn sé á eftir orðinu „ódýrara“. Verði það ekki skilið á annan hátt en að ÓB selji ódýrara bensín en keppinautar fyrirtækisins. Þannig sé vísað óbeint til Skeljungs sem keppinautar í auglýsingunni. Neytendur séu alvanir samanburðarauglýsingum á þessum markaði þar sem verðið skipti sköpum og munu því einnig túlka auglýsinguna á þann veg.

Sú fullyrðing að eldsneyti hjá ÓB sé ódýrara en hjá keppinautum sé röng og því til stuðnings sé vísað til úrprentana á eldsneytisverði af heimasíðum Orkunnar sem rekin sé af Skeljungi og ÓB en þar megi sjá að eldsneytisverð sé í öllum tilvikum ódýrara hjá Orkunni.

Skeljungur telji Olíuverzlun Íslands hafi með framangreindri fullyrðingu brotið gegn d. lið 1. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005. Auglýsingin sé líkleg til þess að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um viðskipti þar sem sá markaður sem Orkan og ÓB keppa á snúist um lágt eldsneytisverð. Brotið sé því einnig gegn 8. gr. og þar með 5. gr. laganna.



Jafnframt sé brotið gegn 14. og a. lið 1. mgr. 15. gr. laganna.

Þá telur Skeljungur að Olíuverzlun Íslands verði að geta fært sönnur á fullyrðinguna, sbr. 4. mgr. 6. gr. laganna.

Komist Neytendastofa að þeirri niðurstöðu að vísað sé í auglýsingunni til þess að eldsneyti hjá ÓB sé ódýrara ef neytandi noti ÓB-lykilinn heldur en ef hann noti hann ekki við kaupin, telji Skeljungur engu að síður að brotið sé gegn lögum nr. 57/2005.

Sé auglýsingin þá villandi þar sem að með áhersluþögn á eftir orðinu „ódýrara“ sé rofin tengingin við ÓB lykilinn sem sé til þess fallið að neytandinn telji að um sé að ræða verðsamanburð við aðrar eldsneytissölur. Auglýsingin sé villandi þar sem ekki sé greint frá því að einungis sé verið að tala um verðmun með eða án ÓB-lykils en ekki verðmun á milli keppinauta sbr. 2. mgr. 9. gr. laganna. Þó svo fullyrðingin væri í þessu tilviki ekki röng sé hún afar villandi og brjóti engu að síður gegn áðurnefndum lagaákvæðum.

Sé þess krafist að ÓB verði gert að hætta birtingu auglýsingarinnar og eyða umræddu orðalagi úr kynningarefni og tilboðum sem send séu neytendum að viðlögðum dagsektum og að lögð verði stjórnvaldssekt á fyrirtækið sbr. 22. gr. laga nr. 57/2005.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindið var sent Olíuverzlun Íslands með bréfi Neytendastofu, dags. 8. nóvember 2010. Svar Olíuverslunar Íslands er dags. 17. nóvember 2010. Þar segir að við gerð auglýsingarinnar hafi verið haft að leiðarljósi að varast alla orðaleiki með verð. Ekki sé notað efsta stig lýsingarorðs heldur miðstig. Fyrirtækið telji auglýsinguna í fullu samræmi við reglur enda staðreynd að eldsneyti hjá ÓB sé a.m.k. ódýrara en hjá Olís, N1 og Shell. Þá er vísað til ákvörðunar Neytendastofu nr. 38/2009 þar sem Griffli sé heimiluð notkun orðalagsins „alltaf ódýrari“ í auglýsingum. Skv. framansögðu sé þess óskað að Neytendastofa vísi málinu frá.

2.

Bréf Olíuverslunar Íslands var sent Skeljungi til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 25. nóvember 2010. Svar Skeljungs er dags. 1. desember 2010. Þar segir að í ákvörðun Neytendastofu sem vísað sé til í bréfi Olíuverslunar Íslands sé niðurstaðan byggð á því að verðkannanir sem gerðar hafi verið af ýmsum óháðum aðilum hafi sýnt fram á að verð á vörum hjá Griffli væri lægra en hjá keppinautum og í mörgum tilvikum lægst.



Í þessu máli sé einungis um tvær vörutegundir að ræða. Sýnt hafi verið fram á að ÓB selji í engum tilvikum ódýrara eldsneyti en Orkan eða Atlantsolía. Þar af leiðandi sé fullyrðing ÓB röng og sé því brot á lögum nr. 57/2005.

Olíuverzlun Íslands vísi til þess að eldsneyti hjá ÓB sé a.m.k. ódýrari en hjá Olís, N1 og Shell. Olís og ÓB eru sami aðilinn og engin gögn hafi verið lögð fram er sanni að eldsneyti hjá N1 sé dýrara en hjá ÓB og sé það því ósannað. Eftir standi einn aðili, Shell.

Að mati Skeljungs fari það gegn tilgangi laganna ef túlka eigi þau þannig að nægilegt sé að auglýsandi sé ódýrari en einn aðili á markaðnum til þess að geta almennt auglýst sig sem ódýrari. Séu slíkir viðskiptahættir villandi.

Þar að auki telji Skeljungur ÓB sé ekki rétt að bera sig saman við Olís, N1 og Shell þar sem þau séu ekki á lágvöruverðsmarkaði, líkt og ÓB, Orkan og Atlantsolía og teljist því vart keppinautar ÓB. Samanborið við raunverulega keppinauta sína sé ÓB því ekki ódýrari líkt og ÓB auglýsi.

3.

Bréf Skeljungs var sent Olíuverzlun Íslands til umsagnar með bréfi, dags. 9. desember 2010. Svar Olíuverzlunar Íslands er dags. 17. desember 2010. Þar er m.a. vísað til þess að í bréfi Skeljungs sé sagt að engin gögn hafi verið lögð fram til sönnunar þess að N1 væri dýrari en ÓB. Það megi sjá með því að kanna heimasíðu fyrirtækisins. Skeljungur heldur því fram að ÓB geti ekki borið sig saman við N1, Shell og Olís þar sem þau fyrirtæki séu ekki á lágvöruverðsmarkaði. Samkvæmt skilgreiningu séu þjónustustöðvar um 168 á Íslandi (N1, Shell og Olís) en sjálfsafgreiðslustöðvar um 90 talsins (ÓB, Orkan og Atlantsolía). Allt frá vormánuðum árið 2010 hafi hörð samkeppni leitt til þess að verðmunur á milli þjónustustöðva og sjálfsafgreiðslustöðva hafi verið 0,20 – 0,30 aurar pr./ltr sem geri um 500 krónur í verðmun á ári miðað við meðalnotkun (1.800 ltr) sem sýni glögg að markaður beggja gerða bensínstöðva sé sami markaðurinn. Olíuverzlun Íslands líti svo á að eldsneytismarkaður til einstaklinga sé í raun einn markaður hvort sem verslað sé á þjónustustöð eða sjálfsafgreiðslustöð enda verðmunur lítill.

Skeljungur telji að ákvörðun Neytendastofu nr. 38/2009 þar sem Griffli sé heimilað að nota orðalagið alltaf ódýrari í auglýsingum eigi ekki við í þessu tilviki. Olíuverzlun Íslands telur að svo sé enda staðreynd að ÓB er a.m.k. ódýrari en N1, Shell og Olís og hefur verið frá upphafi.



III. Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Skeljungur yfir sjónvarpsauglýsingu ÓB, sem rekin er af Olíuverzlun Íslands. Í auglýsingunni sé fullyrt að eldsneyti hjá ÓB sé ódýrara og verði það ekki skilið á annan hátt en að ÓB selji ódýrara eldsneyti en keppinautarnir. Framsetning textans sé með þeim hætti að áhersluþögn sé á eftir orðinu „ódýrara“. Þannig sé á óbeinan hátt vísað til Skeljungs sem keppinautar. Fullyrðingin sé röng. Því til staðfestu fylgi útprentanir af eldsneytisverði Orkunnar sem rekin sé af Skeljungu. Sést þar að Orkan selur í öllum tilvikum ódýrara eldsneyti en ÓB. Þar að auki telji Skeljungur að ÓB sé ekki rétt að bera sig saman við Olís, N1 og Skeljung þar sem þau séu ekki á lágvöruverðsmarkaði, líkt og ÓB, Orkan og Atlantsolía og teljist því vart keppinautar ÓB. Samanborið við raunverulega keppinauta sína sé ÓB því ekki ódýrari líkt og ÓB auglýsi.

Að mati Skeljungs brjóti auglýsingin gegn 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 8. gr., d. lið 1. mgr. 9. gr., 14. gr. og 1. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Olíuverslun Íslands segir að við gerð auglýsingarinnar hafi verið haft að leiðarljósi að varast alla orðaleiki með verð. Ekki sé notað efsta stig lýsingarorðs heldur miðstig. Fyrirtækið telji auglýsinguna í fullu samræmi við reglur enda staðreynd að eldsneyti hjá ÓB sé a.m.k. ódýrara en hjá Olís, N1 og Skeljungu. Olíuverslun Íslands líti svo á að eldsneytismarkaður til einstaklinga sé í raun einn markaður hvort sem verslað sé á þjónustustöð eða sjálfsafgreiðslustöð enda verðmunur lítill. Sé auglýsingin ekki brot á lögum nr. 57/2005.

