



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-204/2007/26.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Xerox Magyarország Kft.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy a Xerox Magyarország Kft. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor a Print&Publishing c. újság 104/2007. számában, valamint a Magyar Grafika 2007. szeptemberi számában termékeiről azt állította, hogy "a legtermelékenyebb színes digitális nyomdagép", a "legjobb színes digitális nyomdagép", a "legnagyobb fekete-fehér digitális nyomdagép" és a "vezető digitális nyomdagépek".

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított harminc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

Indoklás

I.

A vizsgálat indításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a Xerox Magyarország Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont) a Print & Publishing c. újság 104/2007. számában, valamint a Magyar Grafika 2007. szeptemberi számában termékeit az alábbi kijelentésekkel hirdette: „a legtermelékenyebb színes digitális nyomdagép”, a „legjobb színes digitális nyomdagép”, a „legnagyobb fekete-fehér digitális nyomdagép” és a „vezető digitális nyomdagépek”.

Ezen fenti magatartásokkal az eljárás alá vont vélelmezhetően megsértette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetében foglaltakat.

2. Fentiek figyelembevételével 2007. december 3-án a GVH a Tpv. 70. § (1) bekezdése alapján versenyfelügyeleti eljárást indított.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. Az eljárás alá vontat 1992. november 13-án alapították. A Xerox Magyarország Kft. a Xerox Corporation termékeinek hivatalos magyarországi importőre és forgalmazója. Az eljárás alá vont a felhasználóknak dokumentum-előállító termékeket és szolgáltatásokat biztosít.

4. Az eljárás alá vont fő tevékenységi köre

- otthoni és kis irodai multifunkciós berendezések,
- digitális irodai színes és fekete-fehér multifunkciós készülékek,
- nagyteljesítményű színes és fekete-fehér íves és tekerceses nyomtatók, nyomdaipari berendezések,
- szélesformátumú másoló, nyomtató és szkennelő berendezések,
- szoftverek, különféle szoftveres megoldások

forgalmazása, ezek karbantartása, üzemeltetése, illetve ezekhez az eszközökhöz kapcsolódó tanácsadás, papír és különleges hordozók értékesítése, nyomtatási, dokumentum kezelési szolgáltatások nyújtása.

5. Az eljárás alá vont 2006. évi nettó árbevétele 7.952.886 eFt volt.

6. A GVH még nem folytatott versenyfelügyeleti eljárást az eljárás alá vonttal szemben a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartás miatt.

A vizsgált termék főbb jellemzői

7. A nagy teljesítményű nyomdagépek fogyasztói a terméket termelési célra vásárolják. A termék nagy értékű termelő berendezés, amelyet egy bizonyos célfeladat megvalósítására

választanak ki a kínálatból. A termékek vásárlói alapos szaktudással rendelkeznek, így a fentiek alapján szakmai fogyasztónak minősülnek.

8. A döntés ezen a piacon jellemzően az adott gép műszaki tartalmára irányul. A már meglévő berendezésekhez történő illeszthetőség, a megbízható szervizhátér és a gép műszaki tulajdonságai egyaránt fontos szempontot jelentenek a döntéshozatal során. Ebből következően a márkahűség akkor kifizetődő a fogyasztó számára, ha a választott termék gyártója kellően innovatív, termékei folyamatosan megfelelnek a vásárlók változó műszaki igényeinek, az első vásárlás nem okozott csalódást és a kapcsolódó háttérszolgáltatásokkal – szerviz- elégedett.

9. A döntéshozatal hosszú folyamat, sokszor egy-másfél éves tárgyalások előznek meg egy-egy gépbeszerzést. A tényleges értékesítés személyes tárgyalások során valósul meg, és az intenzív személyes kapcsolattartás az értékesítés után is fennmarad. A berendezés ára eladó-vevő közötti alku eredménye.

10. A berendezések hitel- vagy lízingkonstrukcióban történő beszerzésekor a finanszírozó pénzintézet kiköt(het)i, hogy a berendezés vásárlója versenyeztetés útján válasszon a rendelkezésre álló kínálatból.

11. Helyettesítőként a fogyasztó számára csak más forgalmazó cégek¹ (a piacon tevékenykedő vállalkozások: Xerox, Océ, Konica-Minolta, Canon, Hewlett-Packard, Ricoh) berendezése vehető figyelembe. A potenciális fogyasztói kör megközelítően 2000-3000 vállalkozás az érintett földrajzi piacon.

12. Az eljárás alá vont, az érintett piacon tevékenykedő szakmai szervezet, a Magyar Nyomda- és Papíripari Szövetség és a forgalmazó partnerek egybehangzó nyilatkozata szerint a piacon aktív vállalkozások jellemző kommunikációs csatornája a szakvásárokon történő intenzív jelenlét, valamint az úgynevezett workshopok, ahol a berendezéseket forgalmazó vállalkozások szakmai rendezvények keretében tájékoztatják a potenciális fogyasztókat kínálatukról és aktuális fejlesztéseikről.

13. Reklámokkal a szakmában jellemzően csak szaklapokban jelennek meg a forgalmazó vállalkozások, amelyek a vállalkozások és a szakmai szövetség értékelése szerint elsősorban image jellegű reklám, melyek a piaci jelenlétet hivatottak jelezni. Ezen reklámok jelentősége véleményük szerint az eladások tekintetében marginális, legfeljebb kapcsolatfelvételtre alkalmas.

A vizsgált magatartás

14. Az eljárás alá vont 2007 szeptemberében két szaklapban jelentette meg az alábbi hirdetést:

A vezető digitális nyomdagépek.

¹

A termék fényképe

A legtermelékenyebb színes digitális nyomdagép

A termék fényképe

A legjobb színes nyomdagép

A termék fényképe

A legnagyobb fekete-fehér digitális nyomdagép

XEROX

www.xerox.hu 06-0-436-8698 Technológia Teljeskörű Dokumentumkezelés Tanácsadás

15. A színes, egész oldalas a hirdetések két, a lehetséges vásárlók körében terjesztett havonta megjelenő szaklapban jelentek meg:

Print&Publishing: 10.000 példány

Magyar Grafika: 3.000 példány

A hirdetések megjelenésének időpontja egybeesett a szakmában szokásosan megrendezett szakvásárral.

II.

Eljárás alá vont álláspontja

16. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint fogyasztóik szakmailag hozzáértők, akiknek a megalapozott döntés elősegítése érdekében még azok eladása előtt teljes körű műszaki specifikációt ad a vállalkozás.

17. Állítása szerint a hirdetéssel kapcsolatosan nem az volt a célja, hogy befolyásolja a fogyasztókat, mert szakmai tapasztalatai alapján ebben a szakmában a hirdetések erre nem alkalmasak, hanem a vállalkozás piaci stabil jelenlétét kívánta prezentálni. Erre utal véleménye szerint az is, hogy a hirdetésekben nem szerepelnek árak, vásárlási feltételek és engedmények, ezek kialakítását a cég a személyes kapcsolatfelvétel során kommunikálja a potenciális vevők felé.

18. A kifogásolt jelzős szerkezetekkel kapcsolatosan elismerte, hogy önmagukban valóban szerencsétlen választásnak minősülnek, ugyanakkor a reklám célja az volt, hogy a Xerox saját portfóliójának választékát a vásárlók elé terjesszék. A hirdetésekben szereplő konkrét, felsőfokú árujelzőt tartalmazó kijelentésekkel kapcsolatban az alábbiakat adta elő az eljárás alá vont:

„A legtermelékenyebb színes digitális nyomdagép”

A Xerox portfólión belül a vágott íves nyomtatók között az eljárás alá vont által a hirdetésben szereplő jellemzővel a valóságnak megfelelően jellemezhető az Igen3 típusú nyomtató, amelynek fényképe a reklámban e jelző felett szerepel. Műszaki jellemzői alapján a Xerox kínálatában sebessége alapján ez a legtermelékenyebb, leggyorsabb nyomdagép.

„A legjobb digitális színes nyomdagép”

A ducuColor 8000AP termék, amelyre a reklámkijelentést az eljárás alá vont közzétette, a folyamatos innováció miatt a korábbi verzióknál jobb minőségű, a Xerox portfólión belül a legjobb termék.

„A legnagyobb digitális fekete-fehér nyomdagép”

A reklámban megjelentetett jelzők az eljárás alá vont azért látta indokoltnak, mert a fenti jelzővel hirdetett Nuvera 288 típusú gép vágott lapos a Xerox portfóliójának legnagyobb termelőerővel rendelkező gépe.

„Vezető digitális nyomdagépek”

A reklámban szereplő három géptípus kifejezetten a nyomdaiparnak készült rendszer, s mindhárom berendezés a Xerox portfólión belül kiemelkedő egyedi tulajdonságokkal rendelkezik. A szlogennel az eljárás alá vont ezeket a vezető előnnyel rendelkező tulajdonságokat kívánta hangsúlyozni a pontos típusok megjelölése nélkül.

19. Az eljárás alá vont kérte az eljárás megszüntetését, mert álláspontja szerint az érintett piacon a hirdetések szerepe elenyésző az értékesítési folyamat során, ezért a reklámokban szereplő kijelentések nem lehettek alkalmasak a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására.

20. A Versenytanács előzetes álláspontjára reagálva az eljárás alá vont megerősítette, hogy írásbeli nyilatkozatait és egyéb észrevételeit változatlan formában fenn kívánja tartani. Ugyanakkor nyilatkozott arról, hogy továbbra is elismeri a kifogásolt reklámmal kapcsolatos, nem teljes mértékben megfelelő szövegeztést, ezért az előzetes álláspontra további érdemi észrevételt nem kíván tenni, az abban foglaltakat elfogadja. Az eljárás alá vont nyilatkozatban jelezte továbbá, hogy tárgyalás megtartását nem kéri.

III.

A Versenytanács döntése

Jogi háttér

21. A Tpv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árjelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

22. A Tpv. 9.§-a szerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

23. A Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének d) és f) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

A tájékoztatások alkalmassága fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására

24. A „legtermelékenyebb színes digitális nyomdagép”, a „legjobb színes digitális nyomdagép”, a „legnagyobb fekete-fehér digitális nyomdagép” és a „vezető digitális nyomdagépek” kijelentések egyértelmű piacelsőségi állításokat fogalmaznak meg. A piacelsőségi kijelentést tartalmazó reklámok esetében irányadó, hogy a fogyasztókhöz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben közreadójának kell igazolnia. (lásd Fővárosi Bíróság Vj-49/2001. sz. ügyben hozott 3.K. 31.893/2001/7. számú ítéletét, illetve a Vj-97/1995. sz. ügyben hozott 2.K. 39.757/1995/3. sz. ítéletet).

25. A Vj-68/2003. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat felülvizsgálata tárgyában elsőfokon eljáró Fővárosi Bíróság 2.K. 33494/2003/8. számú (a Fővárosi Ítéletábrla 2 Kf. 27.257/2004/5. számú ítéletével helybenhagyott) ítéletében kiemelte, hogy a fogyasztói döntések jogszerű befolyásolása esetén az eljárás alá vontnak már a reklám közzététele előtt nyilvánvalóan rendelkeznie kell olyan vizsgálati eredménnyel, mely állításait mindenben alátámasztja. Ellenkező értelmezés ugyanis – nem kívánatos módon - a vállalkozások kellő alap nélküli állításainak elszaporodásához nyitna utat.

26. Az eljárás alá vont egyértelműen elismerte, hogy a reklámkijelentések közzététele előtt piackutatást versenytársai körében nem végzett, és nem állnak rendelkezésére olyan adatok, amelyekkel igazolni tudná, hogy a megjelenített kijelentések megfelelnek a valóságnak a versenytársak által forgalmazott nagyteljesítményű nyomdagépek tekintetében.

27. A Versenytanács álláspontja szerint a jogsértés megállapíthatósága szempontjából közömbös, hogy a vállalkozás a kifogásolt állítást miként értelmezi, a közléssel mit szeretett volna kifejezésre juttatni – azokat a fogyasztó szempontjából kell értelmezni. Így nem fogadható el az eljárás alá vont azon védekezése, mely szerint a piacelsőségi állítások saját portfólióján belül megfelelnek a valóságnak. A Versenytanács többször kifejtett álláspontja szerint a felsőfokú jelző használata önmagában jogellenes, ha az adott áru tekintetében az összehasonlítás tárgyi feltételei hiányoznak.

28. A vizsgált magatartás tekintetében továbbá egyértelműen megállapítható, hogy az eljárás alá vont által közzétett hirdetésekben, az általa forgalmazott termékekre alkalmazott felsőfokú árjelzők a termékek lényeges tulajdonságaira vonatkoznak, ezért alkalmasak lehetnek a fogyasztói döntés befolyásolására.

29. A termék, jellegét tekintve speciális, magas beszerzési költségű termelőeszköz, melynek potenciális fogyasztói széleskörű szakmai ismeretekkel rendelkeznek, valamint a termék kiválasztásakor hosszas keresési folyamatot folytatnak, ennek során részletesen összehasonlítják a piacon levő termékeket, s a választás során nem csak az alapgép tulajdonságait és árát, hanem az ahhoz kapcsolódó szervizszolgáltatást is figyelembe veszik. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált tájékoztatással megcélzott fogyasztók tehát szakemberek, akik termékek közötti választás során szakmai ismereteik birtokában, illetve annak alkalmazásával járnak el.

30. A Tptv. 9. §-ában foglalt értelmezési szabály, miszerint a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetve a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e, szem előtt tartásával, a Versenytanács a szakmai fogyasztói kör megtéveszthetőségi mércéjét a hozzá nem értő fogyasztókéhoz képest magasabbra teszi. Azonban piacelsőségi állítások esetében a

magasabb elvárás csak korlátozottan érvényes, hiszen még a szakmai fogyasztó sem rendelkezik teljes körű, valamennyi forgalmazóra és termékre vonatkozó információval, tehát a piacelsőségi állítás valóságtartalmának a szakmai fogyasztó is kénytelen hitelt adni.

31. A reklámok a fogyasztói döntéseket befolyásoló jellegének értékelésekor figyelembe kell venni azt a szempontot is, hogy az eljárás alá vont állítása és az eljárásban beszerzett egyéb információk alapján, az érintett szakmában a reklámok közzétételének célja, hogy elősegítse a kapcsolatfelvételt a potenciális fogyasztókkal. A hirdetések megjelenésének időpontja egybeesett a szakmában szokásos szakvásár idejével, így a vizsgált reklámokban szereplő piacelsőségi kijelentések ösztönözhatték a fogyasztót arra, hogy elsőként az eljárás alá vont standját keressék fel, s ott kezdjék meg a beszerzési tárgyalásokat.

32. A jogsértés versenyre gyakorolt hatását jelentősen csökkenti, hogy a gondosan eljáró szakmai fogyasztónak más információs forrásokból, szakvásárokon és a szakmában szokásos workshopokon a konkrét termék részletes specifikációjának megtekintésén kívül lehetősége nyílt a konkurens termékekkel történő összehasonlításra is.

A Versenytanács döntése

33. A fentiek alapján az eljárás alá vont a piacelsőségi állítások közzétételével hiányos ill. bizonyítékokkal alá nem támasztott tájékoztatást tett közzé, ezáltal a termék valós megítélését, más, piacon kínált termékekkel történő összehasonlítás lehetőségét korlátozta. A Versenytanács megállapította, hogy a vizsgált tájékoztatásokban megjelent piacelsőségi állítások mindegyike esetében a vizsgált magatartás a Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütköző.

34. A Versenytanács a fogyasztói döntés sajátosságait nem a jogsértés megállapíthatósága, hanem a bírság mértékének tekintetében vette figyelembe. A vizsgált termék és a termékkel kapcsolatos döntési folyamat sajátosságai miatt a jogsértés versenyre gyakorolt hatása csekély, ezért Versenytanács bírság kiszabását nem tartotta indokoltnak.

35. A Versenytanácsnak nem állt rendelkezésére egyértelmű adat arra nézve, hogy az eljárás alá vont jelenleg is folytatja-e a jogsértő magatartást, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adva a fogyasztóknak, így a Versenytanács a jogsértés Tpvt. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett nem tartotta indokoltnak a jogsértő magatartás további folytatásának ugyanezen bekezdés f) pontja szerinti megtiltását. Jelzi ugyanakkor az eljárás alá vont számára, hogy újabb versenyfelügyeleti eljárásra adhat alapot, ha ismételtan tanúsítja a jogsértő magatartást.

IV.

Egyebek

36. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpvt. 45. §-n, illetékessége a Tpvt. 46.§-n alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

37. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2008. április 17.