



NEYTENDASTOFA

Ákvörðun nr. 2/2011

## **Auglýsingar Artasan ehf. á Nicotinell Fruit nikótíntyggigúmmí**

### **I. Erindið**

Neytendastofu barst erindi Vistor hf. með bréfi dags. 23. júní 2011. Þar er kvartað yfir tveim auglýsingum Artasan ehf. á Nicotinell Fruit nikótíntyggigúmmí sem birtust í Fréttablaðinu 23. júní 2011 undir fyrirsögnunum:

*„Það er ódýrara að nota Nicotinell Fruit heldur en að reykja“ og „Nicotinell Fruit – Ódýrara!“.*

Óskað sé eftir mati á því hvort auglýsingarnar standist lög um auglýsingar og réttmæta viðskiptahætti.

Ekki sé gerð athugasemd við orðalag fyrri auglýsingarinnar, *„Það er ódýrara að nota Nicotinell Fruit heldur en að reykja“*. Hins vegar sé bent á þátt auglýsingarinnar í að styðja við vörumerkið Nicotinell og þar með að auka áhrif auglýsingarinnar *„Nicotinell Fruit – Ódýrara“* en þar er verð Nicotinell Fruit borið saman við verð Nicorette Fruitmint nikótíntyggigúmmís.

Það sé rétt að verðlagning á Nicotinell Fruit sé í öllum pakkningastærðum lægri en sambærilegar pakkningar Nicorette Fruitmint. Sjáist það bæði þegar verð pr. pakkningu sé skoðað sem og einnig þegar verð á hverju stykki tyggigúmmís sé skoðað.

Það sé hins vegar óréttmætt og villandi að setja auglýsinguna fram með þeim hætti sem gert er. Ekki sé tekið fram hvort verðkönnunin hafi verið gerð af óháðum aðila og gögn lögð fram því staðfestingar. Því megi ætla að fyrirtækið hafi sjálft staðið að könnuninni en slíkt dragi hlutlægni könnunarinnar mjög í efa.



Ekki sé verð hvers apóteks fyrir sig gefið upp og órekjanlegt um hvaða apótek sé að ræða þar sem framsetningin sé einungis apótek 1 – 14.

Ekki komi fram verð í auglýsingunum, einungis prósentur sem sé afar villandi framsetning þar sem 1% þurfi ekki að endurspeglar meira en 0,35 kr. verðmun. Hver króna í verðmun telji afar fljótt í prósentum.

Artasan hafi auglýst tilboðsverð á Nicotinell nikótínbyggigúmmí í maí en ekki sé hægt að lesa úr auglýsingunni hvort um sé að ræða fullt verð apóteka eða hugsanlegt tilboðsverð.

Verðkönnunin sem vitnað sé til sé einungis gerð á Nicotinell Fruit og Nicorette Fruitmint. Þrátt fyrir það upphefji hún vörumerkið Nicotinell enda birt við hliðina á annarri Nicotinell auglýsingu með fyrisögninni „Það er ódýrara að nota Nicotinell Fruit heldur en að reykja!“. Tvær auglýsingar Nicotinell hlið við hlið með sterka tengingu við lágt/lægra verð gefi sterk skilaboð og jafnvel þó Fruit sé nefnt í auglýsingunum sé hætt við að fólk dragi þá ályktun að Nicotinell lyfjatyggigúmmí sé almennt á lægra verði en Nicorette lyfjatyggigúmmí. Svo sé hins vegar alls ekki.

Rétt sé að allar aðrar bragðtegundir Nicotinell séu á herra verði en sambærilegar bragðtegundir Nicorette og muni þá oft allmiklu þegar verð pr. stk. sé skoðað.

Óskað sé eftir mati Neytendastofu á framangreindum auglýsingum, með tilliti til þess hvort um óréttmætar, rangar, ófullnægjandi eða villandi upplýsingar sé að ræða. Auk þess hvort auglýsingarnar séu ósanngjarnar gagnvart keppinautum og neytendum vegna forms þeirra þ.e. framsetningu verðkönnunarinnar, að ekki sé hægt að rekja verð til einstakra apóteka og að upplýsingarnar séu settar fram í prósentum en ekki raunverulegu verði vörunnar.

## **II. Málsmeðferð**

### **1.**

Erindi Vistor var sent Artasan til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 4. júlí 2011. Var þess getið að í erindinu væri ekki vísað til lagagreina, en að mati Neytendastofu kæmu 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 8. gr., 9. gr. d liður, 14. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningar til álita í málinu. Svar Artasan er dagsett 12. júlí 2011. Þar segir að sú verðkönnun sem Neytendastofa hafi til skoðunar hafi verið svar við auglýsingum Vistor á Nicorette sem birst hafi frá áramótum. Auglýsing á Nicorette Fruitmint geti valdið misskilningi



hjá neytendum um það hvaða lyfjatyggigúmmí sé ódýrast. Kvörtun Vistor sé því þversögn á það sem fyrirtækið geri sjálf í markaðsstarfi.

Verðkönnunin var undirbúin og framkvæmd af starfsfólki Artasan sem jafnframt hafi heimsótt öll apótekin nema tvö, Apótek Vesturlands og Akureyrar apótek. Vörurnar hafi verið skannaðar á kassa af starfsfólki apóteka til þess að sjá hvert verðið væri. Vistor hafi framkvæmt svipaða könnun en þó ekki eins ítarlega. Niðurstöður hennar hafi verið þær sömu og hjá Artasan. Ekki hafi sú könnun verið gerð af óháðum aðila og því væri alveg eins hægt að draga hlutlægni þeirrar könnunar í efa.

Ástæða þess að gefin séu upp númer fyrir apótek í stað nafns sé sú að markmiðið hafi verið að benda á þá einföldu staðreynd að sama í hvaða apóteki neytendur keyptu þá reyndist Nicotinell Fruit ódýrara. Hversu mikill verðmunur hafi verið í hverju apóteki fyrir sig eða hvaða apótek hafi verið ódýrast hafi ekki verið aðalatriðið því hafi verið ákveðið að birta bara apótek 1 – 14 og hafa svo nöfnin á öllum apótekunum fyrir neðan.

Verð í hverju einstöku apóteki hafi ekki verið birt af sömu ástæðu. Verðmunur per tyggjó sé lítill í krónum talið en þegar hver pakki innihaldi allt að 204 – 210 stk. þá sé munurinn talsverður og að mati Artasan hafi verið einfaldara að sýna neytendum hver sparnaðurinn sé í prósentum.

Artasan staðfestir að fyrirtækið hafi verið með sumartilboð á Nicotinell Icemint og boðið 15% afslátt. Hins vegar sé aðalatriðið að Artasan hafi ekki boðið nein tilboð á Nicotinell Fruit því stefna fyrirtækisins sé að sú bragðtegund sé ávallt ódýrust án tilboða eða afslátta. Í verðkönnuninni hafi eingöngu verið tekið verð í apótekunum sem hafi ekki verið með afslætti eða tilboð á Nicotinell Fruit og Nicorette Fruitmint og ávallt hafi verið notast við verð á kassa þegar varan hafi verið skönnuð inn.

Í báðum auglýsingunum sé eingöngu talað um Nicotinell Fruit og engar aðrar bragðtegundir eða lyfjaform. Það komi skýrt fram að Nicotinell Fruit sé ódýrara samanborið við Nicorette Fruitmint annars vegar og sígarettur hinsvegar. Á engan hátt sé verið að reyna að rugla neytendur með því að hafa myndir af öðrum pakkningum eða lyfjaformum því einungis sé mynd af Nicotinell Fruit pakkningu í báðum auglýsingum. Í báðum auglýsingum sé skýrt tekið fram aðeins sé verið að tala um Nicotinell Fruit. Hvergi sé sagt í auglýsingunum að Nicotinell sé ódýrara en Nicorette. Aðeins að Nicotinell Fruit sé ódýrara en Nicorette Fruitmint.

Tekið sé fram í auglýsingunum hvenær verðkönnunin hafi verið framkvæmd og í hvaða apótekum. Einungis sé minnst á niðurstöður þessarar tilteknu verðkönnunar og séu engar fullyrðingar um hver verðmunurinn sé á öðrum tíma.



## 2.

Bréf Artasan var sent Vistor til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 21. júlí 2011. Svar fyrirtækisins er dags. 3. ágúst 2011. Þar segir m.a. að umrædd auglýsing Artasan geti engan veginn hafa verið svar við auglýsingum Nicorette sem birt hafi verið í glugga Lyfjavers og hafi sú auglýsing verið sett upp í lok maí 2011. Plaköt með sambærilegum skilaboðum höfðu birst í gluggum eða plakastöndum einstakra apóteka í apríl 2011.

Janúarherferð Nicorette hafi snúist um nýtt lyfjaform Nicorette, Nicorette Freshdrops munnsogstöflur. Nicorette hafi ekki birt neinar auglýsingar í fjölmiðlum á þessu ári sem innihaldi skilaboðin „Nicorette Fruitmint, ódýrasta Nicorette lyfjatyggigúmmíð“ né heldur hafi verið lögð áhersla verð á öðrum vettvangi en í apótekum. Umræddar auglýsingar Nicorette hafi einungis verið birtar sem auglýsingar í apótekum frá því í apríl 2011.

Artasan hafi hins vegar lagt áherslu á verð í auglýsingum sínum allt árið 2011.

Hið rétta í málinu sé að skilaboð Nicorette „Nicorette Fruitmint, ódýrasta Nicorette lyfjatyggigúmmíð“ sem einungis hafi verið sett fram með auglýsingum í apótekum sé svar Nicorette við endalausri verðáherslu Nicotinell og tilraunum Artasan til þess að skapa þá ímynd að Nicotinell sé ódýrara nikótínlyf en slíkt sé alls ekki raunin.

Verðkönnun sú sem send hafi verið Neytendastofu með bréfi fyrirtækisins dags. 23. júní 2011 hafi verið hluti af mánaðarlegri verðkönnun Vistor til að fylgjast með verðþróun. Skýrt hafi verið tekið fram að ekki hafi verið um óháða könnun að ræða. Þessar verðkannanir hafi almennt ekki verið notaðar í markaðssetningu á Nicorette.

## 3.

Bréf Vistor var sent Artasan til umsagnar með bréfi Neytendastofu, dags. 15. ágúst 2011. Þar sem ekkert svar barst var bréfið ítrekað með bréfi Neytendastofu til fyrirtækisins, dags. 29. september 2011. Ekkert svar hefur borist Neytendastofu.

Með bréfi Neytendastofu til málsaðila, dags. 10. nóvember 2011, var tilkynnt að gagnaöflun í málinu væri lokið. Bréfinu fylgdi listi yfir gögn málsins.



### III. Niðurstaða

#### 1.

Í máli þessu kvartar Vistor yfir dagblaðsauglýsingum Artasan á Nicotinell Fruit nikótínbyggigúmmí með fyrirsögnunum: „*Það er ódýrara að nota Nicotinell Fruit heldur en að reykja*“ og „*Nicotinell Fruit – Ódýrara!*“. Ekki er gerð athugasemd við fyrri fullyrðinguna sem slíka en kvartað yfir því að fullyrðingin styðji vörumerkið Nicotinell og þar með auki það áhrif auglýsingarinnar sem geti valdið því að neytendur dragi þá ályktun að Nicotinell sé almennt á lægra verði en Nicorette sem ekki sé raunin. Rétt sé að verð á Nicotinell Fruit sé í öllum pakkastærðum lægri en sambærilegar pakkningar Nicorette Fruitmint. Það sé hins vegar óréttmætt og villandi að taka ekki fram hvort verðkönnun sem auglýsingarnar byggja á sé gerð af óhlutdrægum aðila. Veki það grun um að könnunin sé gerð af fyrirtækinu sjálfu. Ekki sé hægt að rekja hvaða apótek sé hvað og einungis prósentur gefnar upp sem sé afar villandi.

Artasan segir að Vistor hafi framkvæmt svipaða könnun og hefðu niðurstöðurnar verið þær sömu og hjá Artasan. Hafi sú könnun ekki verið gerð af óháðum aðila. Þá hafi ekki verið aðalatriði könnunarinnar hvaða apótek væri ódýrast og því ákveðið að hafa þau ekki rekjanleg í auglýsingunni. Þá hafi fyrirtækinu þótt einfaldast að sýna neytendum sparnaðinn í prósentum. Þá sé í báðum auglýsingunum aðeins talað um Nicotinell Fruit og að það sé ódýrara en samanborið við Nicorette Fruitmint annars vegar og hins vegar sígarettur.

#### 2.

Í erindi Vistors er ekki vísað til lagagreina en fram hefur komið það álit Neytendastofu að 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 8. gr., 9. gr. d liður, 14. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningar kæmu til álita í málinu.

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.

Ákvæði 2. mgr. 6. gr. laganna er svohljóðandi:

*„Auglýsingar og aðrar viðskiptaaðferðir skulu ekki vera ósanngjarnar gagnvart keppinautum eða neytendum vegna forms þeirra eða sökum þess að skirskotað er til óviðkomandi mála.“*

Í greinargerð með ákvæðinu þegar það kom fyrst fram í lögum segir að upplýsingar sem fram komi í auglýsingum eða öðrum viðskiptaaðferðum geti talist brot á ákvæðinu enda þótt þær séu efnislega réttar og sannar.



Þá segir í 4. mgr. 6. gr.:

*„Fullyrðingar sem fram koma í auglýsingum eða með öðrum hætti þarf fyrirtæki að geta fært sönnur á.“*

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 með frumvarpi til laga nr. 50/2008, 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“*

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 því ekki veita misvísandi, rangar eða villandi upplýsingar gagnvart keppinautum 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 heyra þar undir.

Með ákvæðinu var innleidd tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins nr. 97/55 um breytingu á tilskipun 84/450 varðandi villandi auglýsingar þannig að hún taki einnig til samanburðarauglýsinga. Í 7. tölul. inngangsorða tilskipunarinnar er m.a. um það fjallað að samanburðarauglýsingar geti raskað samkeppni, skaðað keppinauta og haft neikvæð áhrif á val neytenda sé skilyrðum um samanburðarauglýsingar ekki fylgt. Í þeim málum Neytendastofu þar sem reynt hefur á ákvæði 15. gr. hafa verið gerðar mjög ríkar kröfur til auglýsanda til þess að allar upplýsingar í samanburðarauglýsingum séu réttar, þær séu ekki settar fram með villandi hætti og séu viðeigandi á þeim tíma sem auglýsingin birtist.

### 3.

Í gögnum málsins kemur fram að kvartað er yfir tveim auglýsingum Artasan á Nicotinelles Fruit nikótínþyggigúmmí sem birtust Fréttablaðinu 23. júní 2011. Í annarri auglýsingunni segir: „það er ódýrara að nota Nicotinelles Fruit heldur en að reykja. Er þar borið saman meðalverð á Nicotinelles Fruit nikótínþyggigúmmí úr 14 apótekum og meðalverð á sígarettum í 8 verslunum. Í hinn auglýsingunni segir: „Nicotielles Fruit – Ódýrara“ og er þar gerður samanburður á Nicotinelles Fruit nikótínþyggigúmmí og Nicorettes Fruitmint nikótínþyggigúmmí sem kvartandi er umboðsaðili fyrir. Er samanburðurinn byggður á könnun sem gerð var að tilstuðlan Artasan.

Vistor sér ekki ástæðu til að gera athugasemd við orðalag fyrri auglýsingarinnar en sér ástæðu til að koma að athugasemdum við seinni auglýsinguna, þ.e. fullyrðinguna: „Nicotielles Fruit - Ódýrara“. Þrátt fyrir athugasemdir við auglýsinguna kemur fram í gögnum málsins að Vistor segir að rétt sé að verðlagning á Nicotinelles Fruit sé í öllum tilvikum lægri en á Nicorettes Fruitmint. Þó svo að verðkönnun sú sem hér er til athugunar sé gerð að undirlagi Vistor og þ.a.l. ekki af óvillhóllum aðila sér Neytendastofa ekki ástæðu til þess að gera athugasemd við þá framkvæmd þó svo það sé ekki tekið fram í auglýsingunni, í ljósi þess að kvartandi, Vistor, tekur undir megin niðurstöðuna, þ.e. að Nicotinelles Fruit sé ódýrara en Nicotinelles Fruitmint í öllum tilvikum. Þar að auki hefur Vistor ekki haldið því fram eða fært fyrir því rök að niðurstaða verðkönnunarinnar sé röng.

Gerð er athugasemd við það að í auglýsingunni sé aðeins gefinn verðmunur í prósentum en ekki í peningum. Slík framsetning sé villandi. Neytendastofa fær ekki séð að gefa upp verðmun í prósentum sé villandi svo fremi að uppgefin prósentu sé rétt.

Þá segir í erindinu að í verðkönnuninni sé einungis borið saman verð á Nicotinelles Fruit og Nicorettes Fruitmint. Með því sé vörumerkið Nicotinelles upphafið enda birt við hlið auglýsingar



þar sem segir: „Það er ódýrara að nota Nicotinell Fruit heldur en að reykja!“. Tvær auglýsingar hlið við hlið með sterka tengingu við lágt/lægra verð valdi því að neytendur dragi þá ályktun að Nicotinell lyfjatyggigúmmí sé almennt á lægra verði en Nicorette lyfjatyggigúmmí.

Að mati Neytendastofu kemur skýrt fram í auglýsingunum að einungis sé verið að auglýsa tegundina Nicotnelle Fruit en ekki aðrar tegundir Nicotinell nikótíntyggigúmmís. Er langsótt sú skýring að auglýsingunum sé ætlað að fá neytendur til að draga þá ályktun að allar tegundir Nicotinell nikótíntyggigúmmís séu ódýrari en sambærilegt nikótíntyggigúmmí frá Nicorette.

Skv. framansögðu er það mat Neytendastofu að framangreindar auglýsingar Artasan á Nicotnelle Fruit nikótíntyggigúmmís sé ekki brot á 5. gr., 4. mgr. 6. gr., 8. gr., 9. gr. d liðar, 14. gr. og 15. gr. laga nr. 57/2005 um eftirlit með viðskiptaháttum og markaðssetningar kæmu til álita í málinu.

#### IV.

#### Ákvörðunarorð:

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

Neytendastofa, 3. febrúar 2012

Tryggvi Axelsson  
forstjóri

Þórunn Anna Árnadóttir