

Reykjavík 13. september 2012

Siðanefnd Sambands íslenskra auglýsingastofa (SÍA) tók á fundi sínum 6. september 2012 til umfjöllunar kæru Egilsson ehf. (hér eftir Egilsson), rekstraraðila verslunarinnar A4 skrifstofa og skóli (hér eftir A4), á hendur Pennans á Íslandi ehf. – Griffils (hér eftir Griffill), dags. 23. ágúst 2012.

**Umkvörtunarefnið**

Auglýsingar þær sem kvartað er yfir eru tvær prentauglýsingar og ein útvarpsauglýsing Griffils. Prentauglýsingarnar birtust m.a. í Fréttablaðinu 21. og 22. ágúst síðastliðinn og útvarpsauglýsingin var flutt á FM957 21. ágúst.

Snýr kæran einkum að því að í fyrirsögnum auglýsinganna er ítrekað talað um *„son Egils“*, þ.e.a.s sérnafnið Egill kemur við sögu sem persóna eða öllu heldur sonur einhvers Egils. Ekki voru önnur nöfn notuð í umræddum auglýsingum.

Fyrirsögn í kærðri auglýsingu í Fréttablaðinu 21. ágúst er þessi: *„Sonur Egils á þrjú epli en þú ekkert. Af hverju er þér sama?“* Á hvolfi undir fyrirsögn í smáu letri er eftirfarandi texti: *„Af því þú kaupir eplakassa fyrir það sem þú sparar í Griffli“*

Í kærðri auglýsingu í Fréttablaðinu 22. ágúst er þessi fyrirsögn: ***„****Þú kaupir allt fyrir skólann í Griffli en sonur Egils ekki. Hann borgar þar af leiðandi meira. Hvað er að syni Egils?“*

Texti í útvarpsauglýsingunni sem kærð er og birtist á FM957 21. ágúst sl. er svohljóðandi: *„Þú og sonur Egils eigið að kaupa A5 stílabækur. Sonur Egils endar í A4. Hversu klaufskur er sonur Egils?“*

**Röksemdir Egilssonar:**

Egilsson telur að auglýsingarnar brjóti m.a. gegn siðareglum SÍA hvað varðar hagsmuni barna og unglinga og hvað varðar samanburð. Tilgreindar eru: 2. grein, hvað varðar almennt velsæmi, 5. grein hvað varðar sannleiksgildi, 11. grein hvað varðar samanburð, 12. grein hvað varðar last, 18. grein hvað varðar börn og unglinga og 19. grein hvað varðar persónuvernd og friðhelgi.

Þannig háttar til að forstjóri Egilssonar heitir Egill. Í kærunni kemur fram að forstjórinn eigi tvo syni á unglingsaldri og hafi auglýsingarnar valdið þeim og fjölskyldu þeirra töluverðum leiðindum. Þá telur Egilsson að auglýsingarnar séu til þess fallnar að börn og unglingar hagi sér í samræmi við boðskap þeirra ella vera talin klaufsk eða eitthvað annað sé að þeim. Hvað þetta varðar vísar Egilsson til áðurnefndra 2., 12., 18. og 19. gr. siðareglnanna. Telur Egilsson engan vafa vera uppi um að í auglýsingum Griffils sé vísað til verslana Egilssonar sem rekur ritfangaverslunina A4.

Þá vísar Egilsson til 5. og 11. gr. vegna orða auglýsinganna um að fleiri epli fáist í Griffli en í öðrum ritfangaverslunum og einstaklingar séu klaufskir versli þeir við A4. Vísar Egilsson þar til verðkönnunar ASÍ sem framkvæmd var 21. ágúst en birtist á vef ASÍ 22. ágúst og Egilsson telur sýna að þessari fullyrðingar Griffils fáist ekki staðið.

**Röksemdir Griffils:**

Af hálfu Griffils er því haldið fram að hvergi komi fram á heimasíðu A4 að eigandi verslunarinnar sé Egilsson og því tengi utanaðkomandi aðli ekki þessi tvö nöfn saman. Engin verslun sé heldur rekin undir þessu nafni. Notkun skírnarnafnsins Egils sé tilviljun og að það sé algeng hefð í íslenskum auglýsingum að nota sérnöfn. Þá er beðist afsökunar notkun skírnarnafnsins Egils, ekki hafi verið meiningin að særa neinn með því. Ennfremur er vísað til þess að auglýsingarnar hafi verið teknar úr umferð í kjölfar kærunnar til að gæta að gæta sanngirni gagnvart A4.

Hvað varðar villandi og ósanngjarnan verðsamanburð vísar Griffill til þess að neytendakannanir undanfarin ár sýni að Griffill hafi verið ódýrastur samkeppnisaðila og hafi umsvifalaust lækkað verð hafi annað dæmi fundist. Ekki var vísað til kannana því til stuðnings. Er jafnframt vísað til þess að Neytendastofa hafi lagt blessun sína á notkun Griffils orðmyndinni *„ódýrari“* en ekki var þar vísað í tiltekin úrskurð því til stuðnings.

**Úrskurður nefndarinnar:**

Hvað varðar kvörtun Egilssonar vegna tilvísana auglýsinga Griffils í *„son Egils“* þá telur Siðanefndin það að nota sérnafn af handahófi í auglýsingum brjóti ekki beinlínis í bága við siðareglur. Hins vegar er framsetning og umgjörð í kringum nafnið Egil einkennileg og ögrandi í umræddum auglýsingum. Lítið er gert úr *„syni Egils“*, hvort sem heimfæra megi fullyrðingar í fyrirsögnum auglýsinganna upp á raunverulegan son þess Egils sem er forstjóri Egilssonar eða jafnvel einhverja aðra Egils syni. Umræddur sonur Egils verslar í öllu falli ekki við Griffil skv. auglýsingunum og er þ.a.l. klaufskur, eitthvað er að honum og hann fær fyrir vikið minna fyrir peninginn (færri epli).

Þá er vísunin í son Egils tiltölulega augljós skírskotun í Egilsson enda má öllum sem starfa á þessum markaði vera ljóst hverjir standi að rekstri nánustu samkeppnisaðila. Að auki má ætla að forsvarsmönnum Griffils sé ljóst að forstjóri Egilssonar heitir Egill enda ekki tekið fyrir það í greinargerð Griffils. Þó e.t.v. megi láta Griffil njóta vafans hvað þessar vísanir varðar, þ.e. að tilviljun hafi ráðið því að sonur Egils komi við sögu í blaðaauglýsingunum, er hæpið að gera það þegar útvarpsauglýsingin er tekin með í reikninginn. Í henni er kveðið fast að orði að sonur Egils „endi í A4“ þegar hann á að kaupa A5 stílabók af því hann sé svo klaufskur.

Griffill vísar til þess að nafn Egilssonar komi hvergi fram sem eiganda A4 og að utanaðkomandi aðilar tengi nöfn Egilssonar og A4 því ekki saman. Það kann að vera rétt en í 12. siðareglna SÍA um last er ekki gerður áskilnaður um að utanaðkomandi aðilar skynji slíkar tengingar heldur segir þar aðeins að í auglýsingum megi ekki „*ekki hallmæla neinum einstaklingi eða hópi einstaklinga, fyrirtæki, samtökum, iðnaðar- eða verslunarstarfsemi, starfsgrein eða vöru, með það fyrir augum að kalla fram opinbera fyrirlitningu eða hæðni.“* **Siðanefndin telur því að auglýsingar Griffils gangi gegn 12. gr. siðareglna SÍA. Þar sem tengslin eru þó óljós fyrir utanaðkomandi telur Siðanefndin auglýsingarnar ekki brjóta gegn 2. gr. siðareglnanna um almennt velsæmi.**

Hvað þetta varðar kemur einnig til álita hvort auglýsingarnar brjóti gegn 18. gr. siðareglna SÍA þar sem sérstaklega er fjallað um börn og unglinga. Er þar m.a. kveðið á um að auglýsingar mega ekki ganga gegn jákvæðri félagslegri hegðun eða gefa til kynna að það færi barni eða unglingi líkamlegt, andlegt eða félagslegt forskot á aðra að ráða yfir auglýstri vöru eða að það hafi þveröfug áhrif að ráða ekki yfir henni. Þá má ekki kynna verð þannig að börn eða unglingar fái óraunhæfar hugmyndir um kostnað eða verðmæti vöru. Þá kemur þar jafnframt fram að sýna beri *„sérstaka aðgát í auglýsingum sem beint er að börnum eða unglingum eða þar sem þau koma fram.“*

Eins og áður segir er ljóst að auglýsingarnar gera lítið úr þeim syni Egils sem verslar ekki í Griffli enda er hann klaufskur og eitthvað er að honum. Er hér væntanlega átt við um barn eða ungling enda henta hinar auglýstu vörur þeim aldurshópi auk þess sem þær voru birtar á þeim tímum þegar börn og unglingar voru að undirbúa skólasetningu. **Siðanefndin telur því að auglýsingarnar gangi gegn 18. gr. siðareglna SÍA. Siðanefndin telur þó að 19. gr. siðareglnanna eigi ekki við enda tekur hún til söfnunar, vinnslu og framsetningu persónuupplýsinga.**

Varðandi sannleiksgildi auglýsinganna og það hvort þær feli í sér villandi og ósanngjarnan samanburð sbr. 5. og 11. gr. siðareglna SÍA kemur til skoðunar sú fullyrðing auglýsinganna að hægt sé að að kaupa kassa af eplum fyrir það sem sparast við að versla hjá Griffli frekar en annars staðar. Í 11. gr. siðareglnanna er kveðið á um að samanburður sé „*ekki villandi og að hann brjóti ekki gegn grundvallarreglum um sanngirni í samkeppni. Samanburðaratriði eiga að byggjast á staðreyndum sem ganga má úr skugga um og slík atriði skulu valin af sanngirni.“* Þá segir í 5. gr. reglnanna að auglýsingar megi ekki innihalda staðhæfingar sem líklegar eru til að villa beint eða óbeint um fyrir neytendum, gefa eitthvað í skyn eða nota tvíræða framsetningu eða ýkjur.

 Siðanefndin telur að eplasamanburðinum sé ætlað að fela í sér ígildi verðsamanburðar en engin leið sé að átta sig á þeim sparnaði sem gæti orðið með því að versla í Griffli þar sem stærð og verðmæti eplakassans er óskilgreind.

Þó svo sannleiksgildi auglýsinganna, sbr. 5. gr. siðareglnanna, gæti verið staðfest með vísan til neytendakannana þá hafa engin gögn verið lögð fram af hálfu Griffils sem staðfesta fullyrðingar auglýsinganna. **Í öllu falli telur** **Siðanefndin að auglýsingarnar gangi gegn 11. gr. siðareglna SÍA** enda er fullyrðingin um sparnað sett þannig fram að ómögulegt er að taka mark á henni.

Með vísan til þess að auglýsingarnar voru teknar úr umferð og Griffill hefur beðist velvirðingar á tilteknum þáttum þeirra mun Siðanefndin ekki aðhafast frekar í málinu.

Reykjavík 13. september 2012

Fyrir hönd Siðanefndar SÍA,

Anna Sigríður Guðmundsdóttir, formaður Siðanefndar SÍA

Afrit sent:

Smári Hilmarsson hdl., lögmanni Egilsson, *A-4 – skrifstofu og skóla*

Ingþóri Ásgeirssyni, framkvæmdastjóra Verslunarsviðs, Pennans á Íslandi ehf – Griffils

Í Siðanefnd SÍA eiga sæti:

* Ingólfur Hjörleifsson Jónsson & Le'macks, formaður (Anna Sigríður Guðmundsdóttir Fíton, SÍA tók sæti formanns í þessu máli, sökum vanhæfis Ingólfs)
* Anna Sigríður Guðmundsdóttir, Fíton, SÍA
* Haraldur Ingi Birgisson lögfræðingur hjá Viðskiptaráði Íslands
* Sváfnir Sigurðarson, H:N (Haukur Hauksson hjá Pipar TBWA tók sæti hans vegna forfalla) SÍA
* Hrafnhildur Fjóla Júlíusdóttir, Hvíta húsinu, SÍA
* Elísabet Austmann, Ímark
* Gísli Tryggvason, talsmaður neytenda (komst ekki)