



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-49/2005/19.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa **Electro World Magyarország Kft.** (Budaörs) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma miatt indított eljárás során tartott nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás árgarancia vállalásáról és ezen alapulóan termékeinek legalacsonyabb áráiról fogyasztómegtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott.

E magatartás folytatását a határozat kézhezvételétől megtiltja.

Vele szemben 2.000.000.- (azaz Kettőmillió) Ft bírságot szab ki, melyet a kézhezvételtől számított 30 napon belül köteles megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételi számlájára.

E határozat ellen az eljárás alá vont vállalkozás a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható, de a Fővárosi Bírósághoz címzett felülvizsgálat iránti keresettel élhet.

I n d o k o l á s

A jelen eljárás tárgya az eljárás alá vont vállalkozás (a továbbiakban: Electro World) fogyasztó megtévesztésre alkalmas magatartásnak minősülő árgarancia szolgáltatása.

I.

A Versenytanács az ügyfél előadása, a beszerzett írásbeli bizonyítékok, a többszörösen módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 71. § és 72. § (1) bekezdés b) pontja nyomán készült kiegészített vizsgálati jelentés alapján a következő tényállást állapította meg:

A műszaki cikkek (háztartási, nagy és kisgépek, szórakoztató elektronikai, telekommunikációs és számítástechnikai termékek) széles választékú hazai forgalmazásának éles versenyében a kereskedők az árut alapterület és profil szerint osztályozható üzlethelyiségekben, valamint üzlethelyiséget nem igénylő módon értékesítik.

A műszaki cikkeket legnagyobb választékban a nagy alapterületű, szakosodott üzletekben (Electro World, Média Markt), ezen belül is a szakosodott áruházláncokban (Elektropont, Saturn, Euronics) és az ugyancsak széles választékban műszaki cikkeket kínáló, de alapvetőleg élelmiszerrel vegyes kereskedelmi láncokban (Tesco, Cora, Auchan) forgalmazzák.

Kisebb alapterületűek a szakosodott kereskedelmi boltok (Elekta, Surányi Hifi) és a márkakereskedelmi boltok (Braun).

Az egyes üzlettípusok megkülönböztetésében merev szabályok nincsenek, a közöttük való eligazodást a 4/1997. (I. 22.) Korm. rendelet 1. sz. melléklete segíti. A melléklet a kiskereskedelmi üzletköröket taglalva 1200 m² összalapterület alatt az üzlet, míg felette az áruház fogalmat használja, amelyet az ott jellemzően értékesített áruk után élelmiszer

vagy iparcikk jellegű áruháznak nevez. A „szakáruház” kifejezést a jogszabály nem használja.

A fogyasztók elsősorban az üzlettér nagysága alapján aszerint osztályozzák az üzleteket, hogy a nagyobb üzlettérben széles választékra, de kevésbé személyre szóló kiszolgálásra, míg a kisebb üzletekben ugyan kisebb választékra, de személyre szóló kiszolgálásra számíthatnak.

Az Electro World a GFK hivatkozott jelentése szerint a műszaki cikkek forgalmazására nagyobb üzlettérrel rendelkező versenytársak hazai piaci részesedését a következőképpen jelölte:

Media Markt	18,7 %
Tesco	16,5 %
Euronics	12,1 %
Metro	8,2 %
Auchan	7,7 %
Elektropont	4,3 %
Cora	3,4 %
Interspar	2,4 %
Saturn	0

Az Electro World saját piaci részesedését a műszaki és elektronikai cikkek kereskedelmében 6,3 %-ra becsülte.

A fogyasztók körében terjedőek az üzlethelyiségbeli forgalmazást nem igénylő áruértékesítési módok.

Közülük legismertebb az internetes és a teleshopon keresztül történő rendelés.

Az árgarancia szolgáltatás évek óta ismert a kereskedelemben, bár mostanában jut jelentősebb szerephez, mert az éles versenyben egyre több kereskedelmi, szolgáltatási ágazatban (élelmiszerkereskedelem: Tesco, Auchan, iparcikk kereskedelem: Elektropont, Euronics, barkácsáru és bútorkereskedelem: Baumax, Bricostore, stb.) alkalmazzák.

Az árgarancia lényege, hogyha a vásárló igazoltan máshol olcsóbban is meg tudná venni bizonyos határidőn belül a már megvásárolt árut, a kereskedő a két áru árának különbözetét részére megtéríti.

Az árgarancia e tipikus tartalmához képest az egyes kereskedők különböző árgarancia érvényesítési feltételeket szabnak.

Általánosan jellemző a termékek márka és típus azonosságának, a hasonló kiszolgálási körülményeknek előírása, a 7-8-14 napos árgarancia érvényesítési határidő kikötése.

A műszaki és elektronikai cikkekkel kereskedők közül közismerten árgaranciát biztosít fogyasztóknak az Elektropont, az Euronics, a Tesco, az Auchan, a Cora.

Az Electro World a brit Dixons Group tagja, amely társaság Európa egyik legnagyobb elektronikai termékeket forgalmazó kereskedelmi áruházlánc. Az Electro World a Dixons Group leányvállalatának a skandináv Elkjøp-nek az irányítása alatt működik Közép-Kelet Európában. Az Elkjøp hatékony logisztikai hálózattal rendelkezik a fogyasztói elektronikai és elektromos háztartási készülékek piacán. A költséghatékony működés, a hatékony logisztika, a megbízható beszerzési rendszerek, az agresszív marketing, a jól ismert márkák és az alacsony árak segítették az Elkjøp-t erős piaci pozícióinak megszerzésében.

A Magyarországon működő öt Electro World áruházból egy Budapesten, kettő Budapest agglomerációjában (Budaörsön, Budakalászon), egy Pécsen és egy Debrecenben található;

Budaörs	nyitás: 2002. február 20.
Soroksár	nyitás: 2002. november 21.
Budakalász	nyitás: 2003. április 4.
Pécs	nyitás: 2004. március 12.
Debrecen	nyitás: 2004. június 11.

Az öt áruház tevékenységét központi irányítás (stratégia, akciók, személyzeti ügyek, stb.) határozza meg. Az áruházak önálló döntési jogköre az ún. egyéni árképzésre terjed ki, de az akciós árakat minden áruházban, minden reklámkiadványban azonos módon tüntetik fel.

A társaság fő tevékenysége az elektromos háztartási cikk kiskereskedelem, de a szórakoztató elektronikai és a telekommunikációs termékek mellett számítástechnikai cikkek is megtalálhatóak a társaság termékpalettáján. Ez utóbbiakat az áruházak eladóterületének mintegy egyharmadán értékesítik. Az Electro World a termékek kiválasztásánál nagy hangsúlyt fektet az ún. márkás, azaz a legismertebb cégek márkáinak választékban tartására. Interneten keresztül nem folytat értékesítést.

Az Electro World nettó árbevétele 16.053.542 eFt volt a 2004. április 30-val végződött 2003-as pénzügyi évben. 2004. évre nettó árbevétele ismeretlen.

A Versenytanács 2003. február 6-án kelt Vj-137/2002/37. sz. határozatával marasztalta első ízben az Electro World-öt, mert fogyasztómeztévesztésre alkalmasnak minősítette, hogy a fogyasztókat nem tájékoztatta árumegrendelésük általa vállalt teljesítési időpontjának bizonytalanságáról.

A Versenytanács a jogsértés megállapításán és a jogsértő magatartás folytatásának megtiltásán túlmenően 2 millió forint bírságot szabott ki.

A Versenytanács 2004. október 14-én kelt Vj-89/2004/27. sz. határozatával ismételten marasztalta az Electro World-öt, mert fogyasztómeztévesztésre alkalmasnak ítélte, hogy 2002-2003-2004-ben megjelent egyes reklámújságaiban a forgalmazott termékei árára, választékára felsőfokú jelzőket használt.

A jogsértés megállapításán és a jogsértő magatartás folytatásának megtiltásán túlmenően 5 millió Ft bírságot szabott ki.

Az Electro World ezen eljárás során arra is hivatkozott, hogy árgaranciával biztosítja a vásárlók részére az adott termék mindenkori legalacsonyabb árát.

A határozat ugyan ismertette az árgarancia igénybevételének feltételeit, de versenyjogilag csak annyiban értékelte az Electro World védekezésével összefüggésben, hogy az állított legalacsonyabb árak bizonyítéka nem lehet, hiszen a fogyasztó érvényesített árgaranciája csak azt bizonyítja, hogy máshol olcsóbban jutna az áruhoz.

A Vj-89/2004/27. számú határozat kitért az egyes áruháznyitásokhoz kapcsolódott reklámújságban közzétett árgarancia ismertetésére is.

Eszerint az árgarancia érvényesítés feltétele a következő:

„A termék áruházunkban történt vásárlását igazoló blokkja vagy számlája mellé szükséges, hogy a másik szakáruház az adott termék eladási árára vonatkozó kiadványát is bemutasd. Árgaranciánk a vásárlástól számított 7 napban érvényes, vagy ha az egyik akciós termékünket vásároltad meg, akkor az akció meghirdetett időszakában. A garancia akkor és csak is akkor vehető igénybe, ha a vásárolt termék márkája és típusa, valamint az összes általunk kínált szolgáltatási szint is teljesen megegyezik, illetve az adott termék az adott árgarancia időszakán belül megvásárolható legyen a másik szakáruházban. Ez a szolgáltatásunk nem vehető igénybe e-commerce, internetes vásárlás, e-mailen, illetve teleshopon keresztül történő megrendelés, nagykereskedelmi áron áruló áruházak vagy más a fogyasztó számára nem elérhető értékesítő helyek esetében. Garanciánk nem terjed ki a telefonkészülékekre és tartozékaikra.”

Az Electro World 2003. november 1-vel indított honlapján nem a fentebbi ismertetést alkalmazta, hanem az alábbi közlést tette az árgaranciáról:

„Vételár Garancia

Az Electro World Árgaranciája

100% -osan biztonságos vásárlás az Electro World-nél. *Garantáljuk, hogy a mi áraink a legalacsonyabbak egész Budapest és Pest megye területén. Nincs annál bosszantóbb, mint amikor a megvásárolt terméket másnap alacsonyabb áron pillantod meg egy másik üzletben. Az Electro World árgaranciájának köszönhetően ez veled nem történhet meg, sőt száz százalékig biztos lehetsz abban, hogy a mi áraink a legalacsonyabbak Budapesten és Pest megyében. Amennyiben valahol mégis alacsonyabb áron találod meg ugyan azt a terméket, amit nálunk korábban megvásároltál, készpénzben kifizetjük a különbséget.*

Vagyis, a különbséget 100%-osan megtérítjük! További részletekről kérjük, tájékozódj áruházainkban!”

Ha a fogyasztó a honlapi felhívásnak eleget tesz, vagy attól függetlenül is, az áruházakban kereshet felvilágosítást, s ismételten olvashatja a vevőszolgálatokon elhelyezett táblán, hogy az árak a legalacsonyabbak, immár nemcsak Budapest és Pest megye területén, hanem Debrecenben és Pécsen is, mert az Electro World megismételte az internetes tájékoztatás vidéki áruházi helyszínek miatt értelem szerűen módosított

szövegét, amihez apróbetűs tájékoztatásként hozzáfűzte az árgaranciaérvényesítés megszorításokkal terhes lehetőségét, amelyet a Vj-89/2004/27. számú határozat is tartalmazott és a Versenytanács a jelen határozatban is ismertetett.

Összehasonlítva az internetes és az üzleti táblás tájékoztatást, megállapítható, hogy a kétféle tájékoztatás részben szó szerint azonos egymással az áruházhelyszínek értelemszerű kivételével, de a táblás tájékoztatást bővítették.

Az Electro World honlapjának látogatottsága az alábbiak szerint alakult:

2004. november	51.000
2004. december	49.000
2005. január	32.000
2005. február	9.000
2005. május	50.000

Az Electro World vont nyilatkozata szerint rendszer-karbantartási okok miatt a márciusi és áprilisi adatok nem állnak rendelkezésre.

A piaci tájékoztatókban nem szerepel a „szakáruház” pontos meghatározása, s a telefonos vevőszolgálati alkalmazottak nem adnak egységes tájékoztatást az árgarancia érvényesítésének feltételeiről, illetve korlátairól, azaz különféleképpen értelmezik az üzlet-szakáruház fogalmat.

Az Electro World belső utasítása szerint a vevőszolgálat ellenőrzi a reklamáció/árkülönbözeti igény jogosságát, azaz telefonos információ-kéréssel ellenőrzi, hogy a konkurens vállalatnál valóban elérhető-e a kérdéses termék az igazolt áron, illetve, hogy az árgarancia érvényesítésére nyitva álló hét nap nem telt-e le. Amennyiben jogos a reklamáció, a terméket adminisztratív módon visszavételezik, majd ezután újra kiszámlázzák azon az áron, amit a fogyasztó igazolt és az árkülönbözetet visszafizetik a fogyasztónak. Ezt követően a vevőszolgálat vezetője értesíti az adott osztály vezetőjét, ha egy vásárló árgaranciát érvényesített adott termékre, amelynek árát egyúttal átállítják az alacsonyabb árra.

Az árgarancia nem egyes kiemelt vagy megjelölt termékekre vonatkozik, hanem – a telefonkészülékek és tartozékaik kivételével – minden Electro World áruházban megvásárolható termékre.

Saját árgarancia érvényesítést is teljesítenek az áruházak, amely akkor következik be, ha valamelyik áruházban 7 napon belül csökken egy termék ára, és erről tudomást szerezve az árkülönbözet visszatérítését igényli egy olyan vásárló, aki az adott terméket magasabb áron vásárolta meg az áruházban.

Az Electro World nyilatkozata szerint a három év alatt az Electro World áruházakban már több, mint száz alkalommal történt árgarancia érvényesítés.

Az árgarancia érvényesítését az öt áruházból beszerzett 3-3 számla támasztja alá. Az igazolásokat a fogyasztók a Cora, Auchan, Tesco, Saturn, Metro, és Media Markt áruházakból, illetve egyes szakboltokból (pl. Főfotó, Sony márkabolt) szerezték be.

Arra nincs adat, hogy hány fogyasztó árgarancia érvényesítését utasították el a szolgáltatási minőség különbözőségének indokával (eladótér nagysága, Call center, kiszolgáló létesítmények, vevőszolgálat)

II.

A Gazdasági Versenyhivatal a Tpv. 69. § (1) bekezdésére figyelemmel, a Tpv. 70. § (1) bek. alapján eljárást indított az Electro World ellen, mert vélelmezte, hogy a honlapján közzétett árgarancia vállalása fogyasztó megtévesztésre alkalmas. Az eljárás szükségképpen kiterjedt az Electro World árgarancia vállalással kapcsolatos további tájékoztatásaira (táblás és vevőszolgálati), miután maga az internetes közlés hívott fel a helyszíni tudakozódásra.

A vizsgálati álláspont szerint a „legalacsonyabb”, mint a felsőfokú jelző használata az árak tekintetében akkor lehetne helyénvaló, ha az eljárás alá vont azt bizonyította volna, hogy az árgarancia keretében a fogyasztó a konkurens vállalkozástól beszerzett igazolás

alapján nem csupán az árkülönbséget kapja vissza, hanem kedvezőbb áron jut hozzá az adott termékhez, mint amilyen árról a konkurens igazolást adott. Erre azonban nem tudott bizonyítékot bemutatni az Electro World, mindamellett nem zárható ki, hogy egyes termékeit valóban a legalacsonyabb áron kínálja a kereskedelemben, ugyanakkor a hirdetményben elhelyezett állítása a teljes termékkörre értendő.

Az árgarancia érvényesíthetőségének feltételei a fogyasztók számára nincsenek egyértelműen közzétéve. Bizonytalan, hogy mely üzlet-szakáruház igazolását fogadja el a vevőszolgálat, amennyiben a megvásárolt terméket valahol alacsonyabb áron találja meg a vásárló. Akár áruházanként is eltérő lehet az elbírálási gyakorlat. Az apró betűs lábjegyzet szűkítő értelmezést tartalmaz, amely szerint az összes kínált szolgáltatási szintnek is teljesen meg kell egyeznie, de ez is kétféleképpen értelmezhető, mert vonatkozhat a megvásárolt termékhez kapcsolódó szolgáltatásokra és az áruházban nyújtott szolgáltatási színvonalra is.

A vizsgálat összefoglalóan megállapította, hogy bár a vizsgált magatartás, azaz az állítások valótlanúsága, illetve többértelműsége sérti a Tpvt. 8.§-t, azonban mégsem tulajdonítható az állításoknak jelentős keresletet generáló hatás, ugyanis a tájékoztatások csupán az internetes közlés miatt ébreszthetnek érdeklődést a vásárlási szándék kialakulását megelőzően, és inkább a vásárlást követően fejtik ki hatásukat. Ez a körülmény elsősorban a vásárlói bizalmat csorbíthatja, illetve az esetleges elutasítás az áruházhoz való hűséget érintheti. További enyhítő körülmény, hogy az eljárás alá vont vállalat tett a hirdetmény szövegének pontosítására. Súlyosító körülmény az eljárás alá vont ismétlődő jogsértő hirdetési gyakorlata.

III.

Az Electro World jogsértés hiányában az eljárás megszüntetését kérte.

Előadta, hogy piacralépésétől törekszik a legalacsonyabb piaci árak elérésére. Szerinte az árgarancia alkalmas arra, hogy segítségével ezt megvalósítsa.

Ennek szolgálatában saját termékeinek árát az igazoltan alacsonyabb árú termékek árához igazítja, s esetenként nemcsak az övéhez hasonló méretű üzletekből beszerzett igazolás alapján keletkező árgaranciás igényeket elégíti ki.

„Szakáruházon” döntően a hasonló szolgáltatási színvonalat nyújtó (nagy alapterület, vevőszolgálat, kiszolgáló létesítmények, áruhitel, stb.) kiskereskedelmi egységet értett, amelyet azonban kiterjesztően értelmez, hiszen nem szakáruházi igazolást is el szokott fogadni. Maga sem vitatta, hogy árgarancia vállalása egyértelműbb meghatározásra szorul, de a határozathozatalig semmiféle változtatást nem hajtott végre.

IV.

A Tpvt. 1. §-a szerint a törvény hatálya kiterjed az ország területén tanúsított piaci magatartásra, nem említve a kivételeket és a törvény személyi hatályát.

A Tpvt. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a fogyasztók megtévesztése a gazdasági versenyben. A (2) bekezdés a fogyasztó megtévesztésre alkalmas magatartások példálódzó felsorolását tartalmazza. Ezen belül az a) pont tiltja az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas állítását, megtévesztésre alkalmas árujelzővel való ellátását, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatás adását.

A c) pont tiltja az áru értékesítésével forgalmazásával összefüggő a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről, így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról stb. megtévesztésre alkalmas tájékoztatás adását.

A használt kifejezések értelmezéséről szóló 9. § előírja, hogy a mindennapi életben, illetve a szakmában elfogadott általános jelentés az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

A Tpvt. 77. §-a az eljárás során hozható érdemi határozatokat tartalmazza, míg a 78. § a bírságkiszabásról rendelkezik, taglalva a bírságkiszabásnál irányadó szempontokat.

Ennek megfelelően a kiszabható bírság összege legfeljebb a Kft. előző üzleti évben (2004.) elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

A módosított 1997. évi LVIII. törvény (Grtv.) 2. § g) pontja értelmében a gazdasági reklám olyan tájékoztatás, amely termék, stb. igénybevételét, a vállalkozás népszerűsítését, továbbá áru, árujelző megismertetését mozdítja elő. A 7. § tiltja a megtévesztő reklámot, ami az áru általános jellemzőire, egyebek mellett a reklámozó megítélésére vonatkozhat a Tpv. 8. §-ával hasonló tartalommal.

A 15. § (2) bekezdése szerint megtévesztő reklám esetén a jogsértés megállapítása részben a hivatal hatáskörébe tartozik, azonban eljárására a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni (17. § (2) bekezdése).

A 17. § (3) bekezdés szerint a reklámozó indokolt esetben a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

V.

A vállalkozások piacszerzési törekvéseik érdekében széles körűen élnek a marketing eszközökkel, amelyek sorába tartoznak a különféle nyereményjátékok, időleges árkedvezmények, de az adásvétellel együtt nem járó olyan egyoldalú kötelezettségvállalás is, mint az árgarancia.

Az árgarancia a fogyasztók versenyjogilag nem tiltott befolyásolásával az adott áru, szolgáltatás, nevezetesen az Electro World műszaki cikkei iránti fogyasztói kedv felkeltését szolgálja.

Az Electro World vállalatát egyrészt azon állításának bizonyítási eszközéül használja, hogy a piacon áruinak van a legalacsonyabb ára, másrészt a fogyasztók alacsony ár iránti igényét elégíti ki azzal, hogy magára vállalja az árkülönbözet megtérítéséből eredő anyagi terhet.

Az Electro World-nek már a Vj-89/2004. sz. eljárásból tudnia kellett, hogy árgaranciavállalása nem lehet a legalacsonyabb ár bizonyítéka, mert általa legfeljebb ugyanolyan alacsony ár érhető el, mint a versenytársé, ami nem feltétlenül a legalacsonyabb, mert előfordulhat, hogy az árgarancia érvényesítése ellenére vagy az

érvényesítés hiányában is vannak a piacon az Electro World árainál alacsonyabb árakon ugyanazon termékek.

Az árgarancia bizonyítási eszközül való felhasználását az Electro World internetes tájékoztatásában Budapest és Pest megye vonatkozásában, valamint összes áruházára vonatkozóan táblás helyszíni reklámként meg is jelenítette azzal, hogy „100 %-osan garantálta az árgaranciájának köszönhetően a legalacsonyabb árakat”.

Az Electro World azonban nemcsak a legalacsonyabb árakat nem tudja garantálni az árgaranciájával, hanem az is kétséges hogy a garancia vállalásának hányféle értelme lehetséges, amely az Electro World terhére esően önmagában bizonytalanná és egyéni elbírálástól teszi függővé az intézmény gyakorlását. A szubjektív megítélés alapja az internetes közlés, amely azt tartalmazza, hogy bármely „másik üzletben” lehetséges olcsóbb vásárlás esetén az Electro World kifizeti az árkülönbözetet.

Az internetes közlést azonos szövegükkel, de ellentmondásosan erősítik a táblás ismertető az áruházakban, mint ugyancsak piaci tájékoztatások.

Az áruházakbeli táblás szövegezek azért erősítik ellentmondásosan az internetes tájékoztatást, mert a „másik üzlet” szélesebb fogalomkategóriája a „másik szakáruház” fogalmára szűkül anélkül, hogy a szakáruház ismérveit és idetartozóan a „kínált szolgáltatási szint teljes megegyezését”, mint érvényesítési követelményt az Electro World részletezné.

Ha pedig az Electro World a nem köztudomású kifejezések magyarázatát mulasztja, bizonytalanná válik az intézmény gyakorlása, s alkalmat ad az Electro Worldnek a visszatérítéstől való elzárkózásra.

Az internetes tájékoztatást gyengíthetik, vagy erősíthetik a vevőszolgálati egyedi felvilágosítások, amelyek azonban figyelmen kívül maradnak, mert e tájékoztatásoknak piaci jellegük nincs.

Mindezek alapján a Versenytanács az árgarancia vállalás két aspektusát találta jogsértőnek; egyrészt az Electro World termékeinek piaci legalacsonyabb árát rá nem alapozhatja, mert az valótlan állítás (Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pont), másrészt önmagában az árgarancia vállalásról adott piaci tájékoztatás is fogyasztómegettévesztésre

alkalmas az általa elfogadott igazolást kiadó versenytárs egyértelmű meghatározása hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c) pont).

A Versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően (Tpvt. 77. § (1) bekezdés d) pont) intézkedett a kifogásolt magatartás folytatásának megtiltásáról (Tpvt. 77. § (1) bekezdés f) pont).

A bírságkiszabás (Tpvt. 78. §) során súlyosítóként vette figyelembe az Electro World többszörös visszaeső magatartását, amelyet részben ellensúlyozott, hogy a kifogásolt magatartásnak az internet csak Budapest és Pest megye vonatkozásában ad nyomatékot, és az öt áruházban kitett táblás közlés a vásárlás döntési folyamatát ennél jóval kisebb mértékben befolyásolhatja.

A Versenytanács figyelmen kívül hagyta az Electro World változtatási szándékát, mert a kifogásolt magatartást még a határozathozatalkor is változatlanul gyakorolta.

A Tpvt. szerinti jogorvoslati jogot a 83. § biztosítja az Electro World számára.

Budapest, 2005. augusztus hó 4.