



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 35/2018

## Fullyrðingar um orkudrykkinn Ripped

### I.

#### Málsmeðferð

Í kjölfar ábendinga vegna fullyrðinga í auglýsingum Fitness Sport ehf., um orkudrykkinn Ripped, sendi Neytendastofa Fitness Sport bréf, dags. 29. maí 2018.

Í bréfinu var vakin athygli á ákvæðum 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 1. mgr. 8. gr., a., b. og f. liðar 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.

Í bréfinu var farið fram á að Fitness Sport færði sönnur fyrir eftirfarandi fullyrðingum í markaðssetningu félagsins á orkudrykknnum Ripped:

*„Koffein eykur orku og einbeitingu. Carnitine flytur fitu inn í frumur líkamans til að auðveldara sé að brenna henni sem orku. Rannsóknir sýna að Carnitine er sérlega áhrifaríkt við að brenna kviðfitu. flýtir einnig endurheimtum (recovery) eftir æfingar. Fleiri kostir 1: Eykur úthald. 2: Örvar fitubrennslu. 3: Fyrirbyggir vöðvaniðurbrot. 4: Heldur jafnvægi á blóðsykri. 5: Hefur jákvæð áhrif á einbeitingu og minni. Grænt te eykur grunnbrennslu líkamans ásamt því að vera vatnslosandi. Fleiri kostir 1: Öflugt andoxunarefni. 2: Styrkir hjarta og æðakerfi. 3: Styrkir ónæmiskerfið og minnkar líkur á flensu. Beta alanine eykur úthald og styrk. Fleiri kostir 1. Blokkerar mjólkursýru. 2. minnkar vöðvaþreytu. 3. Flýtir endurheimtum (recovery) eftir hreyfingu.“*

*„Ripped orkudrykkurinn orðinn söluhæsti drykkurinn á landinu“*

### 2.

Svar Fitness Sport barst Neytendastofu með tölvubréfi, dags. 3. júní 2018. Í bréfinu segir að það væri svo sem viðbúið að samkeppnisaðilar félagsins sem hafi drottnað yfir markaðinum myndu gera hvað þeir gætu til að leggja stein í götu Fitness Sport þar sem innkoma þessarar nýju vöru hafi vissulega verið mikið högg fyrir markaðshlutdeild þeirra á sambærilegum vörum.



Hvað snerti fullyrðingar um virkni innihaldsefna Ripped þá hafi það kynningarefni verið tekið úr umferð fyrir rúnum 2 mánuðum eftir að ábendingar Matvælastofnunar bárust um að sækja þyrfti leyfi til að nota slíkar fullyrðingar. Það sé í umsóknarferli núna en á meðan séu engar slíkar auglýsingar í gangi og hafi ekki verið síðan í lok mars 2018. Hvað varði fullyrðingar um að Ripped hafi verið söluhæsti orkudrykkur landsins í apríl 2018 sé það fengið úr sölutölum stærstu stórmarkaðskeðja landsins eins og t.d. Hagkaup, Bónus, Krónan, 10-11, Iceland, Nettó, Kjörbúðin, Krambúðin o.fl. Þessir aðilar séu samtals með u.þ.b. 95% hlutdeild af markaðinum í sölu orkudrykkja þannig að Fitness Sport gefi sér að þeirra tölur gefi mjög nákvæma mynd af sölu á markaðinum.

Nielsen tölur Gallup styðji þetta enn fremur en samkvæmt sölutölum fyrir apríl 2018 sé Ripped mest seldi orkudrykkurinn á landinu þegar litið sé til sölu á einu tilteknu strikamerki. Neytendastofu sé velkomið að hafa samband við stórmarkaði til að staðfesta þetta en eðli málsins samkvæmt geti Fitness Sport ekki framvísað sölutölum frá sínum viðskiptavinum til þriðja aðila. Nielsen tölur Gallup séu síðan eitthvað sem Neytendastofu ætti að hafa greiðan aðgang að.

### 3.

Í bréfi Neytendastofu til Fitness Sport, dags. 12. júní 2018, segir um þá staðhæfingu Fitness Sport að engar auglýsingar séu í gangi sem varði virkni innihaldsefna Ripped og hafi ekki verið síðan í lok mars 2018, að stofnunin hafi orðið vör við að auglýsingar með umræddum fullyrðingum séu enn aðgengilegar á bæði Facebook síðu Fitness Sport og á Instagram reikningnum ripped.is.

Í bréfinu segir, varðandi þær útskýringar Fitness Sport að félagið geti ekki framvísað sölutölum og að Nielsen tölur Gallup séu eitthvað sem Neytendastofa ætti að hafa greiðan aðgang að, að samkvæmt skýru orðalagi 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 beri Fitness Sport sönnunarbyrði fyrir þeim fullyrðingum sem fram koma í auglýsingum félagsins. Í lok bréfsins var ítrekuð ósk Neytendastofu um að félagið færi sönnur fyrir umræddum fullyrðingum og að svar þyrfti að berast innan tveggja vikna frá dagsetningu bréfsins. Bærst ekki svar inn þess tíma mætti búast við að tekin yrði ákvörðun í málinu á grundvelli fyrirbyggjandi gagna.

Ekkert svar barst við þessu bréfi Neytendastofu.



## II. Niðurstaða

### 1.

Mál þetta snýr að eftirfarandi fullyrðingum í markaðssetningu Fitness Sport ehf. á orkudrykknum Ripped:

*„Koffein eykur orku og einbeitingu. Carnitine flytur fitu inn í frumur líkamans til að auðveldara sé að brenna henni sem orku. Rannsóknir sýna að Carnitine er sérlega áhrifaríkt við að brenna kviðfitu. flýtir einnig endurheimtum (recovery) eftir æfingar. Fleiri kostir 1: Eykur úthald. 2: Örvar fitubrennslu. 3: Fyrirbyggir vöðvaniðurbrot. 4: Heldur jafnvægi á blóðsykri. 5: Hefur jákvæð áhrif á einbeitingu og minni. Grænt te eykur grunnbrennslu líkamans ásamt því að vera vatnslosandi. Fleiri kostir 1: Öflugt andoxunarefni. 2: Styrkir hjarta og æðakerfi. 3: Styrkir ónæmiskerfið og minnkar líkur á flensu. Beta alanine eykur úthald og styrk. Fleiri kostir 1. Blokkerar mjólkursýru. 2. minnkar vöðvaþreytu. 3. Flýtir endurheimtum (recovery) eftir hreyfingu.“*

*„Ripped orkudrykkurinn orðinn söluhæsti drykkurinn á landinu“*

Hefur Neytendastofa farið fram á að félagið færi sönnur á fullyrðingarnar samkvæmt 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk þess sem athygli Fitness Sport hefur verið vakin á ákvæðum 5. gr., 1. mgr. 8. gr.; a., b. og f. liðar 1. mgr. 9. gr., 2. mgr. 9. gr. og 15. gr. laganna.

Fitness Sport hefur bent á að félagið hafi tekið úr umferð kynningarefni með umræddum fullyrðingum um virkni innihaldsefna Ripped eftir að ábendingar Matvælastofnunar bárust um að sækja þyrfti leyfi til að nota slíkar fullyrðingar. Hvað varði fullyrðingar um að Ripped hafi verið söluhæsti orkudrykkur landsins þá sé það fengið úr sölutölum stærstu stórmarkaðskeðja landsins. Nielsen tölur Gallup styðji þetta enn fremur.

### 2.

Í lögum nr. 57/2005 er fjallað um það hvaða viðskiptahætti skuli viðurkenna og hverja ekki. 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. laganna er kveðið á um það að fyrirtæki skuli geta fært sönnur á fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum þeirra. Geti fyrirtæki ekki sannað fullyrðingar sínar geta þær verið til þess fallnar að vera villandi gagnvart neytendum og ósanngjarnar gagnvart keppinautum.

Ákvæði 1. mgr. 8. gr., sem er í III. kafla, 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 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 samkvæmt 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 eru 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. Í erindi Neytendastofu var vísað til eftirfarandi stafliða í 1. mgr. 9. gr. laganna:

*„a. eðli vöru eða þjónustu og hvort varan sé til eða þjónustan fyrir hendi,  
b. helstu einkenni vöru eða þjónustu, t.d. notkun, samsetningu eða árangur sem vænta má af notkun hennar,*

*[...]*

*f. réttindi, hæfni eða annað sem varðar aðstæður söluaðila eða fulltrúa hans, stöðu hans á markaði, skyldur, vörumerki og önnur hugverkaréttindi,“*

Í 2. mgr. 9. gr. laganna er enn fremur kveðið á um að viðskiptahættir séu 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 neytanda um að eiga viðskipti. Í greinargerð með ákvæðinu kemur fram að hafa megi þau atriði til hliðsjónar sem tilgreind eru í 1. mgr. 9. gr. laganna.

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. Í umfjöllun um ákvæðið 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 eftirtöldum skilyrðum sem tilgreind eru í a.-h. liðum 2. mgr. 15. gr.:

*„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,
- d. á markaðnum verði ekki villst á auglýsanda og keppinaut hans eða á vörumerkjum eða vöruheitum auglýsanda og keppinautar, öðrum auðkennum, vöru- eða þjónustutegundum,
- e. ekki sé kastað rýrð á vörumerki, vöruheiti, önnur auðkenni, vöru, þjónustu, starfsemi eða aðstæður keppinautar, eða þeim sýnd lítilsvirðing,
- f. ef um er að ræða vöru með upprunatáknum skal í öllum tilvikum bera saman vörur með sömu táknum,
- g. ekki sé með ósanngjörnum hætti hagnýttur orðstír vörumerkis, vöruheitis eða annarra auðkenna keppinautar eða upprunatáknunar samkeppnisvöru,
- h. vara eða þjónusta sé ekki kynnt sem eftirlíking eða eftirgerð vöru eða þjónustu sem ber verndað vörumerki eða vöruheiti.“

### 3.

Í upphafi verður fjallað um eftirfarandi fullyrðingar í markaðssetningu Fitness Sport ehf. á orkudrykknum Ripped:

*„Koffein eykur orku og einbeitingu. Carnitine flytur fitu inn í frumur líkamans til að auðveldara sé að brenna henni sem orku. Rannsóknir sýna að Carnitine er sérlega áhrifaríkt við að brenna kviðfitu. flýtir einnig endurheimtum (recovery) eftir æfingar. Fleiri kostir 1: Eykur úthald. 2: Örvar fitubrennslu. 3: Fyrirbyggir vöðvaniðurbrot. 4: Heldur jafnvægi á blóðsykri. 5: Hefur jákvæð áhrif á einbeitingu og minni. Grænt te eykur grunnbrennslu líkamans ásamt því að vera vatnslosandi. Fleiri kostir 1: Öflugt andoxunarefni. 2: Styrkir hjarta og æðakerfi. 3: Styrkir ónæmiskerfið og minnkar líkur á flensu. Beta alanine eykur úthald og styrk. Fleiri kostir 1. Blokkerar mjólkursýru. 2. minnkar vöðvapreytu. 3. Flýtir endurheimtum (recovery) eftir hreyfingu.“*

Í svari félagsins við erindi Neytendastofu kom fram að kynningarefni með fullyrðingunum hafi verið tekið úr umferð eftir að ábendingar bárust frá Matvælastofnun um að sækja þyrfti um leyfi til að nota slíkar fullyrðingar og að engar slíkar auglýsingar hafi verið í gangi síðan í lok mars 2018. Skoðun Neytendastofu hefur þó leitt í ljós að umræddar fullyrðingar sé enn að finna á t.d. Facebook síðu félagsins og á Instagram reikningnum ripped.is. Fitness Sport hefur við meðferð málsins ekki lagt fram nein gögn til að færa sönnur á umræddar fullyrðingar og eru þær því ósannaðar, sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Að því virtu telur Neytendastofa að ofangreindar fullyrðingar veiti rangar upplýsingar um helstu einkenni vörunnar. Þá telur Neytendastofa að upplýsingarnar séu líklegar til að valda því að hinn almenni neytandi sem auglýsingarnar beinast að, taki viðskiptaákvörðun sem hann myndi ekki annars hafa tekið. Þá eru fullyrðingarnar líklegar til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Fitness sport hefur því brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., b. liðar 1. mgr. 9. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 með birtingu þeirra í markaðssetningu félagsins.



Næst verður fjallað um eftirfarandi fullyrðingu í markaðssetningu Fitness Sport á orkudrykknum Ripped:

*„Ripped orkudrykkurinn orðinn söluhæsti drykkurinn á landinu“*

Í svari félagsins við erindi Neytendastofu kom fram að fullyrðingin væri byggð á sölutölum stærstu stórmarkaðskeðja landsins og Nielsen tölum Gallup. Fitness Sport gæti þó ekki framvísað sölutölum og að Nielsen tölur Gallup væru eitthvað sem Neytendastofa ætti að hafa greiðan aðgang að. Líkt og Neytendastofa benti á í bréfi sínu til Fitness Sport þá bera fyrirtæki samkvæmt skýru orðalagi 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 sönnunarbyrði fyrir þeim fullyrðingum sem fram koma í markaðssetningu þeirra. Fitness Sport hefur ekki lagt fram nein gögn til að færa sönnur á umrædda fullyrðingu og er hún því ósönnuð, sbr. 4. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Fullyrðingin felur í sér samanburð við aðra drykki og er því um samanburðarauglýsingu að ræða í skilningi 1. mgr. 15. gr. laga nr. 57/2005. Neytendastofa telur að upplýsingarnar séu líklegar til að valda því að hinn almenni neytandi sem auglýsingarnar beinast að, taki viðskiptaákvörðun sem hann myndi ekki annars hafa tekið og sé því villandi. Þá er fullyrðingin líkleg til að raska verulega fjárhagslegri hegðun neytenda. Fitness Sport hefur því brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., f. liðar 1. mgr. 9. gr., a. liðar 2. mgr. 15. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005 með birtingu fullyrðingarinnar í markaðssetningu félagsins.

Neytendastofa telur rétt með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005 að banna Fitness Sport ehf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti og beinir þeim fyrirmælum til fyrirtækisins að fjarlægja þær auglýsingar sem innihalda ofangreindar fullyrðingar af þeim samfélagsmiðlum þar sem fullyrðingunum hefur verið komið á framfæri.

#### IV.

#### Ákvörðunarorð:

**„Fitness Sport ehf., Skógarhlíð 5, Hafnarfirði, hefur með birtingu fullyrðinganna „Koffein eykur orku og einbeitingu. Carnitine flytur fitu inn í frumur líkamans til að auðveldara sé að brenna henni sem orku. Rannsóknir sýna að Carnitine er sérlega áhrifaríkt við að brenna kviðfitu. flýtir einnig endurheimtum (recovery) eftir æfingar. Fleiri kostir 1: Eykur úthald. 2: Örvar fitubrennslu. 3: Fyrirbyggir vöðvaniðurbrot. 4: Heldur jafnvægi á blóðsykri. 5: Hefur jákvæð áhrif á einbeitingu og minni. Grænt te eykur grunnbrennslu líkamans ásamt því að vera vatnslosandi. Fleiri kostir 1: Öflugt andoxunarefni. 2: Styrkir hjarta og æðakerfi. 3: Styrkir ónæmiskerfið og minnkar líkur á flensu. Beta alanine eykur úthald og styrk. Fleiri kostir 1. Blokkerar mjólkursýru. 2. minnkar vöðvaþreytu. 3. Flýtir endurheimtum (recovery) eftir hreyfingu.“ brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., b. liðar 1. mgr. 9. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu.**



Fitness Sport ehf. hefur með birtingu fullyrðingarinnar „*Ripped orkudrykkurinn orðinn söluhæsti drykkurinn á landinu*“ brotið gegn ákvæðum 4. mgr. 6. gr., f. liðar 1. mgr. 9. gr., a. liðar 2. mgr. 15. gr. og 1. mgr. 8. gr., sbr. 5. 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 Fitness Sport ehf. að viðhafa ofangreinda viðskiptahætti. Bannið tekur gildi frá dagsetningu ákvörðunar þessarar. Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.

Með vísan til 2. mgr. 21. gr. b. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, beinir Neytendastofa þeim fyrirmælum til Fitness Sport ehf. að fjarlægja auglýsingar sem innihalda fullyrðingarnar af samfélagsmiðlum þar sem fullyrðingunum hefur verið komið á framfæri innan tveggja vikna frá dagsetningu ákvörðunar þessarar. Verði ekki farið eftir fyrirmælunum má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir á grundvelli IX. kafla laga nr. 57/2005.“

Neytendastofa, 28. september 2018

Tryggvi Axelsson  
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir