



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL  
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

Vj-153/2005/13.

Ikt.sz.: AM/222/2006.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Kulcs Média Szolgáltató Kft.** (Budapest,) 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 2005. május 31-én megjelent Kulcs című lapjával kapcsolatosan tett kijelentései: „legnagyobb példányszámban nyomtatott, értékesített, terjesztett” hetilap, amely „jobb” a piacvezető lapnál és „kezdetektől MATE SZ auditálás alatt” – a fogyasztók megtévesztésére alkalmas.

A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozás a kézbesítéstől számított 30 napon belül kérheti a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

### **I n d o k o l á s**

Az eljárás tárgya az ezévb en alakult és ingatlanhirdetési hetilapjával a lapkiadási piacra lépő eljárás alá vont vállalkozás (a továbbiakban: Kft.) fogyasztómegtévesztésre alkalmas állításai.

### **I.**

A Versenytanács az ügyfél előadása, a beszerzett írásbeli bizonyítékok, a többszörösen módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 71. § alapján készült vizsgálati jelentés nyomán a következő tényállást állapította meg:

A lapkiadási piacon elkülönültek azok a lapok, amelyek tartalmát főként hirdetések töltik ki. A hirdetni kívánó vállalkozások vagy magánszemélyek ingyenesen vagy díj ellenében jelentethetik meg hirdetéseiket, az olvasók pedig ingyenesen vagy térítés ellenében juthatnak a hirdetési lapokhoz.

A piacmeghatározást szűkíti a lapok földrajzi terjesztése (országos, regionális vagy helyi), a lapmegjelenés időbeli rendje (napi, heti, havi, stb.) és a hirdetési tartalom szakosodása (jármű, ingatlan, vegyes).

A lapkiadási piacon sajnálatosan elterjedt a nyomtatott, az értékesített lapok, az olvasók számának, a remittenda arányának valótlan közlése, amely adatok a lapok piaci helyének meghatározását befolyásolják. Az illetén közlések piaci ellenszere a MATESZ tevékenysége, amely a tagok nyilvános és a szakmai szervezet által elfogadott auditált forgalmazási nyilvántartásainak, számításainak objektív mércéje.

A MATESZ tagok egyike az Expressz Magyarország Rt., amely piacvezető Budapesten és környékén hetente 297.- Ft-os példányonkénti árral megjelenő Expressz Képes Ingatlan című ingatlanhirdetési kiadványával. Ez az újság 8 éve van piacon, 2005-ben auditált átlagos példányszáma 11572, a remittenda 5609. Fekete-fehér és színes fotókkal illusztrálva, néhány szavas szöveggel közli a hirdetéseket a megrendelés szerinti terjedelemben.

Az Expresszen kívül jelentősebb piaci részesedése a Színes Ingatlan Horizontnak és az Ingatlan Adattárnak van. A piacon lévő további 8-10 lap a piaci erőviszonyokat érdemben nem befolyásolja.

A Kft. 2005-ben alakult és 2005. április 21-én bejegyzett vállalkozás. Fő tevékenysége időszakos kiadvány kiadása.

2005. május 9-re keltezett Kulcs című hirdetési hetilapjával 2005. május 31-én lépett piacra, amely Budapest és környékén fekvő lakások, házak és irodák színes fotóval illusztrált hirdetését tartalmazza. Példányonkénti ára 197.- Ft.

Az első ízben megjelenő újság címlapja feltüntette a Médiaajánlat megnevezést, s a lap belső oldala részletezte a lap profilját, tartalmát. Egyebek mellett azt is közölte, hogy a példányszám 15000-20000.

Az adott tájékoztatást megtoldotta az egyéb tájékoztatáshoz képest kiemelten piros betűvel szedett azzal a közléssel, hogy a „legnagyobb példányszámban nyomtatott, értékesített és terjesztett” ingatlanhirdetési hetilap. Ezt az első, Médiaajánlatnak is nevezett 1200 példányban nyomtatott lapot, amiből 600 vissza is maradt, postai, áruhelyi terjesztéssel a Kft. még nem értékesítette, mert leendő partnereinek, ingatlanközvetítőknél, beruházóknak, stb. bemutatkozó anyagként adta át.

A Kft. a 2005. május 31-i piacralépést jelentő lapmegjelenés apropóján szakmai rendezvényeket is tartott, amelyeken úgynevezett tájékoztatólevelet is szétosztott, amelynek tartalma az Expressz elfoglalt piaci helyének versenybeli megingatását tűzte célul.

A Kft. a levélben egyebek mellett kijelentette, hogy a lap 15-20 ezer példányban jelenik meg és „kezdetektől MATESZ auditálás alatt”. Szükségesnek tartotta, hogy a jelenlegi domináns szereplővel szemben fölénybe kerüljön, megjegyezve, hogy „marketingszempontról jobb termékünkre, ami egyszerre két konkurens kiadványt is elevenében támad, nehéz lesz jó választ adni”. A két konkurens kiadványon az Expressz Magyarország Rt. két lapját kellett érteni.

A Kft. MATESZ tagság iránti kérelmét 2005. június 2-án, azaz az első megjelenést követően haladéktalanul benyújtotta. A MATESZ 2005. július 14-én a kérelmet el is fogadta, de 2005. július 28-a keltezéssel arról tájékoztatta a Kft-t, hogy ugyan a tagsági viszony a mellékelt tagdíjszámla kiegyenlítésével létre fog jönni, de kérte a Kft. tartózkodását a tagsági viszony kommunikálásától a MATESZ tagság létrejöttéről szóló igazolás kiadásáig.

2005. május 30. és szeptember 26. között a Kulcs című lapot megjelenésenként legalább 15 ezer példányban nyomtatták ki.

A terjesztett és értékesített lapszám a Kft. csatolt, ellenőrizetlen grafikonos kimutatásából ismert. Eszerint a kb. 6 ezer darabos kezdeti terjesztés némi visszaeséssel a 18. lapszámra elérte a kb. 10 ezer darabos nagyságot, az értékesítés pedig kb. 1400 példányról 4 ezerre emelkedett, s így a Kft. mintegy 18-20 %-os piaci részesedésre tett szert kb. fél éven belül.

2005. augusztusától a Kft. Médiaajánlatát új formában hozza nyilvánosságra, nem használja az utóbb vizsgálat tárgyává tett kifejezéseket, s újabb tájékoztató levelet sem terjeszt.

## II.

A Gazdasági Versenyhivatal a Tpv. 69. § (1) bekezdésére, figyelemmel a Tpv. 70. § (1) bekezdése alapján eljárást indított a Kft. ellen, mert vélelmezte, hogy

- „a legnagyobb példányszámban nyomtatott, értékesített és terjesztett ingatlanhirdetési hetilap;
- a „kezdetektől MATESZ auditálás alatt”, és
- a 2005. október 19-i eljárás kiterjesztéssel érintett „marketingszempontról jobb termékünkre...” kijelentések fogyasztómeztévesztésre alkalmasak.

A vizsgálat a jogsértés megállapítását bírságkiszabás mellőzésével indítványozta, mivel a kifogásolt magatartás a fennálló versenyviszonyokat csak csekély mértékben befolyásolhatta.

A Kulcs című lapot az Expressznel is jobbnak minősítő összehasonlító állítás miatt az eljárás megszüntetését indítványozta azzal, hogy a minősítés valóságátartalmát a Kft. a jövőben tudja bizonyítani amellet, hogy a tájékoztató levél tartalma is jelentéktelen piaci hatású lehetett.

A vizsgáló szerint a „legnagyobb példányszámban nyomtatott, értékesített és terjesztett ingatlanhirdetési hetilap” szlogen használata a lap megjelenéssel egybeesett. Ebből adódóan nyilvánvalóan nem lehetett igaz.

A kétségtelenül megmutatkozó piaci eredmények ellenére ezek az állítások ma sem igazak. Ha az állítással érintett piaci versenytárs auditáltatja a maga adatait, piaci elsősegre vonatkozó szakmailag megalapozott közlés csak akkor tehető közzé, ha a közlétevőnek is hasonló, auditált adatai vannak. Ez a követelmény fokozottan érvényesül, ha a terjesztési számokat is bevonják az összehasonlításba, mert a terjesztési szám többféle módszerrel, egymással össze nem vethető módon képezhető.

A vizsgáló szerint hasonló a probléma a „kezdetektől MATESZ auditálás alatt” állítással összefüggésben is. Különbség van abban, hogy a nyomtatott, értékesített és terjesztett adatokat az indulástól auditáltatni akarják, vagy az auditálás ténylegesen le is zajlott. Az auditálás folyamatából adódóan a vizsgálat tárgyát képező reklámállítás a közléskor nem lehetett igaz. A Kft. a tagsági jogviszony létrejöttéről szóló értesítést – erre vonatkozó kérés ellenére – még a vizsgálat ideje alatt sem tudta átadni a hivatal számára. A vizsgálatnak

átadott 2005. július 28-i MATESZ levél csak arról szólt, hogy a tagsági viszony létrejöttéről szóló levél kézhezvételéig tartózkodjon a Kft. attól, hogy a MATESZ tagságot bármilyen módon kommunikálja.

### **III.**

A Kft. a Versenytanács előzetes álláspontját tudomásul vette, észrevételt előzetes felhívás ellenére nem terjesztett elő, a kitűzött tárgyaláson nem kívánt megjelenni.

### **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 fogyasztómegtévesztésre alkalmas magatartások példalódzó 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 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 elért nettó árbevételének tíz százaléka lehetne, amennyiben nem 2005-ben, hanem 2004-ben alakult volna.

## V.

A vállalkozásoknak megengedett, hogy a fogyasztók megszerzéséért folytatott akár éles versenyben a piaci tájékoztatás eszközét vessék be annak érdekében, hogy népszerűsítsék árujukat, vállalkozásukat. Az adott esetben ez a küzdelem Budapesten és környékén lévő ingatlanokat érintő, hetente megjelenő lapokban hirdetés elhelyező fogyasztók megszerzéséért folyik, amelynek kedvező kimenetele a lapok fennmaradását, piaci helyét egymással kölcsönhatásban biztosítja.

A nyomtatott sajtótermékek, s azon belül az adott ügyhöz kapcsolódóan az apróhirdetési lapok lényeges tulajdonságai a lapterjesztési jellemzők, a forgalmazási és az értékesítési adatok, az olvasottsági mutatók. Az ezekre vonatkozó piaci közlések elsősorban a lapokban hirdető fogyasztók választását befolyásoló körülmények, mert ezeknek a tájékoztatásoknak a birtokában döntenek, hogy a hirdetési lapok széles választékából azt válasszák a versenytársi lapok hátrányára, amelyik tájékoztatása alapján hirdetéseik sikerének esélye nagyobb. Éppen ezért tiltott ezekről a lényeges tulajdonságokról a Tpv. III. fejezetébe ütköző versenyjogellenes tájékoztatást adni, mert a fogyasztó választását tisztességtelenül befolyásolhatja, amiértis a versenytársak jogszerűtlenül kerülhetnek piaci hátrányba a tőlük elforduló fogyasztók tisztességtelenül befolyásolt piaci döntése következtében.

A Kft. a piaci tájékoztatásnak azt a módját választotta, hogy piacelsőséget megfogalmazó kijelentéseit a bemutató példányszámban tüntette fel, illetve a tájékoztatólevélbe foglalta, s egyúttal erősítette a MATESZ auditálásra való hivatkozással.

Az ingatlanforgalomban érdekelt célközönségnek szánt saját árut dicsérő kijelentések – függetlenül a Kft. jövőbeli céljaitól – egyenként és egymással való összefüggésükben a Tpv. 9. §-a alapján, a fogyasztók szempontjából csak úgy volt értelmezhető, hogy a Kulcs hirdetési újság 2005. május 31-én, ideértve az első lapmegjelenés körüli napokban tartott rendezvényeket is, a legnagyobb példányszámban nyomtatott, értékesített MATESZ auditálással rendelkező hirdetési hetilap, amely jobb az Expressznál. Ezek az állítások a közlés idején valótlank voltak, s ez számít a jogsértés elkövetésének, mert a jogsértés a közléssel következik be. A jogsértés megállapítása szempontjából éppen ezért közömbös, hogy a közlés óta eltelt időben a kifogásolt állítások valóra váltak-e. Ennek ellenére a vizsgálat azt is kifejtette, hogy az eltelt kb. hat hónapnyi piaci szereplés alatt sem váltak valóra a piacelsőségi kijelentések, amelyek egyébként csak azonos összehasonlító mérési

feltételek alkalmazásával lennének tehetők, s a Kft. a mai napig sem rendelkezik a MATESZ tagság igazolásával. A valótlan piacelsőségi állítások nemcsak a nyomtatott példányszámra, értékesítésre vonatkoztak, hanem a jobb minőség állítására is, hiszen a Kft. véleménye szerint a piacvezető hirdetési újságjánál jobb a saját lapja. Ezt arra alapozta, hogy a lap használata (regionalitás, technikai színvonal, rovatszerkezet, stb.) a lapot áttekinthetőbbé teszi és esztétikai megjelenése, alacsonyabb ára is a piacvezető lapja fölé emeli saját lapját.

A lap minőségének kifejezése egyrészt a „jobb” szó használatával eleve szubjektív, másrészt a minősítést a Kft. akkor használta, amikor saját véleményével a fogyasztók semmilyen módon nem azonosulhattak, mert csak a tartós piaci szereplés igazolhatja, hogy a Kft. a piacvezető kérdéses lapjainak piaci súlyát képes-e megingatni.

Mindezek miatt a Versenytanács a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütköző jogsértést a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján megállapította. A bírságkiszabást mellőzte, amely szankciót a Tpv. 78. §-a a Kft. ezévi piacralépése miatt nem is tette lehetővé, amellet, hogy a kifogásolt magatartás csekély piaci jelentőségű.

A határozat elleni Tpv. szerinti jogorvoslati jogot a 83. § biztosítja a Kft. számára.

Budapest, 2005. december 13.