



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-72/2004/14

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Környezetkultúra Kiadói Kft. (Budapest) ellen fogyasztók megtévesztésének gyanúja miatt indított eljárásban, nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

határozatot.

A versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor 2001. márciusától 2003. decemberéig a „Média Hirdetési Árak és Szolgáltatások” című kiadványban, valamint az általa kiadott „SZÉPLAK” című lap internetes weboldalán a lap példányszámára vonatkozóan valótlan adatokat közölt.

A versenytanács a jogsértő magatartás további folytatását a jelen határozat kézhezvételétől megtiltja.

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

Indokolás

I.

Az eljárás alá vont vállalkozás; a vizsgálattal érintett termék

1. Az eljárás alá vont Környezetkultúra Kiadói Kft. , amelynek fő tevékenységi körébe az időszaki kiadványok kiadása szerepel, a lappiacon 1996. áprilisa óta van jelen a *SZÉPLAK* c. kiadvánnyal.
2. A vizsgálattal érintett hirdetések tárgyát képező lap jellemzően lakberendezési tematikával foglalkozó, havonta megjelenő, országos terjesztésű kiadvány. Tematikáját és olvasói körét tekintve a fogyasztó számára a piacon helyettesíthető terméknek a *Polgári Otthon*, *Lakáskultúra*, *A Mi Otthonunk*, valamint az *Otthon* című magazinok tekinthetők.

A kiadvánnyal kapcsolatos médiaajánlat a fogyasztókhöz, azon belül is azon hirdetőkhöz szól, akik a magazinban a fogyasztói kör számára árut, illetve szolgáltatást kívánnak reklámozni. A magazin médiaajánlata (hirdetési árai és szolgáltatásai) nyomtatott formában a *Média Ász* című kiadványban, elektronikus formában a www.szeplak.hu internetes weboldalon érhető el, tovább az eljárás alá vont vállalkozás emellett médiaajánlatát az összes hirdetői körének mintegy 10-20%-át kitevő potenciális hirdetői számára közvetlenül küldi meg.

A Média Ász elnevezésű kiadványban a vizsgált időszakban mintegy 48 életmód, 45 építészeti, valamint 32 lakáskultúrával foglalkozó lap került regisztrálásra. Ezek nagy része országos terjesztésű kiadvány, és többnyire a nagyobb piaci részesedéssel rendelkező lapok szerepeltetik magukat a kiadványban.

3. Az érintett földrajzi piac, tekintve, hogy az eljárással érintett lap országos terjesztésű, Magyarország területe. Az országos terjesztésű lakberendezési lapok piacát erős verseny jellemzi, az érintett olvasói kört elsődlegesen a lapok tartalmát, míg a hirdetők a példányszámot helyezik előtérbe.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás magatartása

4. Az eljárás alá vont vállalkozás 2001. márciusától 2003. végéig a Média Ász kiadványaiban az általa kiadott SZÉPLAK című lap nyomtatott példányszámát 69.000 darabban jelölte meg. Ezt követően 2003 márciusától 2003 decemberéig 57.000 darab nyomtatott példány került megjelölésre. Ugyanakkor 2004 márciusától már az előző év tényleges példányszámát alapul véve, és már – az éves átlagban mintegy 25 ezer példányra tehető - külön kiadványokkal együttesen jelölte meg, és tette közzé a 2004. évre becsült 51 ezer példányszámot.

Az un. potenciális hirdetői számára ugyanakkor részükre közvetlenül megküldött médiaajánlatban mindannyiszor megjelölte az elmúlt hónapok tényleges lappéldányszámait.

Az eljárással érintett termék tényleges éves átlagpéldányszámait az alábbiak szerint alakultak:

2001. év	52,2 ezer példány
2002. év	48,5 ezer példány
2003. év	46,3 ezer példány
2004. I. n.év	46,1 ezer példány

Az eljárás alá vont vállalkozás által ténylegesen kiadott lappéldányszámok alapján megállapítható, hogy a médiaajánlatában megjelölt példányszámot a vizsgált időszakban nem érte el.

5. Az eljárás alá vont vállalkozás a lapot túlnyomó részben a Lapker Rt-n keresztül terjesztette, amelyből mintegy 31-37% remittenda maradt fenn. Ezen készletet az eljárás alá vont vállalkozás másodlagosan értékesítette, egyrészt csökkentett áron, másrészt ingyenesen könyvtárak részére, illetve szakmai rendezvényeken terjesztette.

Az eljárás alá vont vállalkozás részéről közzétett hirdetések reklámhatása – az évenkénti két megjelenés alapján – a vizsgált időszakban 2001 márciusától 2004 márciusáig terjedő időszakra tehető. A hirdető partnereknek részére megküldött médiaajánlat a következő ajánlat megküldéséig, míg a web-oldalon közzétett ajánlat a következő frissítéséig volt érvényben.

III.

Az eljárás alá vont álláspontja

6. Az eljárás alá vont vállalkozás a versenyfelügyeleti eljárás során a jogsértést elismerte. Előadta, hogy a kiadvány példányszámai ténylegesen folyamatos eltérést mutatnak mind évente, mind pedig a havonkénti viszonylatban. Ennek alapján a Média Ászban közzétett adatok mindannyiszor becsült adatok voltak, tekintettel arra, hogy a Média Ász mindig a tárgyévet megelőző év III. negyedévében kéri a hirdetésben közlendő adatokat.

Az előállított példányszámok azonban – a remittendát is beleszámítva – teljes egészében az olvasóhoz kerülnek, figyelemmel az ún. másodlagos értékesítésre is. A jogsértés elismerése mellett védekezésként előadta, hogy az általa megjelölt példányszám éves átlaga egyébként megfelel a havonkénti nyomtatott példányszámok, az eladatlan lappéldányszámok, valamint a különszámok összesített átlagának.

IV.

A vizsgálati jelentés

7. A vizsgált vállalkozói magatartás első részével kapcsolatosan a vizsgálati jelentés megállapítja, hogy a lap nyomtatott példányszámára vonatkozó adatok a hirdető partnerek felé lényeges információnak minősülnek. Ugyanakkor valamely termék értékesítése érdekében tett írásbeli ajánlattal szemben követelmény, hogy az tényszerűen igaz és pontos legyen, továbbá alkalmas arra, hogy azt az ésszerűen eljáró fogyasztó külön további tájékozódás nélkül is értelmezhesse. Ez a követelmény egy erős piaci versenyben elvárható a vállalkozásoktól a fogyasztók megszerzéséért folytatott versenyben.

8. A nyomtatott példányszámra vonatkozó adatok az olvasók és a hirdetők felé üzenetet hordoznak, így a hirdető a példányszám ismeretében dönt arról, hogy melyik lap kiadványában kívánja megjelentetni hirdetését, hiszen alapvető érdeke, hogy minél többolvasóhoz jusson el az adott kiadványban közzétett hirdetés. Az olvasók pedig a lap

példányszáma alapján is választanak a konkurens lapok és az eljárás alá vont által kiadott lap között.

9. A vizsgálati jelentés szerint az eljárás alá vont vállalkozás magatartásával megsértette a Tpv. 8.§. (2) bekezdés a) pontjában foglaltakat, amikor az áru lényeges tulajdonosága tekintetében valótlan tényt állított. A nyomtatott példányszámok ugyanis alatta maradtak a Média Ászban feltüntetett mennyiségnek. Ugyanakkor a jogsértést mind időtartamában, mind mértéke tekintetében csekély súlyúnak ítélte, ezért a jogsértés megállapítását indítványozta bírság mellőzésével. Tekintettel arra is, hogy az eljárás alá vont vállalkozás az eljárás időszaka alatt a hirdetőik felé már megfelelő tájékoztatással élt.

VI.

A versenytanács döntése

10. A Tpv. 8. § (1) bekezdése értelmében tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni.

A Tpv. 8.§ (2) bek. a) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonosága - 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 tényt vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árjelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonosságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak. Továbbá - a 8.§ (2) bekezdés b) pontja szerint - amennyiben elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak, vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, illetőleg, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli.

11. A Versenytanács következetes gyakorlata szerint a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmát megfogalmazó törvényhelynek elsősorban azon magatartások esetében van versenyjogi relevanciája, amely magatartások - a versenyviszonyok torzításával - hátrányosan befolyásolják a fogyasztói döntések szabadságát. A hivatkozott jogszabályi rendelkezések a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának azon esetét különböztetik meg, amely szerint tiltott a fogyasztók megtévesztése, és a fogyasztók választási szabadságának korlátozását jelentő üzleti módszerek alkalmazása.

12. A bármilyen módon megtévesztésre alkalmas információ közlése akkor ütközik a Tpv. 8. §-ába, ha az ésszerűen eljáró fogyasztót olyan döntés meghozatalára készíti, amelyet az valós információ ismeretében nem hozott volna meg. Ebből következően valamely tájékoztatásnak a fogyasztó megtévesztésre való alkalmassága akkor állapítható meg, ha a kínált terméket a valóságosnál kedvezőbbnek tüntetik fel, annak lehetséges piaci következményével, hogy a fogyasztó - a versenyjogi szabályok által tilalmazott magatartás eredményeként - az adott piacon a tisztességesen eljáró versenytársaktól elfordul.

13. A fogyasztói döntések jogsértő befolyásolása megvalósul a valótlan tényállítással, valós tény megtévesztésre alkalmas módon való állításával, illetőleg bármilyen megtévesztésre objektíve alkalmas tájékoztatással. Általában minden olyan magatartás, amely alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának korlátozására, jogellenes, tekintet nélkül arra, hogy a hátrány valóban vagy ténylegesen bekövetkezett volna.

14. A rendelkezésre álló adatok szerint az eljárás alá vont vállalkozás nem a tényleges példányban megjelenő lapként népszerűsítette kiadványát a Média Ász-ban, illetőleg saját honlapján. A versenytanács ezzel együtt rá kíván mutatni, hogy a hirdetők szempontjából másodlagos jelentőséggel bír, hogy a példányszám hány százaléka kerül vásárlás révén, illetőleg ingyenesen a fogyasztókhoz, és – és ebben nem is fogadta el az eljárás alá vont vállalkozás érvelését - a médiaajánlatban közzétett adatok nem terjedtek ki az un. különszámok példányaira. Csak abban az esetben, ha a médiaajánlatból a külön kiadványokra történő hivatkozás – azaz, hogy ezen példányok figyelembe vételével került az éves lappéldányszám megállapításra – kifejezetten megjelölésre kerül.

A közzétett médiaajánlat azon vállalkozások részére hordoz üzenetet, amelyek a példányszám ismeretében döntenek arról, hogy melyik – a lap tematikája szerint nekik megfelelő – kiadványban jelentetik meg hirdetéseiket, figyelembe véve azt is, hogy a hirdetést megjelentetők alapvető érdeke, hogy minél több olvasóhoz jusson el az adott kiadványban elhelyezett hirdetés.

15. A lap példányszáma a hirdetést megrendelők szempontjából az áru lényeges tulajdonságának minősül, így az eljárás alá vont vállalkozás a tényleges adatokat valótlanul közlő hirdetése a Tpv. 8. § (1) és (2) bekezdésébe ütközően jogsértőnek minősül, amely magatartás alkalmas arra, hogy azzal a fogyasztókat megtévevessze.

16. A versenytanács rámutat, hogy a hasonló ügyekben folytatott eddigi gyakorlata alapján bírság kiszabása is indokolt lehetett volna az eljárás alá vont vállalkozással szemben. A jelen ügyben azonban a versenytanács lényeges enyhítő körülménynek tekintette azon tényt, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a versenyfelügyeleti eljárás megindítását megelőzően, a 2003. végén megrendelt médiaajánlatában már a tényleges lappéldányszámhoz közelítő értéket jelölt meg, illetőleg abban utalt a külön kiadványokra is.

17. Hangsúlyozni kívánja ugyanakkor a versenytanács, hogy fogyasztóknak alanyi joguk van a megfelelő tájékoztatásra, amely akkor megfelelő, ha a fogyasztó számára nyújtott információ a fogyasztót olyan helyzetbe hozza, hogy megalapozott döntés eredményeként legyen képes a termékek közötti választásra. Az egyes lapok vonatkozásában közölt médiaajánlatok tartalmát tekintve a jövőbeli becsült adatok lehetnek jó közelítésűek, mint esetünkben a 2004. évre vonatkozóan. Ugyanakkor azonban a megfelelő tájékoztatás biztonságos teljesüléséhez – kivédve ezáltal az esetlegesen előálló, a vállalkozás számára hátrányos versenyjogi következményeket – célszerűbbnek mutatkozna az elmúlt időszak lappéldányszámainak tényadatait közölni az érintett piaci szereplők, a fogyasztók számára, akik ez alapján vonhatnak le tényszerű következtetéseket.

18. Az eljáró versenytanács a fentiekre tekintettel a Tpv. 77.§ (1) bekezdés d), valamint f) pontja alapján a rendelkező rész szerint határozott.

A jelen határozat elleni jogorvoslat a Tpv. 83.§ (1) bekezdésén alapul.

Budapest, 2004.10.07.