

Þriðjudagurinn 29. janúar 2002

Ákvörðun Samkeppnisstofnunar nr. 1/2002

Auglýsing Allianz – Ísland hf.

I.

Málavextir og málsmeðferð

1.

Í sjónvarpi hefur að undanfögnu birst auglýsing frá Allianz – Ísland hf. Auglýsingin sýnir lítið barn leika sér við opinn glugga að blómavasa. Barnið og vasinn falla út um gluggann. Í löngu falli er barnið sýnt í nærmynd en er loks gripið af fullorðnum manni. Í kjölfar fjölda athugasemda sem Samkeppnisstofnun bárust sendi stofnunin Allianz bréf þann 10. janúar 2002. Í bréfinu var athygli Allianz vakin á 22. gr. samkeppnislaga þar sem m.a. kemur fram að komi börn fram í auglýsingum skuli þess gætt að sýna hvorki né lýsa hættulegu atferli. Óskað var eftir athugasemdum Allianz og til þess gefinn tíu daga frestur.

2.

Með bréfi, dags. 14. janúar 2002, barst Samkeppnisstofnun afrit bréfs Allianz til Hvíta hússins þar sem óskað er álits auglýsingastofunnar á bréfi stofnunarinnar.

3.

Samkeppnisstofnun barst ekki svar Allianz innan tilskilins frests. Samkeppnisstofnun tilkynnti því Allianz í bréfi, dags. 22. janúar 2002, að stofnunin fengi ekki betur séð en að auglýsing fyrirtækisins bryti í bága við ákvæði 22. gr. samkeppnislaga þar sem hún sýndi m.a. hættulegt atferli barns.

Samkeppnisstofnun fór þess á leit við Allianz að birtingu auglýsingarinnar yrði hætt nú þegar svo ekki þyrfti að koma til frekari afskipta stofnunarinnar af málinu. Jafnframt var Allianz gefinn kostur á að koma að athugasemdum.

4.

Sama dag barst bréf frá Allianz þar sem beðist var velvirðingar á að dregist hefði að svara bréfi stofnunarinnar. Bréfið innihélt skýringar höfunda auglýsingarinnar hjá Hvíta húsinu. Þar segir m.a.:

„Auglýsingin, sem sýnir barn og blómavasa falla út um glugga, er dæmisaga. Við gerð auglýsingarinnar var leitast sérstaklega við að undirstrika að um táknmynd væri

að ræða. Bakgrunnur er mjög einfaldaður, notaðir eru óeðlilegir litir og á kafla skiptist myndflöturinn í tvennt og sýnir þannig að verið sé að stilla upp dæmi. Við teljum því ólíklegt að áhorfendur setji sig í spor persónanna.

Meginskilaboðin í auglýsingunni eru að benda fólki á að við Íslendingar tryggjum frekar hluti en fólk. Barnið í auglýsingunni er fulltrúi fyrir fólk almennt og ástæða þess að barn var valið var m.a. til að hvetja menn til að sýna varkárni og vera vakandi fyrir þess konar hættu (samkvæmt Allianz hafa þessi skilaboð náð vel í gegn).

Hegðun barnsins er ekki hvetjandi fyrir önnur börn. Það er ekki að leika sér, hvorki með dóti né við aðra krakka, og aðstæður þess virka síður en svo ákjósanlegar. Myndskeiðið af barningu fyrir fallið er örstutt. Þar gerist ekkert sem ýtir undir að börn vilji leika sér í gluggakistum heldur þvert á móti letur þau til þess. Það var hluti af ætluninni í þessari auglýsingu.

Þegar vara á fólk við hættu er algeng og áhrifarík leið að sýna í hverju hættan er fólgin. Þetta hefur hvað oftast sést í auglýsingum tengdum umferðaröryggi, skaðsemi reykinga og tryggingamálum. Því er hér ekki um neina nýjung að ræða í þeim efnum. Við gerð auglýsingarinnar var þess gætt að hvorki yrði sýndur hryllingur eða skelfing sem gæti valdið ótta hjá börnum.

Okkur á Hvíta húsinu þykir miður ef góður ásetningur okkar til að auka öryggi barna og fullorðinna hefur valdið einhverjum óþægindum.“

Að lokum kemur fram að Allianz tekur undir sjónarmið Hvíta hússins og mótmælir því að auglýsingin brjóti í bága við ákvæði 22. gr. samkeppnislaga. Jafnframt vonast Allianz til þess að skýringar fyrirtækisins séu fullnægjandi og málinu þar með lokið.

5.

Þann 24. janúar 2002 tilkynnti Samkeppnisstofnun Allianz að leitað verði álits auglýsinganefndar, ráðgjafarnefndar samkeppnisráðs, á málinu. Jafnframt var þess farið á leit að auglýsingin yrði ekki birt meðan á málsmeðferð stæði.

Þann 25. janúar 2002 var auglýsingin lögð fyrir auglýsinganefnd. Um málið fjölluðu Atli Freyr Guðmundsson, Jóhannes Gunnarsson og Bergsveinn Sampsted. Í fundargerð segir:

„Auglýsinganefnd hefur farið yfir gögn málsins. Auglýsing Allianz á Íslandi sýnir barn leika sér að blómavasa við opinn glugga. Barnið og vasinn falla síðan út um gluggann.

Auglýsingin hefur birst í hefðbundnum auglýsingatíma á sjónvarpsstöðvunum og má reikna með að fjöldi barna sjái auglýsinguna við hverja birtingu. Auglýsinganefnd telur að auglýsingin sýni hættulegt atferli barns og geti verið til þess fallin að vera öðrum börnum fyrirmynd. Þá sýni auglýsingin barn í umhverfi sem það á ekki að sjást í þar sem enginn fullorðinn er nálægt til að gæta að barninu. Auglýsingin brjóti gegn ákvæðum 22. gr. samkeppnislaga.

Sama dag tilkynnti Samkeppnisstofnun Allianz niðurstöðu nefndarinnar og beindi þeim eindregnu tilmælum til Allianz að hætta frekari birtingu auglýsingarinnar. Jafnframt var fyrirtækinu gefinn kostur á að koma á framfæri athugasemdum. Bærust athugasemdir mætti búast við að Samkeppnisstofnun tæki ákvörðun á grundvelli 2. mgr. 3. gr. reglna um málsmeðferð samkeppnisyfirvalda nr. 922/2001.

6.

Athugasemdir bárust frá Allianz í bréfi dags. 28. janúar 2002. Þar segir:

„Allianz – Ísland hf. vill hér með ítreka fyrri afstöðu sína sbr. bréf dagsett 22. janúar sl. vegna sjónvarpsauglýsingar félagsins sem verið hefur til umfjöllunar. Þá mótmælir Allianz – Ísland hf. álitu auglýsinganefndar, sem fram kemur í endurriti úr fundargerðabók nefndarinnar í bréfi yðar dags. 25. janúar sl., þess efnis að hún brjóti í bága við 22. gr. samkeppnislaga.

Rétt er að taka fram, þrátt fyrir ofangreinda skoðun Allianz – Ísland hf., að félagið hefur ekki áhuga á að elta ólar frekar við Samkeppnisstofnun um mál þetta og hefur margumrædd auglýsing ekki verið birt síðan athygli forráðamanna félagsins var vakin á afstöðu Samkeppnisstofnunar til þessara birtinga, og verður hún ekki birt meðan afstaða stofnunarinnar er óbreytt...

Allianz – Ísland hf. óskar þess enn að Samkeppnisstofnun dragi til baka tilmæli sín um að fyrirtækið hætti að birta auglýsinguna. Jafnframt vonast Allianz – Ísland hf. til þess að þessar skýringar séu fullnægjandi og málinu þar með lokið.

Í bréfi Allianz eru jafnframt gerðar athugasemdir við auglýsingu Ríkisútvarpsins sjónvarps á kvikmynd þar sem atriði sambærilegt umkvörtunarefni þessa máls kom fram.

II.

Niðurstöður

Í auglýsingu Allianz kemur fram lítið barn að leika sér að blómavasa í gluggakistu við opinn glugga. Enginn fullorðinn er nálægur til að hafa eftirlit með barninu. Barnið

og blómavasin falla út um gluggann. Barnið sést falla brosandí áður en það er loks gripið.

Í 22. gr. samkeppnislaga segir m.a.:

„Komi börn fram í auglýsingum skal þess gætt að sýna hvorki né lýsa hættulegu atferli eða atvikum er leitt geti til þess að þau eða önnur börn komist í hættu eða geri það sem óheimilt er.“

Að mati Samkeppnisstofnunar fer ekki milli mála að atburðarás auglýsingar Allianz lýsir hættulegu atferli. Jafnframt telur Samkeppnisstofnun að sýning slíks atferlis, sem í auglýsingunni virðist barninu hættulaust og jafnvel til skemmtunar, kvöld eftir kvöld í auglýsingatímum sjónvarpsstöðva geti leitt til þess að önnur börn komist í hættu eða geri það sem óheimilt sé. Slíkt brýtur í bága við ákvæði 22. gr. samkeppnislaga. Samkeppnisstofnun er því sammála álitum auglýsinganefndar um auglýsinguna. Samkeppnisstofnun vekur einnig athygli á að í greinargerð með frumvarpi til samkeppnislaga er hvað varðar 22. gr. laganna m.a. vísað til sameiginlegra norræna reglna um sjónvarpsauglýsingar. Í þeim reglum segir m.a. að börn megi einungis koma fram í auglýsingum ef þau eru eðlilegur þáttur í því umhverfi sem sýnt er. Ákvæðum 22. gr. samkeppnislaga er því ætlað að sporna gegn því að börn séu notuð í auglýsingum að óþörfu hvað þá að þau séu notuð til að sýna hættulegt atferli.

Allianz telur aftur á móti að auglýsingin brjóti ekki í bága við ákvæði samkeppnislaga, hún sé dæmisaga og barnið fulltrúi fyrir fólk almennt. Allianz hefur ítrekað óskað eftir að halda birtingu auglýsingarinnar áfram.

Í reglum um málsmeðferð samkeppnisyfirvalda nr. 922/2001 segir í 2. mgr. 3. greinar:

„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.“

Samkeppnisstofnun bendir á að fyrir liggja niðurstöður samkeppnisráðs í málum sambærilegum því sem hér er til umfjöllunar. Í þessu sambandi má nefna ákvörðun nr. 33/1998 *Auglýsingar Heklu hf. „Með allt á hreinu“*. Í því máli var um að ræða auglýsingu sem sýndi lítið barn sitja ofan á þvottavél og teygja sig niður að tökkum vélarinnar eða að hundi sem sat fyrir framan vélinu. Samkeppnisráð taldi auglýsinguna brjóta gegn ákvæðum 22. gr. samkeppnislaga þar sem ráðið taldi það lýsa hættulegu atferli að sýna lítið barn ofan á þvottavél. Þá væri barn ekki eðlilegur þáttur í umhverfi þvottavéla né geti barnið hafa átt að sýna notkun vélarinnar.

Samkeppnisstofnun hefur jafnframt aflað álits auglýsinganefndar sem telur, eins og að framan greinir, að auglýsingin brjóti gegn ákvæðum 22. gr. samkeppnislaga.

Samkeppnisstofnun telur því að skilyrði 2. mgr. 3. gr. reglna um málsmeðferð samkeppnisyfirvalda séu uppfyllt.

Með vísan til alls framangreinds telur Samkeppnisstofnun auglýsingu Allianz sem sýnir lítið barn falla út um glugga lýsa hættulegu atferli og brjóta gegn ákvæðum 22. gr. samkeppnislaga. Með heimild í 30. gr. samkeppnislaga, sbr. 3. gr. reglna um málsmeðferð samkeppnisyfirvalda, telur Samkeppnisstofnun því nauðsynlegt að banna Allianz frekari birtingu umræddrar auglýsingar.

III.

Ákvörðunarorð:

„Með vísan til 22. gr. samkeppnislaga nr. 8/1993 og með heimild í 30. gr. sömu laga, sbr. 3. gr. reglna nr. 922/2001 um málsmeðferð samkeppnisyfirvalda, bannar Samkeppnisstofnun Allianz – Ísland hf., Höfðabakka 9, Reykjavík, að birta auglýsingu sem sýnir lítið barn falla út um glugga.

Bannið tekur gildi við birtingu.

Verði banninu ekki fylgt mun Samkeppnisstofnun leggja til við samkeppnisráð að viðurlögum samkeppnislaga um sektir verði beitt.“