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 fara fram eða þjónusta er veitt. Hvað teljist til óréttmætra viðskiptahátta er nánar tilgreint í III. – V. kafla laganna.

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

Í 9. gr. laganna 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 erindi Skeljungs er sérstaklega vísað til d. liðar 1. mgr. 9. gr. en skv. þeim lið er átt við rangar upplýsingar um:

„verð vöru eða þjónustu eða aðferð við útreikning á verði og hvort um sértillboð eða annað verðhagræði sé að ræða og hvort það sé háð skilyrðum“.

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

„Óheimilt er að veita rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða beita öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem sama marki eru brenndar gagnvart keppinautum, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn eða framboð vara, fasteigna, þjónustu eða annars þess sem haft er á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lög þessi taka til.“

Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. ákvæðinu 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 keppinautur býður. Hugtakið samanburðarauglýsing er skilgreint rúmt svo allar tegundir samanburðar heyri þar undir. Samanburðarauglýsingar eru leyfðar að uppfylltum nánari skilyrðum sem tilgreind eru í a.–h. lið 2. mgr. 15. gr. Í erindunum er ekki vísað til sérstakra staflíða 15. gr. en að mati Neytendastofu getur ákvæði a. liðar komið til álita, þar sem segir:



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

a. þær séu ekki villandi,

3.

Í erindi Skeljungs er kvartað yfir sjónvarpsauglýsingu ÓB sem hljóðar svo:

„Það eru ótrúlega margir kostir við það að kaupa eldsneyti hjá ÓB. Það er ódýrara og það er einstaklega einfalt með ÓB-lyklinum... og hann gefur tveggja króna afslátt af lítranum og tíu krónur í fyrsta skipti. Svo geturðu safnað vildarpunktum í leiðinni hjá Icelandair.“

Að mati Skeljungs er ÓB að gefa í skyn að verð á eldsneyti fyrirtækisins sé ódýrara en keppinauta. Einkum sé það augljóst þar sem áhersluþögn sé viðhöfð á eftir orðinu „ódýrara“. Neytendastofa hefur metið auglýsinguna en fær ekki séð að áhersluþögn verði fundin á eftir orðinu „ódýrara“. Að mati Neytendastofu er hér um að ræða eðlilega framsetningu einkum í ljósi þess að áhersla setningarinnar færist frá því að segja ódýrara yfir í kynningu á ÓB lyklinum. Að með þessu sé verið að gefa skyn að ÓB eldsneyti sé ódýrara en allra keppinauta er að mati Neytendastofu langsótt skýring.

Á Íslandi er eldsneyti selt á sjálfsafgreiðslustöðvum þar sem neytendur verða sjálfir að dæla eldsneyti á bifreiðarnar þ.e. hjá Atlantsolíu, Orkuni og ÓB og á afgreiðslustöðum sem gera neytendum í flestum tilfellum kleift að fá eldsneytinu dælt af afgreiðslumanni, þ.e. hjá N1, Olís og Shell. Síðarnefndar stöðvar bjóða jafnframt upp á sjálfsafgreiðslu eins og hjá sjálfsafgreiðslustöðvunum, þ.e. neytendur dæla sjálfir eldsneyti á bifreiðarnar gegn lægra gjaldi. Að mati Neytendastofu eru því allar sjálfsafgreiðslustöðvar á eldsneyti á sama markaði.

Í umræddri auglýsingu er notað lýsingarorð í miðstigi, þ.e. ódýrara. Fullyrðingin snýr ekki að því að eldsneyti hjá ÓB sé það ódýrasta á markaðnum heldur að finna megi hærra verð á eldsneyti hjá einhverjum keppinauti eða á annarskonar afgreiðslustöðvum Olíufélagsins. Að mati Neytendastofu hafa verið lögð fram fullnægjandi gögn sem sýna fram á að fullyrðingin fái staðist. Er auglýsingin því ekki brot á ákvæðum laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.



**IV.
Ákvörðunarorð:**

„Ekki er ástæða til aðgerða af hálfu Neytendastofu í máli þessu.“

Neytendastofa, 12. september 2011

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir