

Fimmtudagurinn 13. mars 1997 kl. 14:00

91. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 5/1997

**Auglýsingar Bræðranna Ormsson ehf. um  
„mest seldu hljómflutningstæki á Íslandi“**

**I.**

**Málavextir**

**1.**

Frá því í byrjun nóvember 1996 hafa Bræðurnir Ormsson auglýst Pioneer-hljómflutningstæki í dagblöðum, sjónvarpi og á flettiskiltum. Í auglýsingunum segir m.a. að Pioneer-tækin séu „mest seldu hljómflutningstæki á Íslandi“ en í dagblaðaauglýsingum er þessu til stuðnings vísað til skoðanakönnunar Hagvangs frá því í desember 1995.

Keppinautur fyrirtækisins kvartaði til Samkeppnisstofnunar og mótmælti fullyrðingunni í auglýsingunum á þeirri forsendu að hvorki skoðanakönnunin né aðrar opinberar upplýsingar gætu gefið til kynna hvaða hljómflutningstæki væru mest seld á Íslandi.

Í framhaldi af kvörtuninni sendi Samkeppnisstofnun Bræðrunum Ormsson erindi þar sem fyrirtækinu var gefinn kostur á að koma á framfæri þeim sönnunum sem fullyrðing auglýsingarinnar byggðist á.

Svar barst frá Hagvangi hf. fyrir hönd Bræðranna Ormsson, dags. 18. nóvember 1996, þar sem með vísan til heimilistækjakönnunar Hagvangs segir:

*„Umrædd könnun var framkvæmd dagana 4.–15. desember 1995 og var úrtakið 1000 manns á aldrinum 18–67 ára af landinu öllu. Úrtakið var valið af handahófi úr þjóðskrá. Svarhlutfall var 72,4%. Við þeirri spurningu sem vísað er til í auglýsingunni bárust 618 svör, þar af 516 sem tóku afstöðu. Spurt var: Hvaða tegund af hljómflutningstækjum eruð þið (fjölskyldan) með? Af þeim*

*sem tóku afstöðu voru 22,1% sem nefndu Pioneer en 6,6% nefndu næstu tegund. Miðað við 95% marktektarmörk má því fullyrða að 18,5–25,7% séu með Pioneer hljómf lutningstæki á heimilum sínum. Miðað við sömu mörk má fullyrða að 4,5–8,7% heimila séu með hljómf lutningstæki frá næsta framleiðenda. Þarna er því um tölfræðilega vel marktækan mun að ræða milli Pioneer og annarra tegunda.“*

## 2.

Auglýsinganefnd, ráðgjafarnefnd samkeppnisráðs, ræddi m.a. auglýsingar Bræðranna Ormsson á fundi þann 21. nóvember 1996. Nefndin taldi að með skoðanakönnuninni hefði ekki verið sýnt fram á að tækin væru nú mest seldu hljómf lutningstæki á Íslandi og því villandi að auglýsa þau sem „*mest seldu*“ tækin.

Með bréfi, dags. 5. desember 1996, óskaði Samkeppnisstofnun eftir því við Bræðurna Ormsson að fyrirtækið breytti auglýsingunum t.d. í þá veru að skilgreint yrði nánar við hvaða tímabil væri miðað þegar fullyrt væri að Pioneer væru „*mest seldu hljómf lutningstæki á Íslandi*“. Þetta var gert með vísan til þess að óheimilt er að veita ófullnægjandi upplýsingar í auglýsingum sbr. 21. gr. samkeppnislaga. Bræðrunum Ormsson var gefinn kostur á að koma á framfæri athugasemdum en engar bárust.

## 3.

Með bréfi, dags. 23. janúar 1997, vakti keppinauturinn athygli Samkeppnisstofnunar á því að auglýsingar Bræðranna Ormsson væru farnar að birtast óbreyttar í sjónvarpi og að flettiskilti væri óbreytt.

Samkeppnisstofnun óskaði skýringa frá Bræðrunum Ormsson og barst svar fyrirtækisins 5. febrúar sl. þar sem sagði m.a.:

*„Ráðgjafarnefnd samkeppnisráðs telur að skoðanakönnun Hagvangs sýni ekki fram á að Pioneer hljómf lutningstæki séu mest seldu hljómf lutningstæki á þessum tímapunkti. Þetta er e.t.v. rétt, en alrangt að draga þá ályktun að þess vegna sé villandi að auglýsa „mest seldu“. Markaðsstöðulegir yfirburðir Pioneer hljómtækja eru slíkir að jafnvel fjórir næststærstu keppinautarnir samanlagðir ná ekki markaðsstöðu Pioneer, jafnvel þótt sá fimmti sé að hálfu hafður með, þegar tekið er tillit til skiptingar milli merkja... samanber nýjustu markaðskönnun Hagvangs í desember 1996...“*

*Upplýsingaöflun á Íslandi um sölu og markaðhlutdeild flestra vara er fremur frumstæð og þess vegna óeðlileg krafa að sanna verði hvaða vara er mest seld á einhverjum tímapunkti til að geta sett fram fullyrðingu eins og okkar. Innflutningstölur fyrir allt árið 1996 verða fljótlega til hjá Hagstofunni og munum við þá styðja okkar fullyrðingu frekari gögnum og rökum.*

Að lokum segir í svarinu:

*„Bræðurnir Ormsson ehf. hafa ekki birt blaðauglýsingu með fullyrðingunni að Pioneer séu mest seldu hljómflytningstæki á Íslandi frá því um 18. desember, en gerður var lengri samningur um skiltið við Hús verslunarinnar og mjög kostnaðarsamt að breyta því enda aðeins um einn mánuður eftir af samningstímanum. Auglýsing í sjónvarpi hefur birst lítið og birtingum verið fækkað, enda þótt fyrirtækið telji að rök sín bak við markaðsstöðufullyrðinguna sé sterk og óhrekjanleg.*

*Innan skamms munum við svara erindum stofnunarinnar með frekari rökum og talnaefni, þegar það verður tiltækt.“*

#### 4.

Þar sem í svari Bræðranna Ormsson virtist gengið út frá því að fyrirtækinu væri alfarið bannað að auglýsa „mest seldu“ tækin þegar í raun var eingöngu óskað eftir því að auglýsingunum yrði breytt t.d. þannig að fram kæmi við hvaða tímabil væri miðað sendi Samkeppnisstofnun fyrirtækinu bréf þar sem þetta var útskýrt. Jafnframt var tekið fram að niðurstöðu skoðanakönnunar Hagvangs væri ekki mótmælt af hálfu stofnunarinnar en bent á að könnunin sýndi hljómtækjæign landsmanna sem eðli máls samkvæmt hafi orðið til á einhverjum árafjölda. Þá var bent á að stofnunin teldi að upplýsingarnar í auglýsingu Bræðranna Ormsson væru ófullnægjandi sbr. 21. gr. samkeppnislaga.

Samkeppnisstofnun fór þess á leit við Bræðurna Ormsson að þar til stofnuninni bærust frekari rök myndu auglýsingarnar ekki birtast óbreyttar.

#### 5.

Í sjónvarpi þann 22. febrúar sl., nánar tiltekið í hálfleik bikarúrslitakeppni í handknattleik, auglýstu Bræðurnir Ormsson Pioneer-hljómtækin án þess að á

nokkurn hátt hefði verið tekið tillit til óska Samkeppnisstofnunar. Þá er auglýsing á flettiskilti óbreytt.

Auglýsinganefnd taldi á fundi sínum þann 28. febrúar sl. ástæðu til þess að banna auglýsingar Bræðranna Ormsson um að Pioneer væru „*mest seldu hljómflytningstæki á Íslandi*“ þar sem umbeðin gögn sem lofað hafði verið til staðfestingar fullyrðingunni höfðu ekki borist og auglýsingarnar haldið áfram að birtast óbreyttar.

## II. Niðurstöður

Í 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 segir:

*„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, enda séu upplýsingar þessar og viðskiptaaðferðir fallnar til 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.*

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

Sú almenna regla gildir að auglýsandi þarf að geta fært sönnur á réttmæti staðhæfingar sem hann kemur fram með og á þetta jafnt við um auglýsingar þar sem efsta stig lýsingarorðs, s.s. mestur og bestur, er notað sem aðrar auglýsingar. Túlkun samkeppnisyfirvalda á 21. gr. samkeppnislaga er sú að óheimilt sé að nota efsta stig lýsingarorðs í auglýsingum nema auglýsandi geti með auðveldum og hlutlausum hætti fært sönnur á fullyrðingar sínar.

Í auglýsingum þeim sem greint er frá hér að framan hafa Bræðurnir Ormsson veitt ófullnægjandi upplýsingar í auglýsingum og þar með hefur fyrirtækið brotið 21. gr. samkeppnislaga. Í ljósi þess að fyrirtækið hefur hvorki farið að óskum Samkeppnisstofnunar um að breyta auglýsingunum né sent stofnuninni frekari gögn til staðfestingar fullyrðingunni telur samkeppnisráð þörf á að

banna Bræðrunum Ormsson að auglýsa að Pioneer séu „*mest seldu hljómflytningstæki á Íslandi*“ þar til fyrirtækið hefur með fullnægjandi hætti sannað fullyrðinguna.

### III.

#### Ákvörðunarorð:

**„Með vísan til 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 og með heimild í 51. gr. sömu laga bannar samkeppnisráð Bræðrunum Ormsson, Lágmúla 8–9, Reykjavík, að auglýsa að Pioneer séu „*mest seldu hljómflytningstæki á Íslandi*“ þar til fyrirtækið hefur með fullnægjandi hætti sannað fullyrðinguna.**

**Bannið tekur gildi kl. 12:00 þann 17. mars 1997.**

**Verði banninu ekki fylgt mun viðurlögum samkeppnislaga verða beitt.“**