



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 6/2011

Auglýsingar Taco Bell með yfirskriftinni *Burt með brauðið*

I.

Erindið

Neytendastofu barst erindi Íslensk-ameríska verslunarfélagsins hf., dags. 5. mars 2010, þar sem kvartað er yfir auglýsingum Taco Bell, sem rekið er af KFC ehf., með yfirskriftinni *Burt með brauðið*.

Í bréfinu segir að Taco Bell sé alþjóðleg skyndibitakeðja sem starfi hérlandis. Á matseðli staðarins séu ýmsir mexíkóskir réttir, s.s. tortillur, fajitur o.fl. Um sé að ræða hveitikökur með ýmsu meðlæti, sem séu skv. almennum málskilningi brauð eða brauðmeti.

Taco Bell hafi nýverið hafið auglýsingaherferð í sjónvarpi, blöðum og á Internetinu sem beri yfirskriftina *Burt með brauðið*. Í auglýsingunum segi m.a.:

„Langar þig í fitusnaðari rétti hjá TACO BELL? Pantaðu hvaða rétti sem er „Fresco style“ og þá skiptum við út ostinum og sósunum fyrir Fiesta salsa, bragðgóða blöndu af tómötum, laukum og kórianderlaufum“.

Osti og sósu sé þannig skipt út fyrir Fiesta salsablöndu í þeim tilgangi að minnka fitumagn. Herferðin virðist með öðrum orðum ekkert koma brauði við þrátt fyrir að hún beri yfirskriftina *Burt með brauðið*. Auglýsingarnar séu því villandi fyrir neytendur.

Íslensk-ameríska bendir á að mikil samkeppni ríki á skyndibitamörkuðum. Flestir skyndibitastaðir bjóði upp á brauð, t.d. hamborgarastaðir og samlokustaðir. Auglýsingunum sé augljóslega beint gegn þessum keppinautum fyrirtækisins, í þeim tilgangi að auka sölu á vörum Taco Bell á kostnað keppinautanna. Þá hafi slíkar auglýsingaherferðir að auki bein áhrif á sölu Íslensk-ameríska og annarra á brauðmeti.



Íslensk-ameríska telur auglýsingar Taco Bell annars vegar villandi fyrir neytendur þar sem brauðmagn sé óbreytt hjá Taco Bell í Fresco réttum af matseðli og hins vegar ósanngjarnar í garð keppinauta Taco Bell og annarra íslenskra fyrirtækja sem hagsmuni hafi af brauði.

Að mati Íslensk-ameríska brjóti auglýsingar Taco Bell gegn ákvæði 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, auk ákvæða a. og b. liða 1. mgr. 9. gr. og 14. gr. sömu laga. Þá er farið fram á að Neytendastofa rannsaki sjálfstætt hvort auglýsingarnar brjóti gegn öðrum ákvæðum laganna.

Þess er krafist að Neytendastofa banni birtingu auglýsinganna í öllum miðlum að viðlögðum dagsektum.

II. Málsmeðferð

1.

Erindi Íslensk-ameríska var sent Taco Bell til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 17. mars 2010. Í bréfinu kom fram að auk ákvæða 2. mgr. 6. gr., a. og b. liða 1. gr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005 teldi Neytendastofa ákvæði 5. gr. sömu laga geta komið til álita í málinu.

Svar Taco Bell barst Neytendastofu með tölvubréfi, dags. 30. júní 2010. Í bréfinu segir að Taco Bell hafni því að hveitikökur séu skv. almennum málskilningi brauð. Hveitikökur og maískökur, einnig kallaðar tortillur, hafi ekki fallið undir brauð samkvæmt almennum málskilningi.

Á þessum tíma hafi Taco Bell auglýst hollan skyndibita undir yfirskriftinni *Burt með brauðið*. Fjöldi einkapjálfa hafi tjáð sig um mataræði og bent á að með því að minnka brauðát, fitu og gosdrykki náist verulegur árangur og sé brauðið einna skæðast þar á meðal því flest sem sé fljótlegt sé sett saman að mestu úr brauði. Hvort sem hveitikaka teljist brauð eða ekki sé það í mun minna hlutverki í réttum Taco Bell en samloku pizza- eða hamborgarastaða ásamt því sem fituinnihald sé mun minna og í tilboði Taco Bell var boðið upp á sódavatn með.

Samkvæmt öllum útreikningum hafi því verið boðið upp á samsetningu á réttum sem voru með lægra kolvetnisinnihald og fituinnihald en flest annað sem bauðst á markaðnum í almennum skyndibita. Þó svo að þeir réttir sem Taco Bell hafi auglýst gangi út á að sleppa osti og sósu og fá þess í stað ferskt salsa, hafi það ekkert með yfirskrift auglýsinganna að gera heldur hafi fituinnihald verið minnkað með þeirri aðferð. Almennt náist árangur þeirra sem vilji grenna sig ef brauðát minnki yfir daginn samkvæmt ráðleggingum þjálfara og næringarfræðinga. Þannig séu réttir Taco Bell frábrugðnir öðrum skyndibitaréttum.



Sú umkvörtun að Taco Bell vilji auka sölu á kostnað keppinauta er að mati fyrirtækisins sérkennileg því það sé eðli markaðarins í öllum tilvikum. Allir vilji selja meira og það sé ekki hægt nema á kostnað samkeppninnar. En auglýsingarnar hafi engu að síður ekki verið villandi eða ósanngjarnar.

Íslensk-ameríska haldi því fram að auglýsingarnar séu villandi því brauðmagn í réttum Taco Bell hafi ekki verið lækkað. Hvergi í auglýsingunum sé sagt að brauðmagn hafi verið lækkað hjá Taco Bell. Skýrt sé að átt hafi verið við að Taco Bell væri frábrugðið öðrum skyndibitaréttum hvað brauðinnihald varði og ætti það ekki að fara fram hjá neinum. Hvort sem hveiti- og maískökur teljist brauð eða ekki.

Ekki sé ósanngjarnt gagnvart öðrum sem hagsmuni hafi af brauðsölu að segja *Burt með brauðið*. Hvergi sé sagt í auglýsingunum af hverju brauðið skuli burt og ekkert ósatt eða slæmt sé sagt um brauð. Ótal auglýsingar bendi fólki á að sleppa hvítum sykri og að vara auglýsanda innihaldi ekki hvítan sykur eða að fólk geti forðast transfitu og MSG með notkun þeirra vara.

Taco Bell telur auglýsingarnar á engan hátt villandi eða blekkjandi og ekki sé skírskotað til óviðkomandi mála.

Þá segir í bréfi Taco Bell að auglýsingarnar hafi eingöngu verið birtar í sex vikur og því tímabili hafi verið lokið þegar kvörtun Íslensk-ameríska barst. Ekki sé ráðgert að birta auglýsingarnar aftur.

2.

Bréf Taco Bell var sent Íslensk-ameríska til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 5. ágúst 2010. Svar barst með bréfi, dags. 18. ágúst 2010.

Í bréfinu segir að tortillur og fajitur á matseðli Taco Bell séu brauð- eða brauðmeti að mati Íslensk-ameríska. Til séu margar tegundir af brauði og brauðmeti. Þannig séu naanbrauð indversk brauðtegund, baguette frönsk brauðtegund, pítur grísk brauðtegund, flatbrauð íslensk brauðtegund og tortillur/fajitur mexíkósk brauðtegund. Brauðin séu mismunandi að gerð, þykkt og lögun, en engu að síður séu þau öll brauð. Hvorki þykkt né það hvort brauðið sé gert úr hveiti eða maís hafi áhrif á það hvort tortillur/fajitur teljist brauð.

Í bréfi Íslensk-ameríska segir að í svari Taco Bell hafi verið viðurkennt að auglýsingaherferðinni hafi verið beint gegn keppinautum í þeim tilgangi að afla viðskipta á þeirra kostnað. Auglýsingaherferðin hafi verið mjög líkleg til að villa um fyrir neytendum annars vegar vegna þess að breytingar á matseðli Taco Bell snéru að sósu og osti, en ekki brauði, og hins vegar



vegna þess að auglýsingaherferðin spilaði inn á rangar og óvísindalegar kenningar um skaðleg áhrif brauðneyslu, sem gangi þvert gegn skoðun fagaðila á borð við Lýðheilsustofnun, Landlækni o.fl. Herferðin hafi í senn verið til þess fallin að hafa skaðleg áhrif á keppinauta Taco Bell og framleiðendur brauðs. Meðal annars hafi verið vegið að grunnstoðum Myllunnar, sem Íslensk-ameríska rekur. Um 80% af framleiðslu Íslensk-ameríska sé grófmeti, sem þyki afar heilsusamlegt. Því telji Íslensk-ameríska ljóst að auglýsingar Taco Bell um að brauðneysla sé óheilsusamleg séu bæði ósanngjarnar og villandi.

Í bréfinu er ítrekað að yfirlýsing auglýsinganna hafi verið *burt með brauðið* án þess að brauðmagn hafi minnkað í réttum á matseðli. Með réttu hefði yfirskrift auglýsingaherferðarinnar átt að snúa að sósu eða osti, en ekki brauði. Auglýsingarnar hafi verið til þess fallnar að villa um fyrir almennum neytendum og hafa áhrif á val þeirra á skyndibita. Þá telji Íslensk-ameríska í meira lagi undarlegt að Taco Bell auglýsi að réttir fyrirtækisins séu heilsusamlegri en brauðréttir keppinauta, þar sem með réttum á matseðli Taco Bell fylgi fitandi sósur, ostur, flögur og gos. Loks telji Íslensk-ameríska staðhæfingar Taco Bell um skaðsemi brauðneyslu fráleitar. Í bréfi Taco Bell sé brauð sett í sama hollustuflokk og fita og gosdrykkir. Fullyrðingarnar séu ekki studdar neinum gögnum um skaðsemi brauðneyslu. Hið eina sem Taco Bell bendi á máli sínu til stuðnings séu staðhæfingar ónafngreindra einkaþjálfara.

Vísindarannsóknir um brauðneyslu bendi til þess að regluleg og hófleg brauðneysla sé hvorki fitandi né heilsuspillandi. Þvert á móti geti það haft alvarlegar heilsufarslegar afleiðingar ef kolvetni er algerlega sleppt úr fæðuvali. Þá sé rétt að benda á að einkaþjálfarar eru almennt ekki menntaðir til að meta langtímaáhrif kolvetnisskorts. Algengt sé að þeir mæli með þeim megrunarkúrum sem séu í tísku hverju sinni, án þess að huga að langtímaafleiðingum. Í bréfinu er farið ítarlega yfir helstu staðreyndur um áhrif brauðneyslu, í fimm tölulíðum með vísan til ýmissa rannsókna og skýrslna.

Staðhæfingar Taco Bell um skaðleg áhrif brauðneyslu séu í senn órökstuddar og ósannaðar. Skv. gögnum frá embætti Landlæknis, Lýðheilsustöð og evrópskum og bandarískum heilsuverndarsamtökum og –stofnunum sé regluleg og hófleg neysla brauðmetis bæði nauðsynleg og heilsuþætandi. Með auglýsingum sínum hafi Taco Bell nýtt sér óvísindalegar kenningar um skaðleg áhrif brauðneyslu til að hafa áhrif á val neytenda. Auglýsingarnar hafi skaðað í senn keppinauta Taco Bell og hérlenda framleiðendur.

3.

Með bréfi Neytendastofnu, dags. 20. ágúst 2010, var Taco Bell sent bréf Íslensk-ameríska til umsagnar. Svar barst með tölvubréfi, dags. 25. ágúst 2010. Í bréfinu er því hafnað að um sé að ræða ófullnægjandi eða villandi upplýsingar, auk þess sem því er hafnað að um



samanburðarauglýsingar sé að ræða. Hvorki sé vísað beint eða óbeint til keppinauta né vöru keppinauta.

Í auglýsingunum sé ekkert slæmt sagt um brauð auk þess sem brauð sé ekki samkeppnisvara, þar sé um að ræða vöruflokk eins og t.d. sykur, MSG, áfengi eða tóbak. Enginn færi að segja að auglýsingar sem segðu „Burt með sykurrinn“ væru árás á sykurframleiðendur og málflutningur í þá veru væri fáránlegur. Þar væri einnig hægt að hártoga um hvað væri sykur.

Í bréfinu segir að hvað varði þá athugasemd að fullyrðingin standist ekki þar sem brauðmagn hafi ekki minnkað í réttunum sé því aldrei haldið fram í auglýsingunum að brauðmagn hafi verið minnkað, enda sé ekkert brauð í réttunum. Þá verði ekki fram hjá því litið að umrætt innihaldsefni sé ekki brauð skv. almennum skilningi þess orðs. Og þó svo að tortillur teldust brauð, sé minna um slíkt í réttum Taco Bell en í flestum skyndibitaréttum. Auglýsingunum hafi verið ætlað að benda á að hægt sé að fá skyndibita án þess að uppistaða réttarins sé brauð. Það sé svo ákvörðun neytandans hvort hann vilji brauð í matinn eða ekki og hvort hann telji hveitikökur og/eða maískökur vera brauð. Í auglýsingunum sé hvergi sagt að brauð sé óheilsusamlegt. Það séu aðrir aðilar sem haldi uppi slíkum áróðri og Íslensk-ameríska ætti að snúa sér að þeim.

Ekki sé rétt að Taco Bell setji brauð í heilsuflokk með fitu og gosdrykkjum því með þeim ummælum í síðasta bréfi Taco Bell hafi verið vitnað til orða þriðja aðila, sem séu auglýsingunum óviðkomandi. Hvað varði rök fyrir þeim fullyrðingum er í bréfinu bent á að best sé að ræða við þá einkaþjálfara og næringarfræðinga sem haldið hafi því fram. Taco Bell hafi hvergi haldið þessu fram.

Gerð er athugasemd við að vitnað sé til greinar á ensku af Wikipedia um íslenskar málvenjur sérstaklega þar sem í greininni sé ekki talað um brauð og notkun orðsins í íslensku máli.

Í umræddum auglýsingum sé ekki reynt að afvegaleiða neytendur með nokkrum hætti. Þá verði ekki séð að setningin „burt með brauðið“ feli í sér brot á lögum eins og Íslensk-ameríska haldi fram. Hugmyndir þar um séu langsóttar og í raun fráleitar.

Ítrekað er að birtingu auglýsinganna hafi verið hætt áður en kvörtun Íslensk-ameríska barst Neytendastofu og ekki sé á dagskrá að birta þær aftur.

4.

Bréf Taco Bell var sent Íslensk-ameríska til upplýsinga með bréfi Neytendastofu, dags. 30. ágúst 2010. Aðilum málsins var jafnframt tilkynnt að gagnaöflun þess væri lokið. Með bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.



III. Niðurstaða

1.

Í máli þessu kvartar Íslensk-ameríska ehf. yfir auglýsingum Taco Bell, sem rekið er af KFC ehf., með yfirskriftinni *Burt með brauðið*. Telur Íslensk-ameríska að Taco Bell hafi með birtingu auglýsinganna, brotið gegn ákvæðum 2. mgr. 6. gr., a. og b. lið 1. mgr. 9. gr. og 14. gr. laga nr. 57/2005, um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningu, enda séu þær annars vegar villandi fyrir neytendur þar sem brauðmagn sé óbreytt á auglýstum réttum og hins vegar ósanngjarnar í garð keppinauta Taco Bell og annarra íslenskra fyrirtækja sem hafi hagsmuni af sölu og eða framleiðslu brauðs þar sem gefið sé í skyn að brauðneysla sé óholl. Af hálfu Taco Bell er því hafnað að auglýsingarnar brjóti gegn ákvæðum laganna.

Í bréfi Neytendastofu, dags. 17. mars 2010, var vakin athygli á því að stofnunin teldi ákvæði 5. gr. laga nr. 57/2005 einnig geta komið til álita í málinu.

Taco Bell hefur í gögnum málsins ítrekað bent á að auglýsingarnar hafi verið teknar úr birtingu áður en kvörtun barst Neytendastofu og að ekki sé fyrirhugað að birta þær aftur. Við skoðun Neytendastofu á vefsíðu Taco Bell, tacobell.is, kom hins vegar í ljós að á vefsíðunni er kynning á átakinu og þar birt ein þeirra auglýsinga sem kvartað hefur verið yfir. Neytendastofa telur því nauðsynlegt að taka ákvörðun í málinu.

