



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL  
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-134/2004/20.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **TESCO-GLOBAL Áruházak Rt.** (Budaörs) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztók tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban – nyilvános tárgyaláson – meghozta az alábbi

**h a t á r o z a t o t**

A Versenytanács megállapítja, hogy a TESCO-GLOBÁL Áruházak Rt. akciós kiadványában

- a 2004. június 2-15. közötti időszakra vonatkozóan a „TRION TR-8901 típusú daráló” és a budapesti Váci úti áruházára nézve a „Darling száraz macskaeledel 2 kg + 400 g ajándék”;
- a 2004. augusztus 11-22. közötti időszakra vonatkozóan az ajkai TESCO áruházra nézve a „Borges olivaolaj”; valamint
- a 2004. augusztus 24- szeptember 2. közötti időszakra vonatkozóan a szegedi TESCO áruházra nézve „Suliváró extra” ajánlatban meghirdetett „Könyvespolc”

termékekre a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott.

Ezt meghaladóan az eljárást megszünteti.

Kötelezi a TESCO-GLOBÁL Áruházak Rt-t, hogy a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül fizessen meg a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számlájára 5.000.000.- (azaz Ötmillió forint) versenyfelügyeleti bírságot.

A határozat felülvizsgálatát, annak kézbesítésétől számított harminc napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel kérheti a TESCO-GLOBÁL Áruházak Rt.

## **I n d o k o l á s**

### **I.**

#### **A vizsgálat iránya**

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) a TESCO-GLOBAL Áruházak Rt. (továbbiakban: Tesco) ellen 2004. augusztus 2-án versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel a fogyasztóktól és a fogyasztóvédelmi felügyelőségektől (továbbiakban: FVF) érkező Tesco elleni bejelentések és figyelemfelhívó jelzések azt valószínűsítették, hogy a Tesco reklámozási és tájékoztatási tevékenysége, akciótartási gyakorlata során olyan fogyasztó megtévesztő, illetve megtévesztésre alkalmas módszereket alkalmaz, amelyek sérthetik a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit. Az eljárás az alábbi konkrét cselekményekre terjedt ki:
  - (1) MTB kerékpár elérhetőségi problémája a 2004. május 26-tól június 1-ig tartó akcióban.
  - (2) Darling száraz macskaeledel 2 kg + 400 g ajándék felirattal hirdetett termék a 2004. június 2-től június 15-ig érvényes akcióban.
  - (3) TRION TR-8901 típusú daráló többlet funkciót ígérő felirattal reklámozása a 2004. június 2-től június 15-ig tartó akcióban.
  - (4) Polaroid napszemüveg nem a meghirdetett áron forgalmazása.
  - (5) Pohártartós kempingszék elérhetőségi problémája, a fogyasztó telefonon történő hitegetése.
  - (6) „Sztár ajánlat”-ként hirdetett Darling száraz kutyaeledel elérhetőségi problémája a 2004. július 14-től július 27-ig tartó akcióban.

- (7) Megtévésztlő jelölés, a „TOP RED” márkaneven forgalmazott termék fölött „magyar termék” nagyméretű felirat, a vonalkódos címkén származási ország Chile.
  - (8) Kotányi fűszerek magyar terméként feliratozása.
  - (9) „TESCO tejsokoládé egész mogyoróval, 100 g” megnevezésű termék anyag összetételi és jelölési hibái.
  - (10) Tej és tejtermékek, illetve azok imitátumainak pontatlan megnevezése, pl. „Margaréta tömlős sajt”, ami a gyártó címkéje szerint nem sajt.
- 2) Az eljárás 2004. szeptember 25-én kiterjesztésre került az alábbi magatartásra
    - (11) Elérhetőségi probléma a „Suliváró extra” ajánlatban meghirdetett, 4.990,-Ft-os áron kínált Könyvespolc esetében.
  - 3) Az eljárás 2004. szeptember 30-án kiterjesztésre került az alábbi magatartásra
    - (12) Elérhetőségi probléma a 2004. augusztus 11-től augusztus 22-ig érvényes akcióban meghirdetett, Borges olívaolaj+ ajándék kötény esetében.
  - 4) Az eljárás 2004. október 27-én kiterjesztésre került az alábbi magatartásra
    - (13) A „Csízio” nevű sajtimitátum félrevezető módon történő forgalmazása.

## II.

### A feltárt tényállás

- 5) A Tesco fő tevékenysége szerint 5211 számú TEÁOR besorolás alá tartozó élelmiszer vegyes kiskereskedelmet folytató vállalkozás. A hazai hipermarketeket üzemeltetők között piacvezető, 2003. évben 318 milliárd Ft nettó árbevételt realizált, 34%-kal többet, mint a megelőző évben.
- 6) A Tesco 1994. óta van jelen Magyarországon. Első hipermarketjét 1996. novemberében nyitotta meg Budapesten, a Pólus Centerben. Jelenleg 36 hipermarketet, 27 szupermarketet és 3 benzinkutat üzemeltet. A szupermarketeket Észak-nyugat Magyarországon működteti, első benzinkútját 2004. márciusában

nyitotta meg pesterzsébeti hipermarketje mellett, majd ezt követték a veszprémi és ajkai benzinkutak. Hipermarketjeivel országos lefedettséget biztosít magának. Valamennyi hipermarketje és benzinkútja folyamatos nyitvatartással, 0-24 óráig üzemel.

- 7) A Tesco – a fogyasztók tájékoztatására, érdeklődésük felkeltésére, döntéseik befolyásolására – széleskörű reklám tevékenységét folytat a következő formákban:
- kéthetente megjelenő akciós újság (kiadvány),
  - egyéb, alkalmoszerűen megjelenő akciós kiadvány,
  - TV, illetve rádió reklámok,
  - óriásplakátok, illetve egyéb utcai hirdetőfelületek.
- 8) A kéthetente megjelenő akciós újság a Tesco változó kínálattal rendezett akcióiról ad rendszeres tájékoztatást. A kiadványban hirdetett termékek minden áruházra vonatkozóan azonosak, kizárólag az árak tekintetében van eltérés, mivel az áruházak (jelenleg) kétféle árúrnába soroltak. A nagy példányszámban megjelenő akciós újságok kézbesítéssel jutnak el a fogyasztókhoz az áruházak vonzáskörzetében. A kéthetente megjelenő akciós újsággal egyidejűleg óriásplakátokon is hirdeti a Tesco egy-egy „sztár” ajánlatát. Ünnepek előtt, illetve szezonális eseményekhez kapcsolódóan eltérő időtartamra szóló, illetve eltérő formátumú (2-4 oldalas) kiadványokat/szórólapokat is megjelentet a Tesco.
- 9) Az eljárás tárgyát képező egyes termékekre nézve a vizsgálat az alábbiakat állapította meg.
- (1) Az akciós újságban és óriás plakáton is reklámozott MTB kerékpárból a hasonló kategóriájú kerékpárok előző évben elért forgalmához viszonyítva közel háromszoros mennyiséggel (3000 darabbal) készült fel a Tesco a 2004. május 26-tól június 1-ig meghirdetett akcióra. A termékből 2100 darabot a központi beszerzés osztott szét az áruházak között, a fennmaradó 900 darabból pedig az áruházak rendelhettek. Az akció első napján a 2100 darabból 2004 elfogyott, és Budapesten a Váci úti áruházban már délelőtt sem volt kapható.

- (2) A Darling száraz macskaeledel 2 kg + 400 g ajándék felirattal hirdetett termék a 2004. június 2-től június 15-ig tartó akció során Budapesten a Váci úti áruházban egyáltalán nem volt kapható.
- (3) A TRION TR-8901 típusú darálót a 2004. június 2-15. közötti időszakra az akciós újság húsdaráló, juice-készítő, dió- és mákdaráló felirattal hirdette, amivel szemben a készülék mákdaráló funkcióval nem rendelkezett.
- (4) A május 12-25. közötti időszakra vonatkozó akciós újságban 5.490.- forintos áron hirdetett Polaroid szemüveg a gyöngyösi áruházban az akció harmadik napjára elfogyott.
- (5) A 2004. május 26-tól június 1-ig meghirdetett akcióban szereplő Pohártartós kempingszékből a tervezett mennyiségnek csak mintegy 70 százaléka fogyott el. A Campona üzletházban levő Tesco áruházban azonban már az akció első napján elfogyott a termék, pótrendelés révén azonban a harmadik naptól ismét kapható volt a termék.
- (6) A Darling száraz kutyaeledel az esztergomi áruházban a 2004. július 14-től 27-ig tartó akció első napján elfogyott.
- (7) A szegedi Tesco áruházban 2004. július 29-én „TOP RED” márkaneven forgalmazott alma, a gyümölcs részleg pultja felett levő táblán magyar terméként volt feltüntetve, míg címkéjén származási országgént Chile volt feltüntetve. Egy vásárló észrevétele nyomán az áruház haladéktalanul kijavította a hibás feliratot.
- (8) A Kotányi fűszereken található „Köszönjük, hogy Ön is egy világhírű magyar márkát vásárolt” felirattal kapcsolatosan a Tesco megkereste a szállító Kotányi Hungária Kft-t, akitől azt a tájékoztatást kapta, hogy azt nem tekinti aggályosnak.
- (9) A Budapesti Fővárosi Állategészségügyi és Élelmiszer Ellenőrző Állomás (a továbbiakban: ÁÉÉÁ) megállapította, hogy a Tesco által forgalmazott „Tesco tejsokoládé egész mogoróval, 100 g” termék olyan anyagot (kókuszszír) is tartalmaz, amely ellentétes a Magyar Élelmiszerkönyv 1-3-2000/36. számú, kakaó- és csokoládétermékekre vonatkozó, 2003. január 1-jétől hatályos előírásában foglaltakkal. Ezért az ÁÉÉÁ ötvenezer forint minőségvédelmi bírságot szabott ki.

- (10) A 2004. március 3-tól 14-ig érvényes akciós újságban a Tesco „Margaréta tömlős sajt” elnevezéssel reklámozott termék növényi zsírból készült, amely ellentétes a Magyar Élelmiszerkönyv 1-3-1898/87. számú, a tej- és tejtermékekre vonatkozó rendelkezésével.
- (11) A Tesco „Suliváró extra” ajánlatában 4.990.- forintos áron szereplő Könyvespolc Szegeden már a 2004. augusztus 24-től szeptember 2-ig tartó akció kezdetén sem volt kapható. A vizsgálat során megállapítást nyert, hogy az adott terméket a szegedi áruházban tévedésből már az akciót megelőző napin kihelyezték az eladótérbe, és azt a fogyasztók meg is vásárolták.
- (12) A 2004. augusztus 11-22. közötti akció első napján az ajkai Tesco áruházban nem állt rendelkezésre a Borges olívaolaj vásárlása esetén az akciós újságban ígért ajándék kötény.
- (13) A vizsgálat során megállapítást nyert, hogy „Csízió tömb” elnevezésű termék esetében sem az akciós újságban, sem a plakátokon nem szerepelt olyan utalás, hogy a termék sajtnak minősülne.

### III.

#### A Tesco álláspontja

- 10) A Tesco nem vitatva az egyes vizsgált termékekre nézve a 9) pontban tett megállapításokat, indokoltnak tartja annak figyelembe vételét, hogy bár egyes esetekben történhetett valamely fokú nem jogszabálykonform magatartás, azonban azok megítélése során a Tesco üzleti magatartása – figyelemmel a Tesco gazdasági struktúrájára, működésére, méretére – nem hagyható figyelmen kívül. Nevezetesen az, hogy tevékenységét a Tpv-t-ben írt tisztességes(üzleti) magatartás alapelve szerint folytatja. A tisztesség alapelve – amely a magyar polgári jog egyik alapelve is – pedig azt jelenti, hogy az érintett az általában elvárható magatartást tanúsít. Az adott esetben is értékelni kell, hogy a Tesco az általában elvárható magatartást tanúsította/tanusítja. Ennek megítélése a Tesco piaci helyzetének, működési specifikumainak és a fogyasztók érdekében tett lépései teljeskörű mérlegelése mellett történhet.

- 10.1. A Tesco jelenleg összesen 39 hipermarketet és 27 szupermarketet üzemeltet Magyarországon, alapvető célja a vásárlók minél szélesebb körének magas

színvonalon történő kiszolgálása. A Tesco évente többszáz oldal terjedelmű kiadványt jelentet meg és közel tízezer ajánlatot tesz vásárlói számára. Az elmúlt egy év alatt közel százmillió vásárlói tranzakció történt, a Tesco több mint 50.000 terméket forgalmaz, közel 15.000 munkavállalót foglalkoztat és több mint ezer beszállítója van. A 2004. évben a fogyasztóvédelmi ellenőrzések megháromszorozódtak a tavalyi évhez képest, ugyanakkor a fogyasztóvédelmi marasztalások száma arányaiban jelentősen elmaradt a megnövekedett vizsgálatokhoz képest.

- 10.2. Külön osztály foglalkozik a fogyasztóvédelemmel és a minőségbiztosítással, amelynek alapvető feladata, hogy mindent megtegyen annak érdekében, hogy a vásárolt és saját márkás termékek minden tekintetben megfeleljenek a hatályos jogszabályoknak és más standardoknak, továbbá, hogy a felmerülő problémákat azonosítva, regisztrálva, majd azok felmerülését követően haladéktalanul megoldást találva, azokat megszüntessék és a jövőbeli hibák elkerülésére lépéseket dolgozzanak ki. Szintén ez az osztály foglalkozik a termékek minőségvédelmével, egyrészt saját szakértő munkatársai, másrészt külső szakértő cégek alkalmazásával. Az osztály 2003-ban alakult 4 fővel, ahol jelenleg 18 munkavállaló dolgozik.
- 10.3. A Tesco minden hónapban, valamennyi áruháznál reprezentatív felmérést készít a vásárlók körében annak érdekében, hogy a működésével kapcsolatos fogyasztói véleményeket (elégedettségi mutatók) értékelhesse. Ez a felmérés kiterjed az egyes termékek elérhetőségére is. Jelenlegi adataink szerint az elégedettségi szint meghaladja a kilencven százalékot.
- 10.4. A Tesco valamennyi akciós kiadványa elkészítésének folyamatát részletesen le szabályozta annak érdekében, hogy azok a lehető legjobban megfeleljenek jogszabályoknak, és ne sérülhessenek fogyasztói érdekek. A korábbi két-három hétről 10-12 napra csökkent a kiadványok átfutási ideje.
- 10.5. A Tesco a fogyasztók magas színvonalú és korrekt kiszolgálása érdekében folyamatosan jelentős beruházásokat hajtott végre. A 2002. júniusban megnyílt (és 2004. évben kétszeres kapacitására bővített) herceghalmi logisztikai központ mellett, idén nyáron megnyitotta a gyáli logisztikai központot is, mely befektetés a termékelérhetőség további maximalizálását, a vásárlók jobb

kiszolgálását szolgálja. A központi készletezésű termékek aránya jelenleg már 85 százalék, ami javítja az egyes áruházak ellátásnak biztonságát.

10.6. Az elérhetőségi problémák megszüntetése érdekében a Tesco minden esetben tapasztalati tények alapján határozza meg az egyes akciós termékek mennyiségét. A gyorsan változó vásárlói szokások ellenére a Tesco mindent megtesz annak érdekében, hogy egy adott termékből az akció ideje alatt kielégíthető legyen a vásárlói igény. Ennek azonban határt szab nemcsak a termék hozzáférhetősége, hanem azon vásárlói szokás, hogy akár már az első akciós napon megvásárolják az adott és rendelkezésre álló terméket a fogyasztók. A kereskedelemmel foglalkozó munkatársak az akciót megelőző hosszab időszakra visszanyúlóan próbálják meghatározni milyen vásárlói érdeklődés várható, és az ilyen felmérések az akciók számára is figyelemmel sikeresek, hiszen csak néhány esetben jelentkezett fogyasztó termékhiány problémával.

11) A Tesco álláspontja szerint a Tpv. 8. § szerinti un. objektív elkövetési magatartás mellett is – figyelemmel kell lennie arra, hogy alkalmazható a „de minimis” elv (amely a versenyjog más területein jelen van): az un. kiskfokú megtévesztés, vagyis a cselekmény súlyának megítélése összevetve adott esetben a Tesco teljes működésével, adataival az előfordult esetek számával, és azok súlyával. Minderre álláspontja szerint a bírság összegének megállapításakor is tekintettel kell lenni.

12) Az egyes termékek tekintetében a Tesco hivatkozott az alábbi – álláspontja szerint figyelembeveendő – körülményekre.

12.1. A Darling száraz macskaeledel + 400 g ajándék felirattal hirdetett termék ugyanazon a kódon szerepel, mint a 2 kg-os termék, és a beszállító tévesen 2 kg-os tasakokat szállított a Váci úti áruházba, amit az áruház elmulasztott ellenőrizni. A jövőben eltérő azonosítót vezetnek be az ajándékmenyiséget is tartalmazó (ún. „túltöltött”) termékek esetében.

12.2. A Szegeden az akció megkezdését megelőzően tévedésből kihelyezett Könyvespolc esetében nem lett volna megtiltható a fogyasztók részére, hogy azt már az akció megkezdése előtt megvásárolják.



#### IV.

#### A Versenytanács jogi értékelése

- 13) A Tpv. 8. § (2) bekezdés szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül:
- „a) 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;”
  - „c) 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;”
  - „d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.”

#### Elérhetőségi problémák

- 14) A Versenytanács abból indult ki, hogy önmagában nem ütközik a Tpv. rendelkezéseibe, ha valamely akciós termék nem az akció teljes ideje alatt áll rendelkezésre. A Tesco ugyanis akciós újságjai első oldalán minden esetben feltünteti, hogy az ajánlat „a készlet erejéig érvényes”, ami jelzi a fogyasztók részére, hogy a meghirdetett áru esetleg nem áll majd rendelkezésre. Másoldalról viszont „a készlet erejéig érvényes” tájékoztatás nem adhat felmentést azokra az esetekre, ha a vállalkozás (adott esetben: a Tesco) egészére vagy akárcsak egyetlen áruházára nézve
- a) az adott termék egyáltalán nem áll rendelkezésre;
  - b) az adott terméknek irreálisan alacsony az induló készlete.

Ezen magatartások a Versenytanács kialakult gyakorlata szerint (Vj-88/2002., Vj-55/2003.) a Tpv. 8. § (2) bekezdés c) és d) pontjába ütköznek.

- 15) Az adott esetben nem volt vitatott, hogy
- a „Darling száraz macskaeledel 2 kg + 400 g ajándék” a 2004. június 2-15. közötti időszakban a budapesti Váci úti; valamint
  - a „Suliváró extra” ajánlatban meghirdetett „Könyvespolc” a 2004. augusztus 24. és szeptember 2. közötti időszakban a szegedi

Tesco áruházban egyáltalán nem volt kapható, ezért a Versenytanács ezen magatartások törvénybe ütközését a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja szerint megállapította.

- 16) A Tesco védekezésére is tekintettel (lásd 12. pont) megjegyzi a Versenytanács kialakult gyakorlata szerint (Vj-55/2003.) a vállalkozás (adott esetben: a Tesco) belső ügyének tekinti, hogy a meghirdetett termékek milyen okból nem állnak a fogyasztók rendelkezésére.

- 17) Az (1), (4), (5), (6) alatti magatartások esetében szintén nem volt vitatható, hogy az adott termék egy vagy több áruházban nem állt folyamatosan rendelkezésre. A Versenytanács álláspontja szerint ez önmagában nem minősül jogsértőnek, a jogsértés megállapíthatóságához ismerni kell az akciós készlet mellett az adott áru (vagy ahhoz hasonló áruk) korábbi fogyásának adatait is, továbbá elemezni a fogyás okait. Mindennek további vizsgálatát azonban – az ügy összes körülményeire és az adott cselekményeknek önmagukban csekély súlyára is tekintettel – a Versenytanács nem látta indokoltnak. Ezért ezen magatartások tekintetében az eljárást a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontja első fordulata alapján megszüntette.

### **Valótlan árutulajdonságok**

- 18) Az eljárás során a Tesco által nem vitatottan megállapításra került, hogy a TRION TR-8901 típusú daráló – az akciós újságban foglaltakkal szemben – nem alkalmas mákdarálásra, ami a Versenytanács álláspontja szerint az áru lényegesnek minősülő tulajdonságáról történt valótlán tájékoztatásnak minősülve beleütközik a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába. Ezért a Versenytanács a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján ezen magatartás törvénybe ütközését is megállapította.

- 19) Az eljárás során megállapítást nyert, hogy a Magyar Élelmiszerkönyv vonatkozó rendelkezései szerint
- a „Tesco tejsokoládé egész mogyoróval 100 g” megnevezésű termék kókuszszír felhasználásával készült, és így nem minősül „tejsokoládé”-nak;
  - az akciós újságban „Margaréta tömlős sajt”-ként hirdetett termék pedig nem minősül sajtnak.
- 20) Az előzőek szerinti magatartások tekintetében a Versenytanács előrebocsátja, hogy valamely árura vonatkozó megállapítást a Tpvt. alkalmazásában versenyjogi szempontból kell megítélni, mely megítélés nem függ attól, hogy más hatóság – saját, vagyis nem versenyjogi szempontrendszer alapján – a rá vonatkozó jogszabályok (adott esetben: a Magyar Élelmiszerkönyv) értelmében jogszerűnek vagy jogszerűtlennek minősítette (minősítené)-e. Mindezek alapján az a körülmény, hogy az előzőekben említett termékek a Magyar Élelmiszerkönyv alapján nem felelnek meg a „tejsokoládé”, illetve a „sajt” elnevezésnek önmagában nem jelenti egyben azt, hogy használatuk a Tpvt. rendelkezéseit is sérti. Ehhez az adott elnevezéseknek a Tpvt. III. fejezetének rendelkezései alapján történő értékelése szükséges, továbbá annak vizsgálata, hogy a téves elnevezésben milyen felelőssége van a forgalmazó vállalkozásnak. A Versenytanács ebben a tekintetben nem tartotta szükségesnek az eljárás további folytatását, és ezért a (9) és (10) magatartások esetében az eljárást a Tpvt. 72. § (1) bekezdés első fordulata alapján megszüntette. Ezen döntésénél a Versenytanács tekintettel volt arra, hogy:
- a „Tesco tejsokoládé egész mogyoróval 100 g” elnevezésű terméket egy új gyártó megfelelő minőségben szállítja a Tesco részére;
  - a „Margaréta tömlős sajt” esetében pedig a Tesco intézkedett, hogy azt a tejtermékektől elkülönítve „Növényi zsírral készült élelmiszerkészítmények” felirat alatt kerüljön elhelyezésre.

### **Áruhoz kapcsolódó ajándék**

- 21) Nem képezte vita tárgyát, hogy az ajkai áruházban az akció első napján nem állt rendelkezésre a Borges olívaolaj vásárlásához kapcsolódó ajándék kötény.
- 22) Ez a magatartás a Versenytanács álláspontja szerint – mint a kapcsolódó ajándékokról történt megtévesztő tájékoztatás – beleütközik a Tpv. 8. § (2) bekezdés c) pontjába, ezért a Versenytanács annak törvénybe ütközését a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján megállapította.

### **További vizsgált magatartások**

- 23) A (7), (8) és (13) alatti magatartások a megállapított tényállás mellett a Versenytanács – vizsgálói indítvánnyal egyező – álláspontja szerint nem alkalmasak a fogyasztóknak a gazdasági versenyben történő megtévesztésére, ezért azok esetében a Versenytanács a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pont második fordulata alapján, jogsértés hiányában az eljárást megszüntette.
- 24) Megjegyzi a Versenytanács, hogy az árun a gyártó által elhelyezett felirat valóságtartalmáért versenyjogi szempontból főszabályként a gyártót terheli a felelősség. Ezért a (8) alatti magatartás, vagyis a Kotányi fűszereken található, magyar márkára vonatkozó felirat esetleges valótlansága esetén sem lenne jogsértés megállapítható a Tesco részére.

### **Jogkövetkezmények**

- 25) A Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján a Versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A Tpv. 78. § (2) 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

magatartására, 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”.

- 26) A bíróság összegének meghatározásakor a Versenytanács figyelembe vette a Tesconak a határozat 10-11. pontjaiban ismertetett álláspontját: mindenekelőtt azt, hogy a korábbiakhoz képest jelentősen mérséklődött a Tesco által elkövetett „nem jogszabálykonform magatartás”. Másoldalról viszont tekintettel volt arra is, hogy a Tesco már több esetben marasztalva volt hasonló jellegű jogsértésekért.

### **Jogorvoslat**

- 27) A Tescot megillető jogorvoslat a Tpv. 83. § (1)-(2) bekezdésén alapul.

Budapest, 2004. november 23.