



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 42/2012

Markaðssetning N1 á afslætti í formi peninga og punktasoöfnun við kaup á eldsneyti

I.

Erindið

Með bréfi, dags. 31. janúar 2012, barst Neytendastofu kvörtun Skeljungs hf. yfir markaðsherferð N1. Í erindinu segir að Skeljungi hafi borist til eyrna að N1 hafi hrundið af stað markaðsherferð sem felist í því að hringt sé til neytenda og þeim boðinn fimm króna afsláttur af eldsneytisverði þegar raunin sé sú að um sé að ræða þriggja króna afslátt af eldsneytisverði og tveggja króna soöfnun á punktum.

Vísað sé til ákvörðunar Neytendastofu nr. 29/2009 þar sem N1 hafi verið talið brjóta gegn ákvæðum laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með slíkri háttsemi. Hafi félaginu þar verið bannað kynna samtölu afsláttar í krónum og verðmæti punktasoöfnunar sem heildarsparnað.

Gerðar séu þær kröfur að lögð verði stjórnvaldssekt á N1 í samræmi við 22. gr. laga nr. 57/2005.

II.

Málsmeðferð

1.

Erindi Skeljungs var sent N1 með bréfi Neytendastofu, dags. 9. febrúar 2012. Í bréfinu var vísað til þess að í tilvísaðri ákvörðun Neytendastofu, nr. 29/2009, væri vísað til ákvæða 5. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Svar N1 er dags. 20. febrúar 2012. Þar segir að ekki sé um að ræða markaðsherferð heldur markaðsátak þar sem um sé að ræða eingöngu afmarkað átak í stuttan tíma. Markaðsátakið hafi



aðeins farið fram símleidis og hafi engar auglýsingar verið birtar í miðlum tengdu áttakinu. Markaðsátakið hafi farið fram í gegnum síma frá 7. – 30. janúar 2012. Hringt hafi verið í fólk og því boðinn svokallaður N1 lykkill að kostnaðarlausu. Samkvæmt staðlaðri söluræðu hafi fólk verið boðinn umræddur lykkill og í kjölfarið spurt hvor viðkomandi hefði áhuga á að fá kynningu á þeim fríðindum sem fylgdu. Skv. upplýsingablaði sem allir sölufulltrúar hafi fengið í hendur hafi tilboðið verið útlistað á þann hátt að um fimm króna afslátt væri að ræða þar sem þrjár krónur fengjust af dæluverði en tvær krónur í formi N1 punkta á hvern lítra af eldsneyti þar sem hver punktur jafngildi einni krónu í viðskiptum við N1. Skv. útlistuninni hafi skýrt verið tekið fram að aðeins væru um þriggja króna beinan afslátt að ræða en tveggja króna söfnun í N1 punktum. Framsetning afsláttarins í söluræðu hafi því ekki verið fallin til þess að gefa neytendum tilefni til að ætla að um raunverulega fimm krónu lækkun á verði eldsneytislítra væri að ræða.

Í kvörtuninni sé vísað til ákvörðunar Neytendastofu nr. 29/2009. Í því máli hafi Neytendastofa fjallað um auglýsingar N1 þar sem auglýstur hafi verið fimm krónu afsláttur af eldsneyti án frekari skýringa eða úrlistunar á afslættinum. Efir ábendingar frá Neytendastofu hafi smáu letri verið bætt við auglýsingarnar þar sem tiltekið hafi verið hvernig afslátturinn væri veittur, þ.e. að um væri að ræða þrjár krónur í formi peninga og tvær krónur í formi tveggja N1 punkta. Neytendastofa hafi talið framsetningu afsláttarins villandi og neðanmálsskýringar á honum ófullnægjandi og hafi N1 verið bannað að birta auglýsingar með fullyrðingum um afslátt af eldsneytisverði þegar hluti afsláttarins fælist í söfnun punkta.

Atvik þessa máls séu allt önnur en í því máli sem hér sé til skoðunar. Sölufulltrúar hafi sérstaklega gætt þess í samtölum að gefa ekkert tilefni til að ætla að um beina fimm krónu verðlækkun á eldsneytislítra væri að ræða heldur væri um að ræða fimm króna afslátt í formi þriggja króna verðlækkunar frá dæluverði og tveggja N1 punkta að verðmæti tveggja króna. N1 punktur sé jafngildur einni krónu í öllum viðskiptum hjá N1. Umrætt tilboð hafi því verið útskýrt með nánnum hætti í samræmi við framangreinda ákvörðun Neytendastofu.

Í máli þessu hafi framsetning á umræddum afslætti verið skýr. Tekið hafi verið sérstaklega fram að umræddur afsláttur væri þrjár krónur af lítraverði eldsneytis en jafnframt myndu safnast tvær krónur í formi N1 punkta af hverjum keyptum lítra. Ekki hafi verið gerð tilraun til að villa um fyrir hugsanlegum viðskiptavinum heldur þvert á móti. Framsetningin hafi heldur ekki verið til þess fallin að blekkja neytendur í skilningi laga nr. 57/2005. Ólíkt því sem hafi átt við í framangreindri ákvörðun Neytendastofu frá 2009 hafi hugsanlegum viðskiptavinum verið gerð skýr grein fyrir tilboðum sem fylgi N1 lyklinum. Því sé mótmælt að framangreind ákvörðun Neytendastofu taki á sambærilegum atvikum og fyrirbyggjandi mál.



Bréf N1 var sent Skeljungum til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 28. febrúar 2012. Svar Skeljunga er dagsett, 6. mars 2012. Þar segir að í ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009 segi að N1 hafi brotið gegn nánar tilgreindum ákvæðum laga nr. 57/2005 með birtingu auglýsinga þar sem fullýrt sé að veittur sé fimm króna afsláttur af verði hvers eldsneytislíttra þar sem um sé að ræða þriggja króna afslátt og söfnun punkta að verðmæti tveggja króna. Þar segir:

„Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu er N hf. bannað að kynna samtölu afsláttar í krónum og verðmæti punktisöfnunar sem heildarsparnað.“

Í bréfi N1 komi skýrt fram að tilboð fyrirtækisins hafi verið útlistað þannig að um fimm króna afslátt væri að ræða þar sem þrjár krónur fengjust af dæluverði en tvær krónur í formi N1 punkta.

Að mati Skeljunga sé hér um augljóst brot gegn fyrri ákvörðun Neytendastofu að ræða.

Áréttað sé að ákvörðun Neytendastofu í fyrra máli hafi verið á þessa leið þó svo að á kynningarefni N1 hefðu verið færðar nánari skýringar um það hvernig afslátturinn skiptist niður enda komi fram í athugasemdum í frumvarpi með núverandi 9. gr. laganna að viðskiptahættir geti talist villandi þó svo að gefnar séu upp réttar staðreyndir líkt og fram komi í áður nefndri ákvörðun.

Þá sé þess að geta að samkvæmt upplýsingum Skeljunga hafi N1 fengið utanaðkomandi aðila til þess að hringja í neytendur og bjóða umdeilt tilboð. Að mati Skeljunga sé því ekki hægt að fá neina vissu um það að neytendum hafi verið gefnar upp réttar staðreyndir eða að upplýsingar um það hvernig afslátturinn deildist niður hafi verið veittar á skýran hátt. Sá neytandi sem hafi bent Skeljungum á markaðsátakið hafi getið þess að verið væri að bjóða fimm krónu afslátt hjá N1.

Í bréfi N1 sé vísað til þess að engar auglýsingar hafi verið birtar í miðlum í tengslum við markaðsátakið. Bann Neytendastofu í ákvörðun 29/2009 sé hins vegar ekki bundið birtingu í neinum ákveðnum miðlum. Skeljungur fái ekki séð að það birtingarform að hringja í viðskiptavini eigi að leiða til annarrar niðurstöðu en í fyrra máli.

3.

Bréf Skeljunga var sent N1 til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 20. mars 2012. Svar N1 er dags. 30. mars 2012. Þar er ítrekað að framsetning afsláttar í söluræðu sölufulltrúa hafi ekki verið til þess fallin að gefa neytendum tilefni til að ætla að um fimm króna lækkun á verði eldsneytislíttra væri að ræða. Í ljósi ákvörðunar Neytendastofu nr. 29/2009 hafi verið lögð á það rík áhersla að sölufulltrúar gerðu skýra grein fyrir eðli þeirra afslátta sem N1 lykillinn innihéldi. Var öllum þeim sem kynnt hafi verið afsláttarkjör lykilsins sagt skilmerkilega að hann gæfi



Þriggja krónu afslátt af dæluverði og tveggja krónu afslátt sem safnist í formi punkta. Ekki hafi verið gerð tilraun til þess að villa um fyrir hugsanlegum viðskiptavinum með óljósum afsláttarkjörum eða smáu lettri. Allir hafi fengið skýrar og greinargóðar upplýsingar um það hvað fælist í umræddum afsláttum.

4.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 25 maí 2012, var málsaðilum tilkynnt að gagnöflun væri lokið í málinu. Skrá yfir gögn málsins fylgdi bréfinu.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Skeljungur yfir markaðssetningu N1. Markaðssetningin sé fólgin í því að hringt hafi verið til neytenda og þeim boðinn fimm króna afsláttur af eldsneytisverði þegar raunin hafi verið sú að um hafi verið að ræða þriggja króna afslátt af eldsneytisverði og tveggja króna söfnun á N1 punktum. Að mati Skeljungs brjóti markaðssetningin í bága við ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009. Vakin var athygli á því að í ákvörðuninni væri vísað til ákvæða 5. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

N1 segir að í markaðssetningunni sé aðeins um að ræða kynningu í gegnum síma og að engar auglýsingar tengdar markaðssetningunni hafi verið birtar í fjölmiðlum. Málsatvik í þessu máli séu með allt öðrum hætti en í máli því sem ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009 byggir á. Skv. upplýsingablaði sem allir sölufulltrúar hafi fengið í hendur hafi tilboðið verið útlistað á þann hátt að um fimm króna afslátt væri að ræða en sölufulltrúar hafi sérstaklega gætt þess í samtölum að gefa ekkert tilefni til að ætla að um beina fimm krónu verðlækkun á eldsneytislíttra væri að ræða heldur væri um að ræða fimm króna afslátt í formi þriggja króna verðlækkunar frá dæluverði og tveggja N1 punkta að verðmæti tveggja króna.

2.

Í erindi Skeljungs er vísað til þess að markaðssetning N1 brjóti gegn ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009 og þ.a.l. sömu lagaákvæðum og ákvörðunin er byggð á, þ.e. ákvæðum 5. gr., 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.



Í 5. gr. laga nr. 57/2005 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.

Ákvæði 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005 er svohljóðandi:

„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 a.–g. lið málsgreinarinnar eru tilgreindar þær röngu upplýsingar sem átt er við og í d. lið segir:

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

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 máli þessu kemur fram að markaðssetning N1 sem kvartað er yfir bjóði fimm króna afslátt í formi þriggja króna afsláttar á bensínverði og tveggja króna punktasoðfnunar við kaup á einum lítra af bensíni sé greitt með N1 lykli. Ávinningurinn er sá sami og í Spartilboði N1 sem ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009 snýr að. Í tilviki Spartilboðsins var m.a. talið ófullnægjandi að í auglýsingu væri fimm króna afsláttur skýrður með stjórnumerkingu sem vísaði til neðanmálsskýringar um að í afslættinum fælist þriggja króna lækkun á eldsneytislíttra og soðfnun punkta að verðmæti tveggja króna. Af gögnum málsins verður ekki annað ráðið en að sölufulltrúar hafi skv. upplýsingablaði útlistað tilboðið á þann hátt að um fimm krónu afslátt væri að ræða. Í framhaldi af því hafi verið skýrt út fyrir væntanlegum kaupendum að í fimm króna afslættinum fælist þriggja króna afsláttur af hverjum keyptum lítra af eldsneyti og tvær krónur í formi N1 punkta. Skv. framansögðu fær Neytendastofa ekki annað ráðið en að í kynningunni hafi megináhersla verið lögð á fimm króna afsláttinn. Í framhaldi af þeirri kynningu hafi nánari útlistun fylgt. Framsetning af þessu tagi er ófullnægjandi þar sem megin áherslan er lögð á samtölu afsláttarins, en ekki hvernig hann er fundinn. Að mati Neytendastofu er framsetningin brot á ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009, en í ákvörðunarorðum hennar segir m.a.:

„Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu er N1 hf. bannað að kynna samtölu afsláttar í krónum og verðmæti punktasoðfnunar sem heildarsparnað.“

Þó svo að um hafi verið að ræða afmarkað átak í stuttan tíma, breytir það ekki því að viðskiptaaðferðin var brot á framangreindri ákvörðun Neytendastofu og var framsetning markaðssetningarinnar til þess fallin að vera villandi gagnvart neytendum enda ekki um raunverulega fimm króna lækkun á verði eldsneytislíttra að ræða. Stofnunin telur fullyrðinguna því til þess fallna að hafa áhrif á fjárhagslega hegðun neytenda, sbr. 1. mgr. 8. gr. laga nr. 57/2005, og veita neytendum villandi upplýsingar um verð vörunnar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um að eiga viðskipti, sbr. d. liður 1. mgr. 9. gr. laganna. Viðskiptahættir sem brjóta gegn ákvæðum III. kafla laga nr. 57/2005 eru einnig brot gegn ákvæðum 5. gr. laganna.

4.

Skv. a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005 getur Neytendastofa lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvæðum laganna og reglum settum samkvæmt þeim sbr. II. – V. kafla laganna. Þegar litið er til umfangs brotsins og að um ítrekað brot er að ræða, sbr. ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009, sem og að teknu tilliti til meðalhófsreglu stjórnsýslulaga og sektarfjárhæða í öðrum málum telur stofnunin hæfilegt að leggja á N1 hf. stjórnvaldssekt að fjárhæð kr. 500.000 (fimmhundraðþúsundkrónur).



IV.

Ákvörðunarorð:

„N1 hf., Dalvegi 10-14, Kópavogi, hefur brotið gegn ákvörðun Neytendastofu nr. 29/2009, sbr. ákvæði 5. gr., 1. mgr. 8. gr., d. liðar 1. mgr. 9. gr. og 2. mgr. 9. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu með markaðssetningu í gegnum síma þar sem megináhersla er lögð á að veittur sé fimm króna afsláttur af verði hvers eldsneytislíttra fyrir viðskiptavini sem noti N1 lykil, þar sem um er að ræða þriggja króna afslátt og söfnun punkta að verðmæti tveggja króna.

Með heimild í a. lið 1. mgr. 22. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, leggur Neytendastofa stjórnvaldssekt á N1 hf. að fjárhæð kr. 500.000- (fimmhundraðþúsundkrónur).“

Neytendastofa, 24. október 2012

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir