



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Vj-057-30/2009

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Praktiker Építési- és Barkácspiacok Magyarország Kft.** Budapest eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása és a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult eljárásban nyilvánosan tartott tárgyaláson meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t .**

A versenytanács megállapítja, hogy a Praktiker Építési- és Barkácspiacok Magyarország Kft. jogsértően adott tájékoztatást az általa forgalmazott Yakimoto elektromos kerékpár által megtehető maximális távolságról 2007. évben egy alkalommal, 2008. évben több alkalommal az eljárás alá vont reklámújságban megjelentetett, továbbá honlapokon és áruházi táblákon.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel lehet kérni.

### **I.**

#### **A vizsgálat indításának körülményei**

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) úgy észlelte, hogy a Praktiker Építési- és Barkácspiacok Magyarország Kft. (a továbbiakban: Praktiker) az országos terjesztésű és a honlapján is közzétett reklámkiadványaiban, helyi kiadványaiban, valamint az áruházaiban elhelyezett árucímkéken a Yakimoto elektromos kerékpárra vonatkozóan olyan módon jelenítette meg az információkat, hogy azok alkalmasak lehetnek arra, hogy megtévezzék a fogyasztót és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

2. Az eljárás alá vont fenti magatartással valószínűsíthetően megsértette

- 2008. szeptember 1-jét megelőzően a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének,
- az ezt követően közzétett tájékoztatások tekintetében pedig a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-ának

a rendelkezéseit.

3. A GVH a fentiek alapján 2009. április 30-án versenyfelügyeleti eljárást indított a Praktiker ellen.<sup>1</sup> A vizsgálattal érintett időtartam 2007. május 15-től az ügyindítás napjáig terjedt. A vizsgálat kezdőnapja: 2009. április 30. A vizsgálat kiterjedt az eljárás alá vontnak a Yakimoto elektromos kerékpár lényeges jellemzőivel kapcsolatos teljes tájékoztatási gyakorlatára, amely magában foglalta valamennyi, a fogyasztókhöz eljuttatott összes kommunikációs anyagot.

4. A 2008. szeptember 1. előtt megjelent tájékoztatók esetében a közérdek védelmének szükségessége indokolta a versenyfelügyeleti eljárás megindítását az eljárás alá vont vállalkozásnak az érintett piacon meglévő jelentős piaci részesedésére, a potenciális fogyasztók széles köréhez eljutó tájékoztatási eszközökre, valamint a hosszú periódusra (a 2007. május 15-től kezdődő forgalmazást követően 2007. június 22-től 2008. szeptember 1-jéig) kiterjedő tájékoztatási gyakorlatra tekintettel.

A 2008. szeptember 1-jétől megjelenő tájékoztatók esetében a versenyfelügyeleti eljárás megindítását - az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése a) pontja alapján - a gazdasági verseny érdemi érintettsége indokolta, mivel az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat az ország egész területén fennállt, az eljárás alá vontnak minden áruházát érintette és a jogsértés hosszú időszakra (2008. szeptember 1-jétől az ügyindítás napjáig) kiterjedt.

5. A versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást a termék maximális sebességével kapcsolatos tájékoztatásra vonatkozóan a Vj-057-29/2009. sz. végzésében megszüntette.

## II.

### Az eljárás alá vont

6. A Praktiker a hazai barkácskereskedelmi szektor meghatározó képviselője, fő tevékenységi köre a barkácsipari termékek értékesítése és a kapcsolódó szolgáltatások ellátása. Jelenleg országszerte 19 áruházat működtet. Kínálatában mintegy 55.000 termék található, melyek meghatározó körét az építőanyag, szerszám, gép, szaniteráru, csempe, bútor, dekoráció, kertészeti termékek, elektromos szerszám termékek, háztartási eszközök, berendezések és gépek, autóiipari felszerelések, sportszerek, játékok, és egyéb termékek képezik. Az eljárással érintett elektromos kerékpár termékcsoport nem tartozik a Praktiker meghatározó profiljába.

7. A Praktiker belföldi értékesítésének nettó árbevétele 2008. évben 42.840.204 ezer forint, adózott eredménye pedig 1.980.509 ezer forint volt<sup>2</sup>.

8. Fogyasztóvédelmi ügyben az eljárás alá vonttal szemben korábban egy versenytanács eljárást volt folyamatban.<sup>3</sup> A versenytanács a Budapest Hitel- és Fejlesztési Bank Nyrt. ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított versenyfelügyeleti eljárásba ügyfélként bevonta – többek között - a Praktikert is, mivel a vállalkozás valószínűsíthetően részese volt a vizsgált magatartásnak. A Budapest Bank által kibocsátott, az eljárás alá vont partnerekkel megkötött együttműködési megállapodásokkal érintett hitelkártyák kapcsán közzétett jogsértő tájékoztatásokkal kapcsolatban a versenytanács nem zárta ki az eljárás alá vont partnerek versenyjogi felelősségét, azonban csekély mértékűnek tartotta és végül a partnerek, így a Praktiker vonatkozásában is, a versenyfelügyeleti eljárást megszüntette.

---

<sup>1</sup> A versenyfelügyeleti eljárást megindító végzést a Vj-057/2009. számú irat tartalmazza.

<sup>2</sup> A társaság 2008. évi mérlegének Eredménykimutatás rovatát a Vj-057-002/2009. irat 2. számú melléklete tartalmazza.

<sup>3</sup> Vj-76/2007. számú, 2007. október 16-án hozott határozat.

### III.

#### Az elektromos kerékpárok

##### *Az elektromos kerékpárok jellemzői*

9. A járművek körében a külső megjelenést illetően az elektromos kerékpárok piaca változatos képet mutat. Vannak a mechanikus kerékpárokhoz nagyon hasonló megjelenésű elektromos kerékpárok, léteznek extrémebb, de egyértelműen kerékpárként azonosítható ún. „diszkóváltozatok”, továbbá vannak olyan elektromos kerékpárok, amelyeket az avatatlan szemlélő robogóként azonosíthat. Az elektromos kerékpárok a KRESZ szerint (1/1975. (II. 5.) KPM-BM együttes rendelet, 1. számú függelék, II/r. pont) kerékpárnak minősülnek.

10. Az elektromos kerékpárok műszaki paramétereinek jellemzői:

- a jármű hub-motorral van felszerelve, amely lehet az első vagy a hátsó kerékben,
- a motor 36 Voltos, amelynek teljesítménye általában 200 Watt fölött, de 300 Watt alatt van,
- a kerekek 24-26” (esetleg kisebb, pl. 18”) küllős kerékpár-kerekek,
- a hatósugár 20-40 kilométer,
- az elérhető legnagyobb sebesség 20-30 km/h,
- a jármű pedállal, emberi erővel is hajtható (esetleg motorral és pedállal egyidejűleg).

11. Az elektromos kerékpárok esetében a műszaki paraméterek behatárolhatók, mivel a motorteljesítményt korlátozott. A motorteljesítmény határozza meg az elérhető maximális sebességet. Az elektromos kerékpárok hatósugara azonban növelhető, amely nagyobb kapacitású akkumulátorok, vagy két akkumulátor-garnitúra alkalmazásával érhető el. Ha az egyik garnitúra lemerül, át lehet kapcsolni a másikra, miközben az út folytatható. Ha pedig minden akkumulátor kimerül, a kerékpárhoz hasonlóan lábbal hajtható a közlekedési eszköz.

12. Az elektromos kerékpárok motorteljesítménye 200-300 W közötti (leggyakrabban 240 W). Egy akkutöltéssel 20-40 kilométert lehet megtenni velük 20-30 km/h sebességgel. Magyarországon 300 W a felső határ, e felett a teljesítmény felett már nem kerékpárnak számít a szerkezet. Az erősebb motorral felszerelt jármű nagyobb sebességre képes, így komolyabb fék és más biztonsági berendezések is szükségesek hozzá. Az akkumulátorok különbözők lehetnek, amely befolyásolja a két töltés között megtehető távolságot.

13. Az elektromos kerékpárok piaca viszonylag új termékpiac, értékesítésükkel számos kerékpáros szakbolt (pl. Elektromos Biciklik Háza, Mikroprofit Kft, Robogó 3K Kft, Robogó Centrum), internetes portál (pl. Velox elektromos kerékpárok honlapja, [www.bicaj.hu](http://www.bicaj.hu)), barkácsáruház (pl. Praktiker, OBI) és hipermarket lánc (Tesco, Interspar, Auchan) foglalkozik. Az elektromos kerékpárok piaca széles termékválasztékból áll, műszaki adottságaik, kivitelezésük, fogyasztói áraik között jelentős eltérés van. Így pl. a fogyasztói ár gyártmány, teljesítmény és kivitel függvényében 100.000 Ft és 250.000 Ft között szóródik. Jelentősebb márkanevek között a hazai piacon a Velox, a Tornado, a Sellő, az AVE Tour-e, Premium MTB-Lithium elnevezésű termékek említhetők meg, amelyek a hazai kínálat állandó résztvevői. A főbb márkák mellett megjelennek az egyszeri behozatalt jelentő, kedvezőbb árfekvésű márkák is, ilyen pl. a Praktiker által forgalmazott Yakimoto kínai gyártmányú termék, amelyet a DDP Invest Kft. importál kizárólag a Praktiker részére.

14. Az eljárással érintett Yakimoto elektromos kerékpár eredeti fogyasztói ára 101.900 Ft volt, amelyet mérsékelt a Praktiker az akciók ideje alatt. Megjelenésében, kényelmében inkább hasonlít a hagyományos kerékpárra, mint a robogóra.

15. A közúti járművek műszaki megvizsgálásáról szóló 5/1990. (IV. 12.) KöHÉM rendelet csak a segédmotor kerékpártól nagyobb teljesítményű járművekre (50cm<sup>3</sup>-nél nagyobb) vonatkozik, ezért a Yakimoto elektromos kerékpárt a rendelet értelmében nem kell a forgalomba hozatal előtt engedélyeztetni a Nemzeti Közlekedési Hatóságnál.

16. Az eljárással érintett Yakimoto elektromos kerékpár származási országa Kína, és gyártója a Yongkang Hulong Electric Vehicle Co., Ltd., No.468 North Jiulong Road, East of Yongkang City, Zhejiang, Kína.

17. A termék szállítója a DDP Invest Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (székhelye 1033 Budapest, Szentendrei út 89-95.), amely 2005. december 16. napján kötött szállítási keretszerződést a Praktikerrel, és 2007. május 15-től kezdődően szállította a termékeket értékesítési célra az eljárás alá vonthoz.

18. A fogyasztói kör rendkívül széles, minden fogyasztó érintett lehet. A fogyasztói kör jellemzően magánfogyasztókból áll, de előfordul egyes cikkeknel közületi vásárlás is. Az elektromos kerékpárt ma még elsősorban az idősebb és egészségükben korlátozott személyek vásárolják, mivel általuk kedvezőbb feltételekkel vehetnek részt a forgalomban, mint a robogók vagy egyéb, motorral felszerelt járművek, használhatóak a járdán is, ugyanakkor kevesebb fizikai energiával működtethetők, mint a kerékpárok. A vásárlók más része környezettudatos fogyasztó, illetőleg kényelmi szempontok miatt választja a terméket.

#### IV.

#### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

19. A Praktiker 2007. május 15-én kezdte értékesíteni a 204269. cikkszámú Yakimoto elektromos kerékpárt, amelynek akciós értékesítését 2007-ben egyszer és 2008-ban négy alkalommal hirdette meg országos terjesztésű, és szintén 2008-ban egy további időszakban két áruházat érintő reklámkiadványában.

A hirdetési időszakok az alábbiak voltak:

Hirdetési időszak	Hirdetett fogyasztói ár Ft-ban
2007. június 22-július 5. (országos)	94990
2008. június 20-július 3. (országos)	91990
2008. július 18-július 31. (országos)	87990
2008. aug. 29-szept. 11. (országos)	87990
2008. szept. 12-szept. 25. (országos)	87990
2008. okt. 17-november 6. (Kecskemét, Szeged)	87990

20. Az eljárás alá vont a Yakimoto elektromos kerékpárok értékesítési időszaka alatt a termék műszaki tulajdonságairól az alábbi kommunikációs eszközök segítségével adott tájékoztatást a fogyasztóknak:

Kommunikációs eszközök			
Megnevezése	Megjelenés időszaka	Példányszáma	Költsége (Előállítási + terjesztési ktg)
<a href="http://www.praktiker.hu">www.praktiker.hu</a> termékkereső felület	2007. 05. 15-2009. 05.15.	-	-
<a href="http://www.fotexnet.hu/praktiker_aruhaz">www.fotexnet.hu/praktiker_aruhaz</a>	Nem ismert – 2009. 07. 02	-	-
Praktiker reklámkiadvány (országos)	2007. június 22-július 5.		
Praktiker reklámkiadvány (országos)	2008. június 20-július 3.		
Praktiker reklámkiadvány (országos)	2008. július 18-július 31.		

Praktiker reklámkiadvány (országos)	2008. aug. 29-szept. 11.		
Praktiker reklámkiadvány (országos)	2008. szept. 12-szept. 25.		
Praktiker reklámkiadvány (Kecskemét, Szeged)	2008. okt. 17-november 6.		
Áruházi táblák <sup>4</sup>	n.a.	n.a.	-

21. A hatótávolság tekintetében a reklámkiadványokban kétféle tájékoztatás volt olvasható:
- 2007. június 22. – július 5. közötti reklámkiadvány: „40-50 km hatótávolság (a fenti adatok a terhelés és körülmények függvényében változhatnak)”, illetőleg ezeket az adatokat tartalmazták a hatótávolságról az áruházi tájékoztató táblák és a honlapok is,
  - a 2008-ban közzétett reklámkiadványok mindegyikében ez a szöveg olvasható: „kb. 35-40 km hatótávolság”.
22. A termék angol és magyar nyelvű használati útmutatója a korábban bemutatott fogyasztói tájékoztatásokban szereplő értékeknél a hatótávolságot mutató tól-ig értékek – 25-50 km - tekintetében alacsonyabb alsó értéket tartalmaz.

## V.

### A beszállító által adott tájékoztatás

23. A Yakimoto kerékpár importőre, a DDP Invest Kft. ügyvezető igazgatója 2009. június 8-án megerősítette<sup>5</sup>, hogy *a kerékpárokat bevizsgálta* a cége, ezért a bevizsgálást tartalmazó dokumentumokkal alá tudja támasztani a maximális hatótávolságra és maximális sebességre vonatkozó állításokat. Megjegyezte, hogy a bevizsgálási kötelezettséget semmi nem írta elő, azt önszántából végezte el.

24. Az importőr a GVH-nak 2009. június 16-án nyújtotta be az előzőekben hivatkozott mérési jegyzőkönyveket<sup>6</sup>. (Ezen iratok megegyeznek az eljárás alá vont által benyújtott dokumentumokkal.) A másolatban benyújtott iratok kézzel írtak és kizárólag az ügyvezető igazgató aláírásával vannak ellátva, nélkülözve a jegyzőkönyv formai követelményeit. A mérési jegyzőkönyv elnevezésű iratban foglaltak szerint az ügyvezető igazgató kipróbálás útján tesztelte a kerékpárt, egyszer Kínában (a gyár kijáratánál) és egyszer Magyarországon (Pálmonostori bekötő).

- A 2007. április 18-án Kínában végzett próba eredményeként a feltöltött akkumulátor 48,8 km megtétele után merült le.

- A 2007. július 21-én Magyarországon végzett próba eredményeként a feltöltött akkumulátor 26,2 km megtétele után merült le.

25. Az importőr a termék leszállítása előtt a Praktiker rendelkezésére bocsátotta:

- a) a YAKIBIKE BX 261 Elektromos kerékpár<sup>7</sup> elnevezésű termékére 2007. 03. 26. dátummal kiállított CE Megfelelőségi nyilatkozatot, melyben a LEAD Testing and Certification

<sup>4</sup> Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az áruházi táblák költsége nem számottevő, mivel az egy normál fénymásolatból áll, amelyek cserélhetők egy Praktikeres keretben. (Erről mintát a Vj-057-009/2009. számú irat tartalmaz.) A Vj-057-017/2009. irat szerint az eljárás alá vont nem tudott arra vonatkozóan tájékoztatást adni, hogy az áruházi táblák minden áruházban folyamatosan (2007. május 15-től 2009. június 10-ig) az üzletekben láthatóak voltak-e.

<sup>5</sup> A feljegyzés a Vj-057-014/2009. iratban található.

<sup>6</sup> A Vj-057-003/2009. számú iratban található.

<sup>7</sup> Yakibike a termék eredeti elnevezése.

(UK), Ltd. tanusította, hogy a YAKIBIKE BX261 Elektromos kerékpár megfelel a rendeltetészerű biztonságos használatnak, valamint a vonatkozó EC direktívák előírásainak<sup>8</sup>. A megfelelési nyilatkozat nem tartalmazott információt a termék hatótávolságára vonatkozóan.

b) Angol nyelvű használati útmutató<sup>9</sup>

- A főbb műszaki adatok között az alábbi információk szerepelnek:
  - o Maximális sebesség: 25 km/h
  - o Hatótávolság: 25-50 km
  - o Leadott teljesítmény: 250 W
  - o Maximális terhelhetőség: 125 kg
  - o Normál terhelhetőség: 75 kg
- A kapacitásra vonatkozó leírás szerint:
  - o Az elektromos kerékpár akkumulátora 40-60 km-es kapacitású, amely számos tényezőtől függ, így pl. a vezető súlyától, a széltől, az útviszonyoktól és a pedál használatától. Bizonyos modellek 60-100 km megtételére is képesek.

c) Yakimoto 26" e-bike<sup>10</sup> magyar nyelvű használati útmutató<sup>11</sup>

A főbb műszaki adatok között szerepelnek az alábbi információk:

- Maximális sebesség: 25 km/h
- Hatótávolság: 25-50 km
- Névleges teljesítmény: 250 W
- Maximális terhelés: 125 kg
- Szokásos terhelés: 75 kg
- A kapacitással kapcsolatos részben szerepel, hogy *„A kerékpár 25-50 km-t tud megtenni az akkumulátorral. Ez a távolság sok tényezőtől függ. A sofőr súlyától, a széltől, az úttól, hogy használja-e a pedált, stb.”*
- Kiemelt figyelmeztetésben szerepel, hogy *„Ez a kerékpár városi, elsősorban aszfalton történő használatra alkalmas, nem terepviszonyok közötti használatra tervezték. A nem megfelelő használatból eredő meghibásodások javítási költségei a Vásárlót terheli.”*
- A javaslatok között az alábbi tanácsok emelendők ki:
  - „Ha hosszú távra megy, gazdaságosan használja az energiát. Így nagyobb távolságot tehet meg és az Ön számára is kényelmesebb.
  - Induláskor segítsen rá a pedállal. Menet közben is besegíthet a pedállal.
  - Lejtőn lefelé ne húzza a gázt, hagyja gurulni.”

d) Yakimoto 26" e-bike Szervizkönyv – Fontos figyelmeztetések<sup>12</sup>

- Tudnivalókat tartalmaz a kerékpár rendeltetészerű használatával, jótállási feltételekkel kapcsolatban és tartalmazza a szervizkönyvet, valamint a szervizek listáját. Nem tartalmaz információt a termék hatótávolságára és sebességére vonatkozóan.

e) E-mail az importőr ügyvezető igazgatójától a Praktiker részére<sup>13</sup>:

„25-30 km maximális sebesség és 40-50 km hatótávolság (???)<sup>14</sup> – környezeti viszonyoktól függően.”

---

<sup>8</sup> Az egyes irányelvek (98/37 EEC, 73/23 EEC, 89/336 EEC), valamint a CE megfelelési nyilatkozatot előíró 79/1997. (XII. 31.) IKIM és 31/99 GM-KHVM rendelet szövegét a Vj-057-005/2009. számú irat tartalmazza.

<sup>9</sup> A Vj-057-009/2009. számú irat 8. melléklete tartalmazza.

<sup>10</sup> Yakimoto a termék Magyarországon megváltoztatott elnevezése.

<sup>11</sup> A Vj-057-009/2009. számú irat 7. melléklete tartalmazza.

<sup>12</sup> A Vj-057-009/2009. számú irat 6. melléklete tartalmazza.

<sup>13</sup> A Vj-057-002/2009. számú irat 4. melléklete tartalmazza.

<sup>14</sup> A kérdőjelek az eredeti e-mailben is így szerepeltek.

## VI.

### Fogyasztói vélemények

26. 2007. május 15. és 2009. május 15. között a Praktiker által értékesített Yakimoto kerékpárokra vonatkozóan 17 db fogyasztói reklamáció érkezett<sup>15</sup>. A Praktiker által benyújtott tájékoztatás alapján az értékesített termékek 2,2%-ára jeleztek a fogyasztók hibát. A 17 panaszból 5 fogyasztó élt az akkumulátorra vonatkozó panasszal. Kifejezetten a termék hatótávolságára vonatkozott két panasz.

## VII.

### Az eljárás alá vont álláspontja

27. Az eljárás alá vont nyilatkozott, hogy a terméket előállító kínai vállalkozással (vö. 15. pont) gazdasági kapcsolata nincs, szerződéses kapcsolatot a termék uniós értelemben gyártónak minősülő importőrrel tart fenn (vö. 16. pont).

28. Az eljárás alá vont társaság úgy foglalt állást, hogy nem befolyásolta tisztességtelenül a vásárlókat ügyleti döntésük meghozatalában, továbbá meggyőződése, hogy a gyártó által a termék hatótávolsága, valamint teljesítménye vonatkozásában megjelenített adatok igazolhatóan a gyártó tesztelési eredményein nyugszanak, azok módosuló paraméterei a Praktikernek nem felróhatóak.

29. A Yakimoto elektromos kerékpár hatótávolságára vonatkozóan eltérő fogyasztói tájékoztatások jelentek meg: a Praktiker reklámkiadványaiban 40-50 illetve 35-40 km, a Praktiker áruházi és az internetes tájékoztatóin 40-50 km, a magyar és az angol nyelvű használati útmutatóban pedig egyaránt 25-50 km. Az eljárás alá vont az eltérő tájékoztatásra vonatkozóan az alábbiakat adta elő:

A Yakimoto elektromos kerékpár technikai paraméterei vonatkozásában a Praktiker az angol- és magyar nyelvű használati útmutatót tekintette kiindulási alapnak (25-50 km). A termék hatótávolságát a hirdetési felületeken az eljárás alá vont számszaki középértéken jelenítette meg annak alapján, amelyet a gyártó a részére e-mailben eljuttatott (40-50 km). Az eljárás alá vont nyilatkozata alapján az áruházi táblákon és az internetes felületeken a DDP Invest Kft. információit vette figyelembe a hatótávolságra vonatkozó információ közreadásánál.

30. A Praktiker nyilatkozata szerint a Yakimoto elektromos kerékpár tényleges maximális hatótávolságára vonatkozóan a 25-50 km-es hatótávolságot tekinti irányadónak. Rögzítette, hogy a társaság nem szakértője a terméknek, ezért a gyártói nyilatkozatokra hagyatkozott és maga nem végzett szakértői vizsgálatokat. Nyilatkozata szerint az elektromos kerékpárok esetében a hatótávolság fokozásában az akkumulátor típusa, teljesítménye, db-száma, és állapota a fő meghatározó. A gyakorlatban 40-50 km-re tehető egy átlagos minőségű akkumulátorral felszerelt kerékpár „ráségítés nélküli” hatótávolsága. A Yakimoto elektromos kerékpárok forgalomba kerülésére, műszaki előírásaira nem vonatkoznak a motorkerékpárokra vagy segéd-motorkerékpárokra irányadó szabályok. A motorral szerelt, pedállal is hajtható járművek paraméterei rendkívüli módon befolyásolhatók a külső

---

<sup>15</sup> Vj-057-002/2009. irat és annak 9. számú melléklete.

körülmények hatására. Mindenek előtt a terep- és az időjárás viszonyok (hőmérséklet és relatív légnedvesség, szélsébség) befolyásolják az akkumulátorok teljesítmény leadását, de az akkumulátor töltöttségi állapota, valamint a feltöltés száma is meghatározó. A gumi állapota, a vezető testsúlya, öltözete is nagyobb hatást fejt ki a könnyűszerkezetű járműveknél, mint a nehezebb járművek esetében.

31. Benyújtotta<sup>16</sup> a kézzel írott fénymásolt, kizárólag az importőr ügyvezető igazgatójának aláírásával ellátott „mérési jegyzőkönyveket”, amelyek arról tanúskodnak, hogy az ügyvezető igazgató maga, kipróbálás útján végezte el a kerékpár tesztjét, és a tapasztaltakat rögzítette egyszer Kínában és egyszer Magyarországon (lásd 24. pont).

### **VIII. Az eljárás alá vont vállalása<sup>17</sup>**

32. Az eljárás alá vont nyilatkozatában úgy ítélte meg, hogy a beadványaival teljes körűen bizonyította a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatásokban szereplő valamennyi állítását. Ugyanakkor kifejezte, hogy a Praktiker – a GVH-val egyeztetve – hajlandó többletkötelezettségeket vállalni a terméket megvásárolt valamennyi vevője irányában, ezért vállalná számukra többlet jótállási idő biztosítását.

### **IX. Tanúvallomás**

33. A tárgyaláson meghallgatott, a versenytanács által elfogultnak nem tekintett tanú elmondta, hogy a hatótávolság az egyik legfontosabb adat az elektromos kerékpárok tekintetében. Egy elektromos kerékpár vásárlójának és használójának tudnia kell, hogy mennyit tehet meg a kerékpár.

34. A megteendő maximális távolság számos körülménytől függ:

- Az egyik ilyen körülmény a használónak a súlya. Egy kétszer akkora súlyú használó körülbelül 35 %-kal kisebb távolság megtételére képes csak. Tehát számottevően különbözni fog a megtehető távolság, ha 95 kg-os a vezető vagy 50 kg-os.
- A másik lényeges körülmény az, hogy milyen módon használja valaki az elektromos kerékpárt, mennyire húzza a gázt, mennyire robogóként használja a kerékpárt, mert ha nagyobb energiát vesz ki a sebességre tekintettel, akkor ez csökkenti a megtehető távolságot. Lényegesen befolyásolja a maximális hatótávolságot az, hogy induláskor segít-e pedállal a vezető, vagy pedig teljes egészében az akkumulátor energiáját használja fel a kerékpár megindításához, mozgásba hozatalához.
- Az útviszonyok döntően befolyásolják a megtett úttávolságot, részben a domborzati viszonyok, felüljárók száma és az, hogy ilyenkor segít-e pedállal a használó, továbbá a kereszteződések száma is, hiszen, ha meg kell állnia a kerékpárral majd újraindítania, akkor ez nagy elektromos felhasználást jelent, ami csökkenti a távolságot, amit meg lehet tenni a kerékpárral.
- Az elektromos kerékpároknak az akkumulátor a lelke. Tapasztalatok szerint az akkumulátor a maximális teljesítményét az első öt feltöltést követően éri el, tehát egy teljesen

---

<sup>16</sup> Vj-057-004/2009. irat

<sup>17</sup> Vj-057-004/2009. irat



új, gyárilag töltött akkumulátor még nem nyújtja a maximális kapacitást. Kb. 350-400 teljes töltést követően kezd el csökkenni egy megfelelő minőségű akkumulátor kapacitása, azonban ha valaki egész kis használatot követően azonnal tölteni kezdi az akkumulátort, az nem használ az élettartamának és a teljesítményének.

- Annak jelentősége lehetett például, hogy városon belüli vagy városon kívüli a használat és a használat módja. Vidéken nagyobb a megtehető távolság, annak következményeként, hogy kevesebbszer kell megállni, mint nagyvárosi forgalmi körülmények között.

- Jelentősen befolyásolhatja a járművel megteendő maximális távolságot a guminyomás. Az elektromos kerékpárok gumiabroncsát célszerű erőteljesebben felfújni, keményebbre fűjni, ami a megtehető távolságot növelheti.

- További befolyásoló körülmény az, hogy milyen hőmérséklet mellett történik a használat. Nyáron nagyobb távolságot lehet megtenni ugyanazzal az elektromos kerékpárral, mint télen hidegben.

A tanú tapasztalatai szerint a gyári adatok korrektek, a hazai kipróbálás is általában visszaigazolja ezeket. A gyárilag megadott adatoknál valamivel többet, és picivel kevesebbet is el lehet érni a körülményektől függően.

## X.

### Jogi háttér a Tpvt., illetőleg az Fttv. alapján

#### Jogi háttér a 2008. szeptember 1-je előtti magatartás megítéléséhez

35. A Tpvt. III. fejezete tartalmazza a fogyasztóvédelmi célú versenyjogi normákat.

A Tpvt. 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdésének értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, 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 árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli; az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

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

#### Jogi háttér a 2008. szeptember 1-jétől kezdődő magatartás megítéléséhez

36. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén

valószínűleg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja, valamint h) pontja szerint ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Ugyanezen § (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat

- a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és
- b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

Az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése szerint a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

A (2) bekezdés szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

A (3) bekezdés alapján nem tekinthető a magatartás torzítására alkalmasnak a reklámban túlzó vagy nem szó szerint értendő kijelentések bevett, a reklám természetéből adódó mértéket meg nem haladó alkalmazása.

Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,

c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte,

d) az áru igénybevételéhez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny,

e) az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége,

f) az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés,

g) a vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései,

h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés, vagy

i) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tpv. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára, vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy

b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

37. A Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

A 78. § (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak – a határozatban azonosított – vállalkozás-csoportnak a jogsértő határozat meghozatalát megelőző

üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.

Ugyanezen § (3) bekezdése szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartásra, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## XI.

### A tényállás értékelése

38. A versenytanács a maximális hatótávolság tekintetében megállapítja, hogy az eljárás alá vont a magatartás tanúsítását megelőző időből származó bizonyítékkal nem tudta jelen eljárásban kifogásolt állításainak valóságtartalmát igazolni.

39. A versenytanács a maximális hatótávolság tekintetében a termék angol és magyar nyelvű használati útmutatójában szereplő értéket (25-50 km) látja elfogadhatónak, és ehhez képest megállapítja, hogy az eljárás alá vont tájékoztatásai ettől magasabb értékeket (35-40 km, illetve 40-50 km) tartalmaztak.

40. A versenytanács két okból sem látja elfogadhatónak az eljárás alá vont azon védekezését, hogy „számszaki középértéken jelenítette meg” a termék hatótávolságát. Egyrészt a 25 és az 50 számoknak a számtani átlaga 37.5 lenne, amely ugyan számtani átlaga az egyes hirdetésekben használt 35-40 km adatnak, de a 40-50 km maximális hatótávolságról adott tájékoztatás ennél az értéknél magasabb. A tájékoztatásokban szereplő mindkét érték tekintetében problémát jelent, hogy a valóságosnál szűkebb intervallumban határozzák meg a hatótávolságot, ezáltal – függetlenül a használat körülményeitől – olyan magasabb hatótávolságot ígérnek (legalább 35 km, illetőleg legalább 40 km), amit a jármű a valóságban minden körülmények között nem képes teljesíteni.

41. A 40-50 km-es érték a termék importőrétől kapott tájékoztatóban szerepel. A versenytanács megítélése szerint – kellő gondosság tanúsítása mellett – az eljárás alá vont vállalkozásnak észlelnie kellett volna a használati útmutatóban, illetőleg az importőrtől kapott tájékoztatásban szereplő adatok eltérését, és ezt követően azt is, hogy az importőrtől származó tájékoztatást saját mérési jegyzőkönyvei sem támasztják alá, hiszen Kínában 48,8 km távolságot, Magyarországon 26,2 km-t tett meg a tesztelés során. A Magyarországon mért adat fényében mindenképpen indokolatlan volt megemlíteni a hatótávolság tól-ig értékeinek használati útmutatóban szereplő alacsonyabb értékét.

42. A GVH figyelmeztette az eljárás alá vontat<sup>18</sup>, hogy az Fttv. 14. §-a alapján a GVH felhívására a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha az ügyfél nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.

43. Az eljárás alá vont a vizsgáló felhívása ellenére nem tudta hitelt érdemlően igazolni, a kerékpár maximális hatótávolságára vonatkozó állításait.

- a) A termék tesztelését nem végezte el (nem volt jogszabályi kötelezettsége ilyen vizsgálat végzése).

---

<sup>18</sup> Vj-057-001/2009. és Vj-057-008/2009. irat

- b) A beszállítótól származó, műszaki tesztelést mellőző, az egyszerű kipróbálás adatait rögzítő jegyzőkönyvben foglaltakat a versenytanács tartalmilag nem tekintette a reklámokban foglaltak alátámasztására alkalmasnak, különösen, hogy a két időpontban tapasztalt érték jelentősen eltért egymástól.
- c) Az importőr által írt e-mailben kérdőjelek szerepelnek a 40-50 km, mint maximális hatótávolság érték mellett. Erre tekintettel eljárás alá vont a szállító közlését nem fogadhatta volna el aggálytalannak, különösen, hogy az adatok eltértek az angol nyelvű (eredeti) és a magyar nyelvű (angolból fordítás) használati útmutatóban szereplő legfontosabb paraméterektől.

44. Nem fogadta el a versenytanács azt a magyarázatot, hogy az eljárás alá vont azért tüntetett fel nagyobb távolságot, mivel Magyarországon döntően nyáron használják az elektromos kerékpárokat. A műszaki paraméterekről adott tájékoztatást a kereskedő nem alapozhatja úgy az általa ismertnek vélt fogyasztói szokásokra, hogy erről ne adjon külön tájékoztatást. Másrészt a versenytanács azt sem látja bizonyítottnak, hogy az eljárás alá vont szisztematikusan összehasonlította volna a gyártás helye szerinti és a hazai felhasználási szokásokat és időjárási körülményeket és ebből vont volna le következtetést a megteendő távolságra nézve, különösen, hogy a hazai mérési eredmény éppen eltérő irányú változtatást indokolt volna.

## XII.

### Jogi értékelés

#### **A cselekmény megítélése a Tpv. alapján**

45. A versenytanács megállapította, hogy a tanúsított magatartás 2008. szeptember 1. napja előtt Tpv. 8. §-ának (2) bekezdésének a) pontjába ütközött, mely jogszabály szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

46. A 2008. szeptember 1-je előtti magatartás vonatkozásában, így a 2007. június 22. és július 5. között, a 2008. június 20-július 3. közötti, a 2008. július 18-július 31. közötti és a 2008. augusztus 29-szeptember 1. közötti időszakban érvényes országos reklámkiadványok és az internetes tájékoztatások, valamint az áruházi tájékoztatók hatótávolságra vonatkozó adatai lényeges tulajdonságnak tekinthetők, amely állítások nem fogadhatóak el valósaknak, egyrészt mert nem bizonyítottak, másrészt mert ellentmondanak más adatoknak.

47. A versenytanács a Vj-116/2007. számú határozatában utalt a Fővárosi Bíróság Vj-30/2007. számú ügyben hozott, 2.K. 33.639/2007/9. számú ítéletének azon megállapítására, hogy a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően - a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában, így pl. reklám által. A versenytanács utalt arra, ha egy vállalkozás kategorikus állítást fogalmaz meg, akkor az állítás

valóságnak való megfelelését a vállalkozásnak a reklám közzétételének időpontjában tudnia kell bizonyítani.

## **Az Fttv. alapján**

### *Jogszabályok alkalmazhatósága*

48. A Praktiker magatartásának a Tpv. III. fejezete 2008. szeptember 1-jétől hatályos rendelkezései alapján történő értékelésével kapcsolatosan megállapítható, hogy a Praktiker sérelmezett tájékoztatása a Grt. 3. §-ának d) pontja szerinti gazdasági reklám, ezáltal a Tpv. 8/A. §-ának figyelembevételével a Tpv. III. fejezete nem alkalmazható. A Grt. 2. § -a szerint ugyanakkor a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy. Mivel a Praktiker által alkalmazott kereskedelmi gyakorlat esetében a reklám címzettje nem e speciális kör, a Grt. rendelkezései sem alkalmazandóak.

### *Hatáskör*

49. A 2008. szeptember 1-jével kezdődő időszak vonatkozásában a vizsgált kereskedelmi gyakorlat tekintetében a verseny érdemi érintettsége az egyes kommunikációs eszközök vonatkozásában az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének egyes pontjain alapul, így például az országos terjesztésű reklámkiadványok esetében az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének b) pontja alapján, valamint az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének d) pontja alapján minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll. Mivel a Praktiker a kifogásolt kereskedelmi gyakorlatot országos kampány keretében valósította meg, így egységesen megvalósuló, azonos kereskedelmi gyakorlatokról van szó. Ekként indokolt a kampány egészének egységként történő kezelése, és a verseny érdemi érintettségének fennállása szempontjából a teljes kommunikáció vizsgálendő.

### *Az értékelés módszere*

50. Az Fttv. hármas követelményrendszert vezet be azáltal, hogy definiálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot (3. § (2) bekezdés), a megtévesztő (6-7. §) és agresszív (8. §) kereskedelmi gyakorlatot, továbbá a mellékletben példálózóan felsorolja a jellemző tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokat. A szabályozás logikájából (generális-speciális viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.

51. Mivel a kifogásolt kereskedelmi gyakorlatok a mellékletben szereplő gyakorlatok egyikének sem feleltethetők meg, jelen eljárásban a 2008. szeptember 1-jétől megvalósuló magatartás vonatkozásában - ahhoz, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat ténye bizonyítást nyerhessen két körülmény egyidejű fennállását kell bizonyítani. Egyfelől azt, hogy a Praktiker magatartása alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítette, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Másfelől azt kell bizonyítani, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ valóltan tény tartalmazott,

vagy valós tény, figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenített meg, hogy az megtévesztette vagy alkalmas volt arra, hogy megtéveszse a fogyasztót egy vagy több tényező tekintetében, így például műszaki jellemzői (maximális hatótávolság) vonatkozásában.

### *Eljárás alá vont*

52. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért az a vállalkozás felel, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A fentiek alapján az érintett termék tájékoztatására vonatkozó kereskedelmi gyakorlatban a Praktiker viseli a felelősséget, a magatartás tanúsítójaként és érdekeltként egyaránt.

### *Fogyasztói kör – ésszerűen eljáró fogyasztó*

53. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat tekintetében a fogyasztók sokfélék. Közéjük tartoznak olyan vásárlók, akik koruk, vagy fizikai fogyatkozásuk miatt érdeklődnek a termék iránt. Elektromos kerékpárt olyan fogyasztók is vásárolhatták, akik kényelmi szempontok miatt, vagy környezetvédelmi okból választották ezt a terméket a mechanikus kerékpárok helyett. A versenytanács megítélése szerint a jelen eljárásban vizsgált maximális hatótávolság megítélése egyformán nehéz mindegyik fogyasztói kör számára, hiszen a kapott tájékoztatás annyira egyértelmű volt, hogy semmilyen gyanú nem kellett, hogy felmerüljön azok valóságát illetően.

### *Ügyleti döntés*

54. A versenytanács álláspontja szerint egy elektromos kerékpár megvásárlása hosszabb, többelémű döntési folyamat, amely során a fogyasztó egyrészt a kereskedelmi kommunikációból, az internetes tájékoztatásból, az áruházi tájékoztató táblák alapján, továbbá személyesen, az üzletben kapott tájékoztatásból szerezhet információt. Ügyleti döntésként minősíthető az is, hogy a fogyasztó a versenytársak között választ (tehát először az üzletláncot); eldönti, pontosan melyik árut választja; és az is, hogy milyen feltételeket (pl. garanciális feltételek) választ. Ekként a fogyasztó a döntéshozatali folyamat során több ügyleti döntést is hoz, amelyek mindegyikének meghozatala esetén súlya lehet a vállalkozások által folytatott kereskedelmi gyakorlatoknak, vagyis a tisztességtelenség a döntési folyamat egésze során vizsgálható – összhangban a versenytanácsnak korábban a Tpv. III. fejezete körében kifejtett álláspontjával.

55. Önmagában az a tény, hogy az adott típusú elektromos kerékpár csak a Praktiker áruházakban volt kapható, nem zárja ki azt, hogy a fogyasztónak az áruházláncok közötti választásra irányuló döntése befolyásolja az áruházláncok közötti versenyt.

### *A kereskedelmi gyakorlat megtévesztésre alkalmassága*

56. Az Fttv. 6. §-ába ütköző magatartások megítélésekor két tényállási elem mérlegelendő: egyfelől, hogy alkalmas volt-e a gyakorlat a megtévesztésre (ezen belül eldöntendő, hogy a

gyakorlat valótlan vagy megtévesztésre alkalmas információt bocsátott a fogyasztó rendelkezésére), másfelől, hogy alkalmas lehetett-e a kereskedelmi gyakorlat arra, hogy az abban feltüntetettek alapján a fogyasztó olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

57. Az elektromos kerékpár vásárlásakor megállapítható, hogy az érintett fogyasztók számára lényeges tulajdonságnak minősül a teljesítmény, ezen belül, hogy a kerékpárral milyen messze tudnak menni egy akkumulátortöltéssel. Ennek megfelelően ezen tulajdonságok feltüntetése mindenképpen alkalmas lehetett arra, hogy a fogyasztó azok alapján olyan üzleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

58. A reklámkiadványokban, az internetes oldalakon, ezen felül az áruházi hirdetésekben a maximális hatótávolság vonatkozásában olyan adatokat tüntetett fel az eljárás alá vont vállalkozás, amelyeket nem tudott igazolni. Műszaki vizsgálatokat nem végzett és e két lényeges jellemzőkre vonatkozóan még az angol- és magyar nyelvű használati útmutatóban foglalt adatoknál (25-50 km) is kedvezőbb adatokat tüntetett fel (40-50 km). A termék maximális hatótávolságára vonatkozó adatokat fogyasztói szempontból valószínűsíthetően maga is fontos jellemzőnek ítéli, amelyet alátámaszt az a tény, hogy minden tájékoztatóban megjelenített. E két fontos jellemzőre vonatkozóan kedvezőbb adatokat szerepeltet azon tájékoztatókban, amelyek a vásárlási döntésük előtt álló fogyasztókhoz jutnak el. Az eljárás alá vont által benyújtott, a beszállítótól származó ún. mérési jegyzőkönyv sem formai, sem tartalmi szempontból nem felel meg az Fttv. 14. §-a szerinti bizonyítéknak, ezért a tájékoztatókban közölt adatok valótlansága állapítható meg. A 2008. szeptember 1-jétől kezdődő kereskedői gyakorlat (a 2008. szeptember 1. és szeptember 11. közötti, továbbá a 2008. szeptember 12. és szeptember 25. közötti, valamint a 2008. október 17. és november 6. közötti kiadványok, internetes oldalak és áruházi táblák kommunikációja) tekintetében a versenytanács megállapította az Fttv. 6. (1) bekezdés b) pontjának megsértését, mivel az áru lényeges tulajdonsága vonatkozásában olyan információt közölt a fogyasztóival, amelynek valóságát nem tudta igazolni és ezen információk alkalmasak arra, hogy az elektromos kerékpár potenciális fogyasztóinak üzleti döntéseit befolyásolják. Tekintettel az elektromos kerékpárok piacán megjelenő erős versenyre, ezen belül a megjelenésében, műszaki adottságaiban vonzó termékek széles körére, valószínűsíthető, hogy a fentiekben megjelölt fogyasztói kör nem a Yakimoto termék megvásárlása mellett döntött volna, ha az eljárás alá vont valós paramétereket közöl a teljesítményre vonatkozóan. Minderre tekintettel a versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont magatartása az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében meghatározott tilalomba ütközött.

59. A versenytanács nem tiltotta meg a kifogásolt magatartást, mivel az eljárás alá vont a termék reklámozását – annak értékesítésével együtt - befejezte.

### *Bírság*

60. A versenytanács bírság kiszabását nem tartotta szükségesnek.

61. A versenytanács bírságkiszabás ellen ható tényezőként vette figyelembe azt, hogy a magatartás csak szűk fogyasztói kört érintett, a fogyasztói sérelem nem volt jelentős, az eljárás alá vonttal szemben a Versenytanács fogyasztók megtévesztésével kapcsolatban korábban még nem alkalmazott bírságot, továbbá, hogy az eljárás alá vont a termék importőrétől kapott – valótlannak bizonyuló – adatokat szerepeltette tájékoztatójaiban, végezetül azt, hogy a jogsértő magatartással - a termék forgalmazásának beszüntetésével egyidejűleg - önként felhagyott.



### **XIII. Kötelezettségvállalás**

62. A versenytanács nem látta elfogadhatónak az eljárás alá vontnak a Yakimoto elektromos kerékpár jótállási idejének meghosszabbítására tett kötelezettség vállalását a Tpvt. 75. § (1) bekezdésében foglaltaknak megfelelő végzés meghozatalával. A kötelezettségvállalás ugyanis az eljárás alá vont mint eladó és a fogyasztók mint vevők közötti szerződés hibás teljesítéséből származó igények orvoslását segíti, de nem alkalmas arra, hogy az eljárás alá vont által adott tájékoztatás versenyjogi problémáit orvosolja.

### **XIV. Egyebek**

63. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

64. A GVH hatásköre a 2008. szeptember 1. napját megelőző magatartások tekintetében a Tpvt. 45. §-án, illetékessége a Tpvt. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

65. A 2008. szeptember 1. napján és azt követően tanúsított magatartásokra a GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) és (5) bekezdésén alapul, mely rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában egyebek mellett a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:

- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
- b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete, a nettó árbevétel nagysága alapján.

Budapest, 2009. szeptember 17.

**A termék maximális sebességére és maximális hatótávolságára vonatkozó információk az alábbiak szerint voltak elérhetők a fogyasztók számára**

Fogyasztók számára elérhető tájékoztató anyagok	Maximális sebesség km/óra	Maximális hatótávolság Km
Angol nyelvű használati útmutató	25	25-50
Magyar nyelvű használati útmutató	25	25-50
Praktiker reklámkiadványok		
• 2007. június 22-július 5. (országos)	25-30	40-50
• 2008. június 20-július 3. (országos)	25-30	35-40
• 2008. július 18-július 31. (országos)	25-30	35-40
• 2008. aug. 29-szept. 11. (országos)	25-30	35-40
• 2008. szept. 12-szept. 25. (országos)	25-30	35-40
• 2008. okt. 17-november 6. (Kecskemét, Szeged)	25-30	35-40
Praktiker áruházi tájékoztató táblák	25-30	40-50
<a href="http://www.praktiker.hu">www.praktiker.hu</a> (20090121)	25-30	40-50
<a href="http://www.praktiker.hu">www.praktiker.hu</a> (20090430)	25-30	40-50
<a href="http://www.fotexnet.hu/praktiker_aruhaz_">www.fotexnet.hu/praktiker_aruhaz_</a> (20090702)	25-30	40-50
<b>DDP Invest Kft által a Praktiker részére küldött e-mail (2007. 05. 31.) szerint<sup>19</sup></b>	25-30	40-50

<sup>19</sup> Vj-057-002/2009. irat