

Mánudagur, 18. mars 2002

179. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 10/2002

Auglýsingar Úrvals-Útsýnar hf. þar sem flugvallaskattar eru ekki innifaldir í auglýstu verði.

I.

Málavextir

Þann 28. febrúar 2002 sendi Samkeppnisstofnun bréf til fyrirtækja í ferðaþjónustu, þ.m.t. Úrvals-Útsýnar hf. Í bréfinu eru rakin þau lög og þær reglur sem gilda um verðupplýsingar í auglýsingum og viðurlög við brotum á þeim. Bréfið hljóðar svo:

„Þrátt fyrir fjölmargar ábendingar og tilmæli Samkeppnisstofnunar á undanförunum árum er nú svo komið að í auglýsingum Flugleiða og ferðaskrifstofanna á flugfarsætum og alferðum er nær undantekningarlaust birt verð án flugvallaskatta.

Í 1. gr. reglna um verðupplýsingar í auglýsingum, nr. 21/1995, segir að uppgefið verð skuli vera endanlegt verð til kaupenda. Flugvallaskattar skulu þannig ávallt vera innifaldir í auglýstu verði enda er neytendum skylt að greiða þá. Reglur um verðupplýsingar í auglýsingum voru settar til þess að koma í veg fyrir að upplýsingar um verð í auglýsingum séu rangar, ófullnægjandi eða villandi, sbr. 21. gr. samkeppnislaga.

Hið sama kemur fram í reglugerð um alferðir, nr. 156/1995, en þar segir í grein 2.2.:

„Þegar verð er gefið upp í auglýsingum eða á annan hátt, skulu vera innifalin öll gjöld sem skylt er að greiða vegna ferðarinnar.“

Það heyrir jafnframt til undantekninga að aðrar verðupplýsingar auglýsinganna séu í samræmi við lög og reglugerð um alferðir. Eins og yður er kunnugt er í lögum og reglugerð um alferðir skýrt kveðið á um að þegar verð kemur fram í auglýsingu á alferð skuli það ávallt a.m.k. miðast við einstakling. Sé gisting innifalin í verði skal gefa upp verð miðað við einstakling í tveggja manna herbergi og að í verðinu skuli vera innifalin öll gjöld sem skylt er að greiða vegna ferðarinnar. Þá skal fyrra verð koma fram þegar lækkað verð er auglýst. Þannig segir í 2. gr. reglugerðarinnar:

„2.1. Þegar verð alferðar er auglýst skal það miðast við einstakling og skal þess getið þótt önnur verðtilboð séu tilgreind í auglýsingunni.

2.2. Þegar verð er gefið upp í auglýsingum eða á annan hátt, skulu vera innifalin öll gjöld sem skylt er að greiða vegna ferðarinnar.

2.3. Þegar gisting er innifalin í verði skal gefa upp verð miðað við einstakling í tveggja manna herbergi fyrir tilgreint tímabil. Lengd ferðar skal gefa upp í dögum eða heilum vikum. Með vikuferð er átt við gistingu í 7 nætur.

2.4. Ekki má auglýsa lækkað verð nema ferð hafi áður verið boðin á hærra verði. Þegar auglýst er lækkað verð skal fyrra verð einnig koma fram.“

Samkeppnisstofnun bendir yður á að viðurlög við brotum á 20. og 21. gr. samkeppnislaga hafa með breytingu sem tók gildi 6. desember 2000 verið hert til muna. Þannig segir nú í 2. mgr. 30. gr. laganna:

„Samkeppnisráð getur gripið til aðgerða gegn athöfnum sem brjóta í bága við ákvæði 20., 20. gr. a, 21. og 22. gr. laga þessara. Aðgerðir samkeppnisráðs geta falið í sér bann, fyrirmæli eða heimild með ákveðnu skilyrði.“

Þá segir í 51. gr. laganna:

„Samkeppnisráð getur lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvörðunum skv. 2. mgr. 30. gr., ákvæðum 31. og 32. gr. eða reglum eða fyrirmælum settum samkvæmt þeim. Sektir geta numið allt að 10 millj. kr.“

Jafnframt segir í 2. mgr. 3. gr. reglna um málsmeðferð samkeppnisyfirvalda nr. 922/2001:

„Þegar fyrir liggur niðurstaða samkeppnisráðs í sambærilegu máli er Samkeppnisstofnun heimilt að taka íþyngjandi ákvörðun á neðra stjórnisýslustigi í málum sem falla undir 20.a., 21. og 22. gr. samkeppnislaga eftir að álits auglýsinganefndar hefur verið aflað.“

Rétt er að taka fram að reglur þessar og lög gilda um auglýsingar í hvaða formi sem þær birtast, s.s. í dagblöðum, sjónvarpi, bæklingum, tilboðum og á Internetinu.

Samkeppnisstofnun telur að með bréfi þessu hafið þér verið að fullu upplýst/-ur um þau lög og reglur sem gilda um auglýsingar á þjónustu þeirri sem fyrirtæki yðar býður neytendum.

Með vísan til alls framangreinds tilkynnist yður hér með að birtist auglýsingar frá fyrirtæki yðar, hvort heldur á flugfarsætum eða alferðum, eftir 8. mars 2002 þar sem

ekki er farið að lögum og reglum sem um þessi mál gilda munu samkeppnisyfirvöld grípa til aðgerða sbr. það hér hefur verið rakið.“

Samrit þessa bréfs var sent til Terra Nova-Sólar, Flugleiða hf., Heimsferða ehf., Heimsklúbbs Ingólfs-Príma hf., Plúsferða ehf. og Úrvals-Útsýnar hf. Flugfélagi Íslands hf. var sent samrit bréfsins, þann 13. mars 2002. Úrval-Útsýn móttækur bréf stofnunarinnar kl. 11:00 þann 28. febrúar 2002.

Þrátt fyrir framangreinda aðvörun og frest til að koma auglýsingum í rétt horf birtist auglýsing á síðustu sætunum í páska- og vorferðir til ýmissa landa frá Úrvali-Útsýn í Morgunblaðinu, þann 10. mars 2002. Þar er m.a. auglýst ferð til Kanaríeyja þar sem segir: „*Tilboðsverð 6. apríl... 67.900 kr. á mann m.v. lágmark 2 ferðist saman. Föst aukagjöld: 3.730 kr.*“. Með bréfi, dags. 11. mars 2002, tilkynnti Samkeppnisstofnun Úrvali-Útsýn að stofnuninni virtist að auglýsingin bryti að þessu leiti í bága við 1. gr. reglna um verðupplýsingar í auglýsingum nr. 21/1995. Jafnframt segir í bréfi stofnunarinnar:

„Ef Úrval-Útsýn vill koma að athugasemdum eða skýringum óskast þær sendar Samkeppnisstofnun fyrir kl. 14:00 þann 13. mars nk. Málið mun að þeim tíma liðnum lagt fyrir auglýsinganefnd og samkeppnisráð til ákvörðunar. Búast má við að viðurlögum skv. 51. gr. samkeppnislaga verði beitt.“

Bréfið er móttækið af Úrvali-Útsýn kl. 15:53 þann 11. mars sl. Engin viðbrögð hafa borist frá fyrirtækinu. Auglýsing frá Úrvali-Útsýn birtist síðan í Morgunblaðinu, þann 13. mars, þar sem flugvallaskattar eru enn ekki innifaldir í verði.

II.

Álit auglýsinganefndar

Á fundi auglýsinganefndar, þann 13. mars 2002, voru verðupplýsingar í ferðaauglýsingum til umfjöllunar. Þátt í fundinum tóku Atli Freyr Guðmundsson, Bergsveinn Sampsted og Jóhannes Gunnarsson. Niðurstaða nefndarinnar er eftirfarandi:

„Auglýsinganefnd bendir á að ákvæði 1. mgr. reglna um verðupplýsingar í auglýsingum gerir kröfu til að uppgefið verð í auglýsingum sé endanlegt verð til kaupanda. Þannig skulu allir skattar og gjöld sem neytendum er skylt að greiða vera innifaldir í auglýstu verði. Að öðrum kosti eru auglýsingarnar villandi og ófullnægjandi fyrir neytendur.“

Úrvali-Útsýn hf. er kunnugt um þær reglur sem gilda um verð í auglýsingum enda hefur Samkeppnisstofnun aðvarað fyrirtækið og gefið frest til að koma auglýsingum í rétt horf. Þrátt fyrir það eru enn að birtast auglýsingar þar sem ekki er farið að reglum. Auglýsinganefnd beinir því til samkeppnisráðs að Úrval-Útsýn hf. verði beitt viðurlögum skv. 51. gr. samkeppnislaga, sbr. 2. mgr. 30. gr. laganna.“

III. Niðurstaða

Á fundi samkeppnisráðs, þann 18. mars 2002, var ákvörðun tekin í þessu máli. Þátt í fundinum tóku Kirstín Þ. Flygenring, Atli Freyr Guðmundsson, Karitas Pálsdóttir og Ólafur Björnsson.

1.

Árið 1995 samþykkti samkeppnisráð reglur um verðupplýsingar í auglýsingum, reglur nr. 21/1995. Reglurnar eru settar til þess að koma í veg fyrir að upplýsingar um verð í auglýsingum séu rangar, ófullnægjandi eða villandi, sbr. 21. gr. samkeppnislaga og eru settar með heimild í 30. gr. laganna. Í 1. gr. reglnanna segir að uppgefið verð skuli vera endanlegt verð til kaupanda.

Þann 18. janúar 1995 sendi Samkeppnisstofnun flugfélögum og ferðaskrifstofum, þ.m.t. Úrvali-Útsýn, reglurnar til upplýsingar. Í bréfinu segir m.a.:

„Sérstök athygli er vakin á því að skv. 1. gr. skal uppgefið verð vera endanlegt verð til kaupanda. Óheimilt er samkvæmt reglunum að undanskilja flugvallaskatta og það sama á við um forfallagjald ef það er hluti af verði ferðar. Öll gjöld skulu vera innifalin í heildarverði ferðarinnar.“

2.

Í janúar og febrúar 2002 birtust auglýsingar frá Úrvali-Útsýn þar sem kynntar voru m.a. borgar- og sólarlandaferðir. Verð í þessum auglýsingum var birt án flugvallaskatta. Eins og fram hefur komið leiðir af 1. gr. reglna um verðupplýsingar í auglýsingum nr. 21/1995 að uppgefið verð skuli vera endanlegt verð til kaupanda. Þá er í lögum og reglugerð um alferðir einnig að finna sambærileg ákvæði.

Þann 28. febrúar sl. ritaði Samkeppnisstofnun Úrvali-Útsýn bréf og er í bréfinu að finna yfirlit yfir þau lög og þær reglur sem gilda um auglýsingar í ferðaþjónustu. Í bréfinu er framangreint ákvæði reglna nr. 21/1995 sérstaklega áréttað. Þá er það tekið fram í bréfinu að birti Úrval-Útsýn aftur ólögmetar auglýsingar megi fyrirtækið búast við að viðurlögum skv. samkeppnislögum verði beitt.

Þann 10. mars 2002 birtist í Morgunblaðinu auglýsing frá Úrvali-Útsýn á páska- og vorferðum. Um er að ræða auglýsingu á ferðum til m.a. Kanaríeyja. Í auglýsingunni er uppgæfið verð ekki endanlegt verð til neytenda. Að mati samkeppnisráðs er ljóst að auglýsingin brýtur í bága við 1. gr. reglna nr. 21/1995.

Eins og fram hefur komið gerði Samkeppnisstofnun athugasemd við þessa auglýsingu daginn eftir birtingu hennar og tilkynnti Úrvali-Útsýn að mál þetta yrði lagt fyrir samkeppnisráð. Þrátt fyrir þetta birti fyrirtækið auglýsingu í Morgunblaðinu þann 13. mars sl. þar sem uppgæfið verð er ekki endanlegt verð til kaupanda.

3.

Með lögum nr. 107/2000, um breytingu á samkeppnislögum sem tóku gildi þann 6. desember 2000, var viðurlögum við brotum á m.a. 21. gr. laganna og reglum settum skv. þeim breytt. Þannig segir í athugasemdum með frumvarpinu um breytingar á viðurlögum 51. gr.:

„Í ákvæðinu felst að samkeppnisráði verði veitt heimild til þess að leggja á stjórnvaldssektir ef fyrirtæki brjóta gegn banni eða fyrirmælum samkeppnisráðs skv. 2. mgr. 30. gr. Reynslan hefur sýnt að dagsektaúrræði gildandi laga eiga ekki alltaf vel við í málum sem tengjast óréttmætum viðskiptaháttum og villandi auglýsingum. Oft getur verið álitamál við hvaða tímamark eigi að miða þegar til greina kemur að beita dagsektum vegna t.d. villandi auglýsinga sem birtast í sjónvarpi eða útvarpi. Breytingin er því gerð til þess að styrkja þau ákvæði laganna sem vinna gegn óréttmætum viðskiptaháttum og villandi auglýsingum...“

Eftir breytinguna hljóðar því 51. gr. samkeppnislaga svo:

„Samkeppnisráð getur lagt stjórnvaldssektir á fyrirtæki sem brjóta gegn ákvörðunum skv. 2. mgr. 30. gr., ákvæðum 31. og 32. gr. eða reglum eða fyrirmælum settum samkvæmt þeim. Sektir geta numið allt að 10 millj. kr.“

Tilgangur 21. gr. samkeppnislaga og reglna nr. 21/1995 er að tryggja heilbrigða viðskiptahætti. Það villir fyrir neytendum og er til þess fallið að skaða þá ef auglýst verð á vöru eða þjónustu er lægra en þeir þurfa í raun að greiða. Slík háttsemi fyrirtækja skekkir einnig eðlilega samkeppni á viðkomandi markaði. Þannig geta þau fyrirtæki sem ekki fara að lögum í þessu efni náð óeðlilegu forskoti gagnvart löghlýðnum keppinautum sínum sem gefa upp endanlegt verð í auglýsingum sínum. Að mati samkeppnisráðs er mikilvægt að beita þeim úrræðum sem samkeppnislög heimila til að tryggja eðlilega viðskiptahætti að þessu leyti.

Í máli þessu liggur fyrir að auglýsing Úrvals-Útsýnar frá 10. mars 2002 felur í sér skýrt brot á 1. gr. reglna nr. 21/1995 og að auglýsingin var birt þrátt fyrir viðvörun Samkeppnisstofnunar. Með vísan til þessa alls og með hliðsjón af áleti auglýsinganefndar telur samkeppnisráð nauðsynlegt að beita viðurlögum skv. 51. gr. samkeppnislaga í máli þessu. Að mati ráðsins er hæfilegt í þessu máli að leggja kr. 400.000 sekt á Úrval-Útsýn vegna brota fyrirtækisins gegn 1. gr. reglna um verðupplýsingar í auglýsingum nr. 21/1995, sbr. 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993. Búast má við því að viðurlög verði þyngd ef auglýsingar Úrvals-Útsýnar brjóta aftur gegn ákvæðum samkeppnislaga, reglum settum samkvæmt þeim eða ákvörðunum teknum á grundvelli laganna.

IV.

Ákvörðunarorð:

„Með auglýsingu sem birtist í Morgunblaðinu 10. mars 2002 braut Úrval-Útsýn hf. gegn 1. gr. reglna um verðupplýsingar í auglýsingum nr. 21/1995, sbr. 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993, þar sem flugvallaskattar eru ekki innifaldir í verði.

Með heimild í 51. gr. samkeppnislaga skal Úrval-Útsýn hf. greiða stjórnvaldssekt að upphæð kr. 400.000.

Sektin skal greiðast ríkissjóði eigi síðar en þremur mánuðum eftir dagsetningu þessarar ákvörðunar.“