

Fimmtudagurinn 17. september 1998 kl. 12:00

115. fundur samkeppnisráðs

Ákvörðun nr. 26/1998

**Kvörtun Logalands ehf. yfir samanburðarauglýsingu
Eðalvara ehf. á hvítlauksafurðum**

I.

Málavextir

Í erindi til Samkeppnisstofnunar, dags. 17. desember 1997, kvartar Logaland ehf. yfir samanburðarauglýsingu Eðalvara ehf. Auglýsingin birtist á baksíðu tímaritsins *Í apótekinu*, 2. tbl. 1997, sem kom út í desember sl. Í auglýsingunni er Kjarnahvítlaukur, vara Eðalvara, borinn saman við þrjár aðrar hvítlauksafurðir, þ.á.m. Kyolic, vöru Logalands. Logaland telur auglýsinguna brjóta í bága við 20. og 21. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993.

Fyrirsögn auglýsingarinnar sem kvartað er yfir hljóðar svo: „*Er hvítlaukurinn þinn hreinn hvítlaukur?*“ og þar segir m.a.:

„Kjarnahvítlaukur – 100% hreinn

Hver er kjarni málsins?

Kjarnahvítlaukur er 100% hreinn hvítlaukur. Hann er ekki þynntur með neinum fylliefnum, s.s. olíum, geri, mjólkursykri, spíra eða salti.

Kjarnahvítlaukur inniheldur 500 mg af hreinu hvítlauksdufti unnu úr rúmlega 1250 mg af hvítlauk. “

Þá er Kjarnahvítlaukur borinn saman við 3 aðrar hvítlauksafurðir en einungis Kyolic hvítlauksafurðin er fáanleg hér á landi. Um Kjarnahvítlauk segir:

„100% hvítlaukur. 500 mg Kjarnahvítlaukur – hollusta í hverju hylki. “

Um vöru keppinautarins, Kyolic („Super Formula 100“), segir:

„60% hvítlauksseyði, 40% aukaefni. 300 mg Gamla aðferðin. Langleginn hvítlaukur og mysa.“

Að lokum segir í auglýsingunni:

„Kjarnahvítlaukur er framleiddur af stærsta hvítlauksframleiðanda heims, Pure Gar í Bandaríkjunum, með upplýsingum á íslensku. Kjarnahvítlaukur gefur framúrskarandi virkni og góðan hvítlauksilm **án andremmu.**“

Í erindi Logalands er gerð athugasemd við að í auglýsingunni og á umbúðum Kjarnahvítlauks sé því haldið fram að um 100% hreinan hvítlauk sé að ræða. Kvartandi telur þá fullyrðingu mjög misvísandi þar sem orðið „hreinn“ getur þýtt fleira en óblandaður, þ.e. án nokkurra óhreininda eða ómengaður. Þá gefi það í skyn að glasið innihaldi hvítlauk en ekki hvítlauksafurð sem ekki standist þar sem afurðinni sé pakkað inn í gelatínhylki. Logaland telur að framsetning Eðalvara á samanburðinum og það að aðeins tvær af fjórum hvítlauksafurðum sem sýndar eru í auglýsingunni fáist hér á landi sýni að auglýsingunni sé fyrst og fremst beint gegn Kyolic. Auglýsingin vegi gróflega að Logalandi sem keppinauti. Síðan segir m.a.:

„Einnig verður sú skírskotun sem notuð er í auglýsingunni, þ.e. að magn hvítlauks í hverju hylki skipti höfuðmáli, að flokkast óviðkomandi og röng. Ástæða þess að Kyolic inniheldur svokölluð fylliefni er ekki sú að blekkja neytendur heldur að ógerningur er að pakka Kyolic í hylki án þess að nota fylliefni... og á það væntanlega einnig við um Kjarnahvítlauk nema handpakkað sé í hvert hylki...“

Þess er getið að Kjarnahvítlaukurinn innihaldi 500 mg af hreinu hvítlauksdufti en innihald hvers hylkis af Kyolic (Super Formula 100) sé 60% „hvítlauksseyði“ eða 300 mg. Þessi samanburður er vægast sagt villandi og ósanngjarn...

Framleiðandi Kyolic hefur kosið að bjóða upp á hvítlauksafurð sem inniheldur ekki aðeins hvítlauk heldur ýmis önnur bætiefni... Það að taka aðeins Super Formula 100 fyrir og bera saman við Kjarnahvítlauk verður að teljast mjög misvísandi auglýsing. Með þessu móti er gefið í skyn að magn hvítlauksdufts í hverju hylki sé það eina sem máli skiptir og því sé Kjarnahvítlaukur betri en Kyolic.

Ennfremur er engin grein gerð fyrir því hvers vegna Kyolic innihaldi „40% aukaefni“ og hvaða efni þau séu heldur er hins vegar gefið í skyn að eitthvert eða öll eftirtalinna hvítlauksafurða sem borin eru saman við Kjarnahvítlauk innihaldi eitthvert eða öll eftirtalinna efna: olíu, ger, mjólkursýrur, spíra eða salt...“

Þá er kvartað yfir því að í auglýsingunni sé haldið fram að Kyolic sé hvítlauksseyði. Kvartandi vitnar til Orðabókar Menningarsjóðs og segir seyði dregið af orðinu soð, þ.e. vatn sem eitthvað hefur verið soðið í. Kyolic hvítlauksafurðin sé ekki vatn sem hvítlaukur hafi verið soðinn í.

Um það atriði að í auglýsingunni er framleiðsluáferð Kyolic sögð „gamla áferðin“ segir í kvörtuninni:

„Það að lýsa háþróaðri og árangursríkri áferð sem aðeins einum framleiðanda hefur tekist að þróa sem „gömlu áferðinni“ brýtur í bága við góða viðskiptahætti í atvinnustarfsemi, sbr. 20. gr. samkeppnislaga, 6. kafla.“

Jafnframt óskar Logaland eftir að Eðalvörur færi sönnur á þá fullyrðingu að Kjarnahvítlaukur sé framleiddur af stærsta hvítlauksframleiðanda heims. Þá bendir kvartandi á að í auglýsingunni komi fram að Kjarnahvítlaukur gefi framúrskarandi virkni og góðan hvítlauksilm án andremmu. Á umbúðum vörunnar segi aftur á móti að Kjarnahvítlaukur sé hreinn og án eftirlyktar. Telur hann að um sé að ræða þversögn sem sé ófullnægjandi og villandi.

Að lokum segir í kvörtuninni:

„Þess má geta að um 90% af sölu Kyolic fer fram í apótekum víða um land og auglýsing á baksíðu vekur því afar mikla athygli meðal kaupenda og neytenda Kyolic. Með vísan til þess sem að ofan er rakið fer Logaland ehf. fram á að Samkeppnisstofnun leggi bann við notkun ofangreindrar auglýsingar og umbúða á Kjarnahvítlauk og að blaðið „Í apótekinu“ verði tafarlaust gert upptækt eða skipt um kápu.“

II. Málsmeðferð

1.

Við málsmeðferð hefur komið í ljós að í marsmánuði árið 1993 sendi Logaland erindi til Samkeppnisstofnunar þar sem kvartað var yfir þessari sömu samanburðarauglýsingu Eðalvara á hvítlauksafurðum. Gagna var aflað frá Eðalvörum um forsendur auglýsingarinnar en málið var ekki afgreitt formlega frá stofnuninni. Forsvarsmaður Eðalvara mat viðbrögð Samkeppnisstofnunar á þann hátt að stofnunin teldi ekki ástæðu til athugasemda við auglýsinguna. Eðalvörur hafa frá þeim tíma notað auglýsinguna án athugasemda Logalands eða Samkeppnisstofnunar.

2.

Þann 17. desember 1997 sendi Samkeppnisstofnun kvörtun Logalands Eðalvörum til umsagnar. Svar fyrirtækisins er dagsett 29. desember 1997. Í svarinu kemur fram að kæra sama efnis hafi komið til skoðunar hjá Samkeppnisstofnun á árinu 1993. Á þeim tíma hafi Eðalvörur lagt fram fjölda gagna auglýsingunni til stuðnings. Stofnunin hafi ekki séð ástæðu til að fara fram á fleiri gögn eða mótmæla auglýsingunni. Síðan segir:

„Ég hef því notað auglýsinguna allar götur síðan án þess að nokkur hreyfði andmælum.“

Að lokum segir í svari Eðalvara:

„Ég hef ákveðið að stöðva birtingu umræddrar auglýsingar að sinni a.m.k. meðan mál þetta er til meðferðar. Jafnframt vísa ég til þeirra gagna sem ég hef nú þegar lagt fram.“

3.

Svar Eðalvara var sent Logalandi til umsagnar hinn 7. janúar sl. Athugasemdir bárust ekki frá fyrirtækinu. Hinn 23. janúar 1998 sendi Samkeppnisstofnun Logalandi bréf þar sem vísað var til kvörtunar fyrirtækisins frá 1993 og síðan segir m.a.:

„Að mati Samkeppnisstofnunar eru ekki nægilegar nýjar málsástæður eða gögn í nýrri kæru Logalands á hendur Eðalvörum um að fyrirtækið hafi brotið gegn 20. og 21. gr. samkeppnislaga, sem gefi tilefni til endurskoðunar á

niðurstöðu Samkeppnisstofnunar. Sér Samkeppnisstofnun ekki ástæðu til frekari aðgerða nema að fram komi gögn sem sanni á hlutlausan hátt að samanburður sá sem birtur er í umræddri auglýsingu sé rangur.

Logalandi ehf. er hér með gefinn 14 daga frestur til þess að koma á framfæri frekari gögnum í máli þessu. “

4.

Samkeppnisstofnun barst svar frá Logalandi dags. 27. janúar 1998. Þar segir að tæp fimm ár séu liðin frá því að kæran hafi verið lögð fyrir Samkeppnisstofnun. Logalandi hafi ekki verið kunnugt um að stofnunin hafi komist að niðurstöðu í málinu á árinu 1993. Þá óskar fyrirtækið eftir afriti af öllum þeim gögnum sem Eðalvörur hafi lagt fram og jafnframt er óskað eftir fundargerðum samkeppnisráðs um málið.

5.

Samkeppnisstofnun sendi, þann 4. febrúar og 3. apríl 1998, Logalandi afrit af öllum gögnum sem stofnuninni hafði borist á árinu 1993 vegna umræddrar auglýsingar. Jafnframt var tekið fram að málið hefði á sínum tíma ekki verið lagt fyrir samkeppnisráð. Með bréfi, dags. 17. febrúar sl. óskaði Logaland eftir fresti til að koma að frekari athugasemdum og var hann veittur.

6.

Athugasemdir Logalands bárust Samkeppnisstofnun, dags. 17. mars 1998. Þar gerir Logaland athugasemdir við málsmeðferð Samkeppnisstofnunar vegna þessarar sömu auglýsingar á árinu 1993.

Logaland telur að í gögnum Eðalvara sé ekkert að finna sem uppfylli skilyrði Samkeppnisstofnunar um að vera hlutlaus málgögn. Fullyrðingar auglýsingarinnar hafi ekki verið sannaðar á einfaldan hlutlausan hátt og í sumum tilvikum séu engin rök til staðar sem sanni þær. Logaland ítrekar fyrri rök fyrirtækisins og bendir á eftirfarandi fullyrðingar sem ósannaðar eða rangar:

„Að Kjarnahvítlaukur sé 100% hreinn. Að Kyolic sé 60% hvítlauksseyði. Að framleiðsluferli Kyolic sé gamla aðferðin. Að Kjarnahvítlaukur sé framleiddur af stærsta hvítlauksframleiðanda heims. Að Kyolic hvítlauksafurðin sé þynnt út með fylliefnum, svo sem olíum, geri, mjólkursykri, spíra eða salti. Að Kjarnahvítlaukur gefi framúrskarandi virkni.“

Þá telur Logaland að í auglýsingunni sé skírskotað til óviðkomandi mála, sbr. 21. gr. samkeppnislaga, þar sem samanburðurinn nái til vörutegunda sem ekki fáist hér á landi. Jafnframt gerir Logaland athugasemdir við að í auglýsingunni sé spurt hver sé kjarni málsins og því svarað á myndrænan hátt að það sé magn hvítlauks í hverju hylki. Þessu mótmælir Logaland og segir að mestu máli skipti hvaða áhrif innihald hylkisins hafi á líkamann.

Að lokum krefst Logalands þess að auglýsing Eðalvara verði bönnuð, fyrirtækinu verið bannað að nota svipaðar auglýsingar, blaðið *Í apótekinu* verði gert upptækt eða skipt verði um kápu ritsins og að niðurstaðan verði tilkynnt opinberlega.

7.

Ofangreindar athugasemdir Logalands voru sendar Eðalvörum til umsagnar þann 24. mars. Athugasemdir fyrirtækisins eru dags. 31. mars 1998. Þar kemur fram að Eðalvörur telji að öll kæruatriði hafi komið fram áður og verið svarað. Jafnframt mótmæla Eðalvörur því áliti Logalands að vöru sé ekki hægt að setja í hylki án fylli- eða renniefna nema það sé gert handvirkt. Eðalvörur ítreka þá skoðun sína að Samkeppnisstofnun hafi leyft auglýsinguna á árinu 1993 og að lokum segir:

„Bæði Lyfjaeftirlit ríkisins og Hollustuvernd ríkisins hafa fjallað um og leyft umbúðir á Kjarnahvítlauk. Auk þess er vísað til framkominna gagna, sem óþarft er að endurtaka.

8.

Hinn 3. apríl sl. sendi Samkeppnisstofnun Logalandi m.a. svar Eðalvara til umsagnar.

Með svari, dags. 15. apríl sl., ítrekar Logaland fyrri rök. Þá rekur fyrirtækið málsmeðferð Samkeppnisstofnunar á árinu 1993 og á þessu ári og ítrekar athugasemdir við málsmeðferð stofnunarinnar.

Jafnframt bendir Logaland á að auglýsing Eðalvara hafi birst í Morgunblaðinu þann 9. apríl þrátt fyrir yfirlýsingu fyrirtækisins um að birtingu yrði hætt meðan málið væri til meðferðar hjá stofnuninni.

9.

Þann 21. apríl 1998 sendi Samkeppnisstofnun m.a. þetta mál til umsagnar Lyfjæftirlits ríkisins og Höllustuverndar ríkisins. Í svari Höllustuverndar ríkisins, dags. 28. apríl 1998, kemur fram að stofnunin geti ekki orðið að liði í þessu máli. Svar Lyfjæftirlitsins er dags. 5. júní sl. Þar segir að hvítlaukur sé ekki náttúrulef og sé því undanþegin ákvæðum lyfjalaga nr. 93/1994. Aðeins megi markaðssetja vöruna sem fæðubótarefni eða náttúruvöru. Þá sé bannað að gefa til kynna að varan hafi lækningarmátt.

Fram kemur að umrædd vara hafi komið til meðferðar Lyfjæftirlitsins. Meðferðin sé í því fólgin að kannað sé, með hliðsjón af þeim gögnum sem væntanlegur innflytjandi leggur fram, hvort varan geti talist skaðlaus við venjulega notkun. Ennfremur sé litið til þess hvort á umbúðum eða í fylgigögnum sé gefið í skyn að varan geti haft lækningarmátt. Sé svo er ekki um fæðubótarefni eða náttúruvöru að ræða. Við umfjöllunina er ekki lagt mat á gæði eða gagnsemi vörunnar eða fullyrðingar þar um. Um framangreint mál segir í svarinu:

„Eitt af því sem deilt er um á milli Logalands og Eðalvara er hvort Kjarnahvítlaukur sé hreinn og er þar komið inn á tækni við framleiðslu á hylkjum. Í því sambandi vill Lyfjæftirlit ríkisins koma á framfæri að hylki geta verið af ýmsum stærðum og þau fyllt handvirkt, hálfjálfvirkt eða sjálfvirkt. Í lyfjaframleiðslu er óvirkum hjálparefnum oftast blandað saman við virk innihaldsefni hylkja. Ástæður þessa eru fyrst og fremst tvær. Í fyrsta lagi eru lyf oft mjög virk efni og því þarf aðeins hluta úr mg eða fáein mg til að fá fram tilætlaða verkun lyfsins við inntöku. Lyfjaefnið er því þynnt með fylliefni svo sem mjólkursykri. Í öðru lagi er oftast nauðsynlegt að blanda saman við lyfjaefnið efni sem gerir áfyllinguna í hylkin auðveldari, svo kölluð renniefni. Dæmi um slíkt er talkúm og magnesíum sterar. Í sumum tilvikum er lyfjaefnið þess eðlis að óþarfi er að blanda í það öðrum efnum og þá er það fyllt á hylkin eins og það kemur fyrir og er dæmi um slík efni til dæmis aspirín og kíín.“

10.

Í bréfi, dags. 26. júní 1998, ítrekar Logaland kvörtun sína yfir auglýsingu Eðalvara. Jafnframt ítrekar fyrirtækið athugasemdir við málsmeðferð og seinlæti stofnunarinnar.

Þá kemur fram í erindi Logalands að samanburðarauglýsing Eðalvara hafi enn á ný birst í blaðinu *Í apótekinu* og krefst fyrirtækið að blaðið verði gert upptækt.

11.

Þann 1. júlí 1998 sendi Samkeppnisstofnun Logalandi bréf. Þar er rakið að sökum þess að á árinu 1993 hafi málið ekki verið formlega afgreitt hjá stofnuninni verði það tekið upp að nýju og afgreitt á grundvelli reglna um málsmeðferð sem birtust 5. desember 1994 og stjórnarsýslulaga nr. 37/1993. Jafnframt var í bréfinu tilkynnt að málið verði lagt fyrir auglýsinganefnd og samkeppnisráð til ákvörðunar að lokinni gagnaöflun. Þá var umsögn Lyfjaeftirlits ríkisins send fyrirtækinu.

12.

Þann 1. júlí 1998 var Eðalvörum sent hliðstætt bréf og Logalandi. Jafnframt var með skírskotun til 20. og 21. gr. samkeppnislaga óskað svara við ákveðnum spurningum um fullyrðingar í samanburðarauglýsingu fyrirtækisins. Þá var umsögn Lyfjaeftirlits ríkisins send fyrirtækinu.

Hinn 6. júlí sl. var Eðalvörum send til umsagnar bréf Logalands til Samkeppnisstofnunar dags. 15. apríl og 26. júní sl.

13.

Svar Eðalvara til Samkeppnisstofnunar er dags. 26. júlí sl. Ítrekað er að Samkeppnisstofnun hafi á árinu 1993 ekki séð ástæðu til að halda málinu áfram.

Hvað varðar þær spurningar sem stofnunin beindi til Eðalvara er m.a. vísað til gagna sem fyrirtækið sendi árið 1993 en einnig koma fram fleiri atriði. Hér á eftir verða rakin svör og rök Eðalvara við einstökum atriðum auglýsingarinnar.

Um að Kjarnahvítlaukur sé 100% hreinn segir að sú fullyrðing byggist á því að framleiðandi Kjarnahvítlauks „Pure Gar“ hafi alla tíð lagt áherslu á að um sé að ræða hreina (óblandaða) vöru. Þessu til stuðnings fylgir m.a. staðfesting framleiðanda. Logaland geri athugasemd við að Kjarnahvítlaukur sé sagður 100% hreinn. En hvernig eigi að gefa upp hlutföll í innihaldslýsingu á umbúðum ef ekki megji nefna 100%? Kjarnahvítlaukur innihaldi engin íblöndunar- eða fylliefni. Máli sínu til stuðnings benda Eðalvörur á fyrirtæki sem framleiða vöru í hylkjum og halda því fram að vörur þeirra séu hreinar þ.e. óblandaðar öðrum efnum þ.m.t. renniefnum. Þrátt fyrir að innihald hylkjanna sé óblandað beiti stórfyrirtæki ekki handafli við áfyllingu hylkjanna. Þá er í gögnum sem stofnuninni bárust á árinu 1993 m.a. vitnað til niðurstöðu

Markaðsdómstóls Finnlands frá 1989. Þar var innflytjandi Kyolic dæmdur til greiðslu sektar fyrir að halda því fram að „Pure Gar“ hvítlauksafurðin væri ekki hrein.

Til stuðnings því að hreinleiki og magn/styrkur hvítlauks sé kjarni málsins vísa Eðalvörur til greinar eftir Stephen J. Fulder. Þar kemur m.a. fram að því hreinni sem hvítlauksafurðir séu því betri séu þær. Höfundur greinarinnar telur að engin ástæða sé til að setja fylliefni í hylkin, þau muni í það minnsta minnka magn hvítlauks.

Í auglýsingunni segir að Kyolic sé hvítlauksseyði. Eðalvörur vísa til orðabókar *Aldamóta* með að seyði sé þýðing á enska orðinu „extract“.

Í svari Eðalvara kemur fram að „Pure Gar“, sú deild í fyrirtækinu „Basic Vegetable Products“ sem framleiðir Kjarnahvítlauk, hafi nýlega verið seld. Skv. yfirlýsingu „Basic Vegetable Products“ frá 9. júlí sl. telja þeir sig vera stærsta framleiðanda hvítlauks í heiminum. Þeir rækti og vinni hvítlauk fyrir matvælaíðnað, fæðubótarefni o.fl. Eftir sölu „Pure Gar“ sé ekki lengur hægt að halda því fram að fyrirtækið sé stærsti framleiðandi í heimi á hvítlauk.

Samanburðarauglýsingin sýnir fjórar tegundir hvítlauksafurða þar af tvær sem ekki fást á Íslandi. Um þetta segir í svari Eðalvara að auglýsingin sé erlend og öll vörumerkin séu þekkt erlendis. Auglýsingin sé ekki meiðandi fyrir Logaland þar sem valin sé hreinasta Kyolic afurðin.

Um Kyolic, vöru keppinautarins, segir í auglýsingunni „*gamla aðferðin*“. Eðalvörur segja að átt sé við framleiðslu á sjálfri vörunni og að aðferð Kyolic sé örugglega miklu eldri en t.d. frostþurrkun. Slíkt þýði þó ekki endilega að hún sé verri.

Hvað varðar innihald Kyolic hvítlauksafurðarinnar vísa Eðalvörur til umbúðanna, þær séu bandarískar, og þar segir:

„Ingredients: Kyolic Aged Garlic Extract Powder, Whey and Magnesium Sterate.“

Þá vísa Eðalvörur til innihaldsgreiningar sem framkvæmd var af „The American Institute for Biosocial Research Inc.“, en hún sýni 40% fylliefni, þar

af fjórðung mjólkursýrur. Þá tilgreini bresk vörumerking Kyolic sömu innihaldsefni.

Um umsögn Lyfjaeftirlits ríkisins segir í svari Eðalvara að þar sé komið inn á mál sem ekki komi auglýsingunni við.

III.

Álit auglýsinganefndar

Á fundi auglýsinganefndar, ráðgjafarnefndar samkeppnisráðs, þann 11. september 1998 var mál þetta til umfjöllunar. Fundinn sátu Atli Freyr Guðmundsson, Jóhannes Gunnarsson og Sólveig Ólafsdóttir. Niðurstaða nefndarinnar var eftirfarandi:

Auglýsing Eðalvara á hvítlauksafurðum sýnir samanburð fjögurra tegunda. Einungis tvær þessara afurða eru fáanlegar á Íslandi. Auglýsinganefnd telur að skilyrði þess að samanburð megi nota í auglýsingum sé að neytendur eigi í raun kost á því að velja á milli þeirra vörutegunda sem bornar eru saman, þ.e. að þær séu boðnar á markaði héraðs. Samanburður við ófáanlegar vörur er skírskotun til óviðkomandi mála og ósanngjarn gagnvart neytendum sbr. 21. gr. samkeppnislaga.

Af gögnum málsins má ráða að í hylkjum Kjarnahvítlauks sé eingöngu hvítlaukur og hann því ekki blandaður öðrum efnum. Auglýsinganefnd telur því ekki ástæðu til að gera athugasemd við að Kjarnahvítlaukur sé auglýstur eða þess getið á umbúðum að hann sé hreinn hvítlaukur eða 100% hreinn. Hið sama ætti við um vöru sem blönduð er sk. renniefnum til þess að unnt sé að pakka henni í umbúðir s.s. hylki.

Auglýsing Eðalvara gefur í skyn að hreinleiki og styrkur hvítlauks sé kjarni málsins við mat á hvítlauksafurðum. Auglýsinganefnd gerir ekki athugasemd við að þegar hvítlauksafurð er auglýst þá sé áhersla lögð á hreinleika og styrk hvítlauks.

Auglýsinganefnd telur að það að kalla vöru keppinautarins seyði sem þýðingu á orðinu „extract“ sé ósanngjarn sbr. 21. gr. samkeppnislaga. Eðalvörum á að vera ljóst að vinnsla Kyolic fer ekki fram með suðu og að þýðing á orðinu „extract“ getur verið önnur en seyði. Í þessu sambandi vill auglýsinganefnd

benda Eðalvörum á að orðið „extract“ er þýtt sem þykkni í auglýsingabæklingi um vörur þess fyrirtækis.

Í auglýsingunni eru talin upp fylliefni sem ekki eru í Kjarnahvítlauk. Auglýsinganefnd telur að með upptalningunni sé gefið til kynna að aðrar hvítlauksafurðir í auglýsingunni innihaldi þau. Auglýsinganefnd telur að Eðalvörur hafi ekki sýnt fram á að fylliefnin séu í Kyolic. Þá hefur heldur ekki verið sýnt fram á að fylliefnin í Kyolic séu verri kostur en hreinn hvítlaukur. Auglýsinganefnd telur að um sé að ræða villandi upplýsingar sem jafnframt séu ósanngjarnar gagnvart keppinauti sbr. 21. gr. samkeppnislaga.

Eðalvörur kalla framleiðsluáferð Kyolic gömlu áferðina. Auglýsinganefnd telur að þrátt fyrir að aðrar áferðir geti verið nýrri sé um að ræða óviðkomandi skírskotun sem sé ósanngjörn gagnvart keppinauti sbr. 21. gr. samkeppnislaga.

Þá telur auglýsinganefnd að ósannað sé að Kjarnahvítlaukur sé framleiddur af stærsta hvítlauksframleiðanda í heimi.

Með vísan til framangreinds telur auglýsinganefnd að samanburðarauglýsing Eðalvara á hvítlauksafurðum innihaldi rangar, villandi og ófullnægjandi upplýsingar og sé jafnframt ósanngjörn gagnvart neytendum sökum forms hennar. Auglýsingin er því brot á 21. gr. samkeppnislaga.

IV. Niðurstöður

Á fundi samkeppnisráðs, þann 17. september 1998, var ákvörðun tekin í þessu máli. Fundinn sátu Brynjólfur Sigurðsson, Atli Freyr Guðmundsson, Karitas Pálsdóttir, Ólafur Björnsson og Skarphéðinn Þórisson.

Samanburðarauglýsing Eðalvara ehf. sem mál þetta fjallar um var áður til umfjöllunar hjá Samkeppnisstofnun á árinu 1993. Málið kom ekki til kasta samkeppnisráðs og hlaut ekki formlega afgreiðslu. Frá þeim tíma hefur auglýsingin verið birt án athugasemda þar til framangreint erindi Logalands ehf., dags. 17. desember 1997, barst Samkeppnisstofnun og var þar með tekið til formlegrar afgreiðslu. Logaland kvartar yfir ýmsum þáttum auglýsingarinnar og hafa umkvörtunarefnið og rökstuðningur fyrir þeim verið rakin hér að framan.

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.“

Samkeppnisráð er sammála álitum auglýsinganefndar um að samanburðarauglýsing Eðalvara á hvítlauksafurðum innihaldi rangar, villandi og ófullnægjandi upplýsingar og að auglýsingin sé jafnframt ósanngjörn gagnvart neytendum og keppinautum. Samkeppnisráð telur að auglýsingin sé brot á ákvæðum 21. gr. samkeppnislaga.

Þar sem Eðalvörur hafa ítrekað birt auglýsinguna á meðan á málsmeðferð stóð þrátt fyrir yfirlýsingu fyrirtækisins um að slíkt yrði ekki gert, telur samkeppnisráð nauðsynlegt að banna frekari birtingu hennar sbr. 51. gr. samkeppnislaga.

V.

Ákvörðunarorð:

„Með vísan til 21. gr. samkeppnislaga og með heimild í 51. gr. sömu laga bannar samkeppnisráð Eðalvörum ehf., Sundaborg 1, Reykjavík, að birta auglýsingu á hvítlauksafurðum með fyrirsögninni „Er hvítlaukurinn þinn hreinn hvítlaukur?“ þar sem hún inniheldur rangar, villandi og ófullnægjandi upplýsingar og er jafnframt ósanngjörn gagnvart neytendum og keppinautum.

Bannið tekur gildi við birtingu.

Verði banninu ekki fylgt mun viðurlögum samkeppnislaga verða beitt.“