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 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.“

Núgildandi 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005 kemur í stað og er efnislega samhljóða 2. mgr. 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 en í greinargerð með því ákvæði segir að upplýsingar sem fram komi



í auglýsingum eða með öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.

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. Í erindi Íslensk-ameríska er vísað sérstaklega til ákvæða a. og b. liðar 1. mgr. 9. gr. Þar segir að átt sé við rangar upplýsingar um:

„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,“

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.

3.

Yfirskrift auglýsinga Taco Bell sem kvartað er yfir í máli þessu er *Burt með brauðið*. Í auglýsingunum eru kynntir réttir sem Taco Bell kallar Fresco og felast í því að osti og sósu sé skipt út fyrir „Fiesta salsa, bragðgóða blöndu af tómötum, lauk og kóríanderlaufum“. Óháð því hvort tortillur geti talist brauð eða ekki er ekki að sjá að með Fresco réttum sé verið að minnka brauðmagn eða ígildi þess í réttum Taco Bell. Neytendastofa fær því ekki séð hvaða tengingu yfirskrift auglýsinganna hefur við efni hennar.

Með yfirskriftinni *Burt með brauðið*, sem enga tengingu hefur við annað efni auglýsinganna, þykir Neytendastofu sýnt að vísað sé til vöru keppinauta. Þá hefur í gögnum málsins einnig komið fram að tilgangur auglýsinganna hafi verið að vísa til brauðmagns í öðrum skyndibita. Af hálfu Taco Bell hefur því verið haldið fram að brauð sé óhollt og vísað til þess að það sé álit



margra einkapjálfara. Íslensk-ameríska hefur hins vegar bent á ráðleggingar Lýðheilsustöðvar og Landlæknisembættisins um að ráðlegt sé að neyta grófs brauðs í hóflegu magni á hverjum degi.

Eins og áður segir telur Neytendastofa yfirskrift auglýsinganna *Burt með brauðið* ekki hafa tengingu við efni þeirra og virðist tilgangur yfirskriftarinnar vera sá einn að draga úr neyslu brauðs. Stofnunin telur fullyrðinguna því ósanngjarna gagnvart neytendum og keppinautum Taco Bell þar sem skírskotað er til óviðkomandi mála, sbr. 2. mgr. 6. gr. laga nr. 57/2005. Af sömu ástæðu og þar sem neytendum er talin trú um að brauðmagn réttanna hafi minnkað þegar svo er ekki, telur Neytendastofa auglýsingarnar villandi gagnvart neytendum þar sem veittar séu rangar upplýsingar um helstu einkenni vörunnar, sbr. b. liður 1. mgr. 9. gr. sömu laga. Þá telur stofnunin auglýsingarnar ósanngjarnar gagnvart keppinautum, sbr. 14. gr. laganna, þar sem með henni sé gefið í skyn að brauð sé almennt óhollt þrátt fyrir ráðleggingar þar til bærri stjórnvalda um að dagleg neysla grófs brauðs sé holl.

Ákvæði 9. og 14. gr. laga nr. 57/2005 eru í III. og V. kafla laganna. Því er einnig um að ræða brot gegn ákvæði 5. gr. sömu laga.

IV.

Ákvörðunarorð:

„KFC ehf., Garðahrauni 2, Garðabæ, rekstraraðili Taco Bell, hefur með birtingu auglýsinga með yfirskriftinni *Burt með brauðið* brotið gegn ákvæðum 5. gr., 2. mgr. 6. gr., b. lið 1. mgr. 9. gr. og 14. 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, er KFC ehf. bönnuð birting auglýsinganna. Bannið tekur gildi einni viku frá dagsetningu ákvörðunarinnar. Skal félagið innan þess tíma fjarlægja auglýsingu af vefsíðu félagsins tacobell.is.

Verði ekki farið að banninu má búast við að tekin verði ákvörðun um sektir sbr. IX. Kafla laga nr. 57/2005.“

Neytendastofa, 17. mars 2011

Tryggvi Axelsson
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir