



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 8/2013

Auglýsing Póstdreifingar um dreifingu á bæklingi um þjóðaratkvæðagreiðslu

I.

Erindið

Með tölvubréfi Íslandspósts hf. til Neytendastofu, dags. 5. október 2012, kvartaði fyrirtækið yfir auglýsingu Póstdreifingar sem birtist 4. október 2012, á heimasíðunni visir.is. Í auglýsingunni segi orðrétt:

„Póstdreifing sér um að koma bæklingi um þjóðaratkvæðagreiðsluna inn á hvert heimili á landinu“.

Að mati Íslandspósts megi skilja auglýsinguna sem svo að Póstdreifing dreifi bæklingnum inn á öll heimili í landinu og að dreifikerfi Póstdreifingar sé svo víðtækt að það nái um allt landið. Hið rétta sé að Póstdreifing dreifi bæklingnum á höfuðborgarsvæðinu en miðli svo dreifingunni á landsbyggðinni til Íslandspósts þar sem dreifikerfi Póstdreifingar sé ekki jafn víðtækt.

Íslandspóstur telji því að orðalag í auglýsingunni brjóti gegn 9. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, þar sem með auglýsingunni sé reynt að villa um fyrir viðskiptavinum í þeim tilgangi að láta sem svo að dreifikerfi Póstdreifingar sé víðtækara en það sé í raun og veru.

Einnig telji Íslandspóstur auglýsinguna varða við 14. gr. sömu laga er varði háttsemi milli fyrirtækja.

Að mati Íslandspósts sé auglýsingunni ætlað að veita villandi upplýsingar til þess að hafa áhrif á eftirspurn eftir þjónustu með því að villa um fyrir neytendum og hugsanlegum viðskiptavinum.



II.

Málsmeðferð

1.

Með bréfi Neytendastofu, dags. 12. október 2012, var Póstdreifingu sent erindi Íslandspósts til umsagnar. Í bréfinu kom fram að stofnunin teldi einnig ákvæði 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 8. gr. laga nr. 57/2005 geta komið til álita í málinu, auk þeirra ákvæða sem vísað væri til í erindinu.

Svar Póstdreifingar barst með bréfi, dags. 1. nóvember 2012. Varðandi 5. gr. laga nr. 57/2005 segir í bréfinu að Póstdreifing starfi á fyrirtækjamarkaði og bjóði ekki upp á viðskipti fyrir neytendur. Auglýsing sú sem kvartað sé yfir hafi snúið að tryggjum gæðum dreifingar á bæklingi um þjóðaratkvæðagreiðslu og komið áleiðis upplýsingum um hvert hægt sé að leita ef bæklingur bærisk ekki inn á hvert heimili. Póstdreifing hafi haft umsjón með dreifingu bæklingins um land allt og hafi fengið Íslandspóst sem undirverktaka til að sjá um dreifingu hans utan dreifikerfis Póstdreifingar í samræmi við lög um póstpjónustu og ákvörðun Póst – og fjarskiptastofnunar frá 24. maí 2012, um gjaldskrá Íslandspósts.

Varðandi 2. mgr. 6. gr. laganna segir að ekki verði lesið út auglýsingunni að ósanngirni hafi verið beitt gagnvart neytendum og keppinautum þar sem ekki hafi verið um að ræða auglýsingu á vöru, fasteign eða þjónustu heldur hafi verið vakin athygli á því að kynningarbæklingur um hitamál í þjóðfélaginu stæði mönnum til boða. Með auglýsingunni hafi því ekki verið reynt að koma því til skila að dreifikerfi Póstdreifingar væri stærra og meira en raun bæri vitni og auglýsingin feli heldur ekki í sér slíka lýsingu á dreifikerfi fyrirtækisins.

Áréttað sé að Póstdreifing starfi á fyrirtækjamarkaði. Neytendur njóti vissulega góðs af dreifingu umrædds bæklingins en auglýsingin hafi ekki kveðið á um tiltekna vöru eða þjónustu sem beint hafi verið að neytendum til kaups, heldur að tryggja dreifingu kynningarbæklingins um þjóðaratkvæði. Ákvæði 8. gr. laganna eigi því ekki við.

Af eldri ákvörðunum Neytendastofu, t.d. nr. 22/2007 og 3/2009, megi sjá að 9. gr. laganna sé ætlað að koma í veg fyrir að í auglýsingum sem miðlað sé til neytenda séu villandi upplýsingar. Eins og fram sé komið hafi auglýsingunni ekki verið beint til neytenda í þeim skilningi sem leggja megi í ákvæði 5. gr., 2. mgr. 6. gr., 8. gr. og 9. gr. laga nr. 57/2005 enda eingöngu verið að vekja athygli almennings á fyrrnefndum kynningarbæklingi til að tryggja gæði dreifingar hans sem Póstdreifing hafi haft umsjón með samkvæmt samningi. Póstdreifing annist söfnun, flokkun og dreifingu póstsendinga frá stórnotendum sem séu allir fyrirtæki. Ekki sé með auglýsingunni verið að auglýsa með það að markmiði að fá neytendur í viðskipti. Hvergi komi fram í auglýsingunni neinn angí sem ætlaður sé neytendum né til blekkingar þeim til handa enda sé



auglýsingin ekki um tiltekna þjónustu eða víðfeðmi dreifingarkerfis, heldur um títtnefndan bækling.

Orðalag auglýsingarinnar sé skýrt og beri á engan hátt með sér að Póstdreifing haldi því fram að fyrirtækið annist póstburð í hvert hús heldur eingöngu póstdreifingu. Íslandspóstur hafi verið undirverktaki og hafi séð um útburðinn á tilteknum svæðum. Umsjón verkefnisins hafi engu að síður verið í höndum Póstdreifingar. Sé því í auglýsingunni hvorki farið með rangt mál né villandi í skilningi laga nr. 57/2005.

Þá sé ekki rétt að dreifikerfi Póstdreifingar nái ekki út fyrir höfuðborgarsvæðið. Fyrirtækið hafi dreifikerfi á Akureyri. Þá leggi 14. gr. laganna bann við því að veittar séu rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar í auglýsingum eða með öðrum hætti eða að beitt sé öðrum slíkum viðskiptaaðferðum sem séu sama marki 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 sé á boðstólum í atvinnustarfsemi sem lögin taki til.

Ljóst sé að bæklingurinn hafi farið inn á heimili allra kosningabærra landsmanna og séu því upplýsingar auglýsingarinnar ekki rangar, ófullnægjandi eða villandi gagnvart neytendum. Hvað varði rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar, eða annars konar villandi viðskiptaaðferðir gagnvart keppinautum verði að telja að fyrrgreint verksamband milli Póstdreifingar og Íslandspósts varðandi dreifingu á landsbyggðinni að Akureyri undanskilinni verði til þess að ekki sé unnt að tala um keppinaut hvað varðar þetta tiltekna verkefni og því ótækt að vísa til 14. gr. laganna.

2.

Bréf Póstdreifingar var sent Íslandspósti til umsagnar, með bréfi Neytendastofu, dags. 7. nóvember 2012. Bréfið var ítrekað með bréfi Neytendastofu til Íslandspósts, dags. 5. desember 2012. Svar Íslandspósts er dags. 12. desember 2012. Þar kemur fram að Íslandspóstur hafi ekki frekari athugasemdir fram að færa.

III.

Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Íslandspóstur yfir auglýsingu Póstdreifingar sem birtist á heimasíðunni visir.is en hún hljóðar svo orðrétt:



„Póstdreifing sér um að koma bæklingi um þjóðaratkvæðagreiðsluna inn á hvert heimili á landinu“.

Íslandspóstur telur að skilja megi auglýsinguna á þann hátt að dreifikerfi Póstdreifingar sé svo víðtækt að það nái um allt land. Hið rétta sé að Póstdreifing dreifi bæklingum á höfuðborgarsvæðinu en miðli dreifingu á landsbyggðinni til Íslandspósts. Auglýsingunni sé ætlað að veita villandi upplýsingar til þess að hafa áhrif á eftirspurn eftir þjónustu með því að villa um fyrir neytendum og hugsanlegum viðskiptavinum. Að mati Íslandspósts brjóti orðalag auglýsingarinnar gegn 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu. Að mati Neytendastofu koma jafnframt 5. gr., 2. mgr. 6. gr. og 8. gr. laganna til álita.

Póstdreifing tekur fram að fyrirtækið starfi á fyrirtækjamarkaði og bjóði ekki upp á viðskipti fyrir neytendur. Póstdreifing hafi haft umsjón með dreifingu bæklinga um þjóðaratkvæðagreiðslu um land allt og hafi fengið Íslandspóst sem undirverktaka til að sjá um dreifingu hans utan dreifikerfis Póstdreifingar. Ekki verði lesið úr auglýsingunni að ósanngirni hafi verið beitt gagnvart neytendum og keppinautum þar sem ekki hafi verið um að ræða auglýsingu á vöru, fasteign eða þjónustu heldur hafi verið vakin athygli á því að kynningarbæklingur um hitamál í þjóðfélaginu stæði mönnum til boða. Með auglýsingunni hafi því ekki verið reynt að koma því til skila að dreifikerfi Póstdreifingar væri stærra og meira en raun bæri vitni og auglýsingin feli heldur ekki í sér slíka lýsingu á dreifikerfi fyrirtækisins. Ekki sé með auglýsingunni verið að auglýsa með það að markmiði að fá neytendur í viðskipti. Hvergi komi fram í auglýsingunni neinn angi sem ætlaður sé neytendum né til blekkingar þeim til handa enda sé auglýsingin ekki um tiltekna þjónustu eða víðfeðmi dreifingarkerfis, heldur um úttnefndan bækling.

2.

Með lögum nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, eru viðskiptaháttum fyrirtækja við sölu, markaðssetningu og aðra kynningu á vöru og þjónustu settar skorður. 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.

2. mgr. 6. gr. hljóðar svo:

„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 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 a. lið 1. mgr. 9. gr. segir:

„Viðskiptahættir eru villandi ef þeir eru líklegir til að blekkja neytendur eða eru með þeim hætti að neytendum eru veittar rangar upplýsingar í þeim tilgangi að hafa áhrif á ákvörðun þeirra um viðskipti. Hér er átt við rangar upplýsingar um:

a. eðli vöru eða þjónustu og hvort varan sé til eða þjónustan fyrir hendi“.

Í 2. mgr. 9. gr. laganna segir:

„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.“



Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum mega skv. ákvæðinu ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinauti auglýsanda eða stöðu auglýsanda, vöru eða þjónustu hans, gagnvart keppinautum.

3.

Auglýsing Póstdreifingar sem kvörtun Íslandspósts snýr að og birtist á heimasíðunni visir.is hljóðar svo:

„Póstdreifing sér um að koma bæklingi um þjóðaratkvæðagreiðsluna inn á hvert heimili á landinu“.

Að mati Neytendastofu felur auglýsingin í sér yfirlýsingu um að Póstdreifing hafi yfirumsjón með og beri ábyrgð á því að bæklingur um þjóðaratkvæðagreiðslu komist inn á hvert heimili. Ekkert í auglýsingunni gefur í skyn að dreifikerfi Póstdreifingar muni annast allan útburð bæklingins heldur aðeins að hann komist inn á heimili allra landsmanna með þeirra dreifikerfi og annarra sem fyrirtækið hefur samið við. Auglýsingin hefur því ekkert með það að gera hve þéttriðið dreifikerfi Póstdreifingar er. Þá er augljóst af auglýsingunni að um er að ræða fjöldadreifingu bæklinga á vegum stórnotanda en almennir neytendur nota slíka þjónustu aldrei eða að minnsta kosti mjög sjaldan. Auglýsingunni er því ekki ætlað að hafa þau áhrif á neytendur að þeir komi í viðskipti við Póstdreifingu frekar en til keppinauta enda býður Póstdreifing ekki upp á aðra þjónustu en fjöldadreifingu. Hvað viðkemur neytendum getur auglýsingunni verið ætlað að skapa jákvætt viðhorf til fyrirtækisins og jafnframt að vekja athygli á því hvernig nálgast megi bæklinginn berist hann ekki. Hvað viðkemur stórnotendum má ætla að auglýsingin feli í sér þau skilaboð að Póstdreifing geti séð um póstdreifingu fjöldapósts inn á hvert heimili í landinu. Að mati Neytendastofu fela slík skilaboð ekki í sér samanburð við keppinauta.

Að mati Neytendastofu er framangreind auglýsing því ekki ósanngjörn gagnvart keppinautum eða neytendum, ekki líkleg til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda, ekki villandi eða líkleg til að blekkja neytendur og ekki til þess fallin að hafa áhrif á ákvörðun neytenda um að eiga viðskipti. Þá eru ekki í auglýsingunni rangar eða ófullnægjandi upplýsingar sem eru til þess fallnar að hafa áhrif á eftirspurn þjónustunnar.

Auglýsingin er því ekki brot á ákvæðum 6. gr., 8. gr., 9. gr. eða 14. gr., sbr. 5. gr., laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.



IV.

Ákvörðunarorð:

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

Neytendastofa, 5. apríl 2013

Tryggvi Axelsson
Forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir