



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-73/2006/20.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Rossmann Magyar Kereskedelmi Kft.** 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

- 1) A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás jogsértést követett el azzal, hogy Nyíregyháza, Rákóczi út 18-20. szám alatti üzletében a 2006. március 27-től április 2-ig érvényes akciós újságja címlapján szereplő „Fun Water Drops edt 30 ml 75% kedvezmény 4149,- Ft helyett 999,- Ft” szöveggel hirdetett termék az akció első napjaiban nem volt kapható.
- 2) Kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást, hogy a határozat kézbesítését követő harminc napon belül fizessen meg 1.000.000,- Ft (Egymillió forint) versenyfelügyeleti bírságot a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételei számlájára.
- 3) A Versenytanács megállapítja továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozásnak az 1) pont szerinti akció során a Lizzy dekortorony és az Aquafresh termékkel kapcsolatos magatartása nem ütközik a törvénybe.
- 4) A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozás a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérheti a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel.

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat iránya

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal a Rossmann Magyarország Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Rossmann) ellen 2006. június 1-jén versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel egy fogyasztótól érkező panasz szerint Nyíregyháza, Rákóczi út 18-20. szám alatti üzletében (a továbbiakban: Üzlet) az akció első napjának reggelén nem volt kapható a 2006. március 27-től április 2-ig érvényes akciós újságja címlapján szereplő „Fun Water Drops edt 30 ml 75 % kedvezmény 4149,- Ft helyett 999,- Ft” szöveggel hirdetett termék és két további termék (Lizzy dekortorony és Aquafresh fogkrém), mely magatartás sértheti a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított 1996. évi LVII. törvény (Tpvt.) III. fejezetének rendelkezéseit.
- 2) A Gazdasági Versenyhivatal az elintézési határidőt a Tpvt. 63. § (6) bekezdése alapján hatvan nappal meghosszabbította.

II.

A tényállás

A Rossmann

- 3) A Rossmann fő tevékenysége a háztartási és kozmetikai cikkek kiskereskedelme, melyet mintegy 150 üzletben (drogériában) végzi. Nyíregyházán az Üzleten kívül egy további üzlete is van.
- 4) Az üzletek nagy része az elmúlt időszakban gyökeres változáson ment keresztül az egységes üzletkép kialakítása érdekében. A Rossmann nemzetközi szintű egységes

arculat kialakítását tűzte ki célul maga elé. A drogéria-hálózat alapvető választékába tartoznak a személyes ápolást szolgáló kozmetikumok, amelyeket nem a hagyományos "pult mögüli" módon, hanem szabad polcokon árusítanak, önkiszolgáló rendszerben. Az üzletekben megtalálható a klasszikus drogéria kínálata, ami a babaápoló termékeket, bébiételeket, a mosó- és tisztítószereket, háztartási eszközöket jelenti, valamint kiegészítő választékként hajdíszek, állateledelek, vitaminok, gyógyhatású készítmények, elemek, CD-k és kazetták, gyermekjátékok, sportszerek, szabadidős tevékenységekhez kapcsolódó termékek képezik a kínálatot. A standard kínálatba tartozik még a fotószolgáltatás, ami az előhívást és a kidolgozást jelenti. 2003-tól a hagyományos fotókidolgozás mellett lehetőség van digitális fényképek kidolgoztatására is, amely szolgáltatás az interneten keresztül is megrendelhető.

- 5) Az áruválasztékban található termékek száma 6000 körül van. Több mint 600 azoknak a cikkeknek a száma, melyeket sajátmárkás termékként Rossmann jelzéssel értékesítenek. A sajátmárkás termékek között megtalálhatók az áruválaszték fő elemei, mint például női és férfi kozmetikumok, hajápolók, napozószerk, gyermekkozmetikumok, pelenkák, női higiénias termékek, tisztálkodó szerek, háztartási eszközök.
- 6) A háztartási és kozmetikai cikkek kiskereskedelme piacán éles a versenyhelyzet. A Rossmann elsősorban a Drogerie Markt lánc boltjaival, a Schleckert drogériákkal és a hipermarketekkel állnak versenyben, részesedése a háztartási-kozmetikai cikkek magyarországi forgalmából 35,3 százalék.
- 7) A Rossmann 2005. évi nettó árbevétele 33,1 milliárd forint volt.

Az akciós újság

- 8) A Rossmann legfontosabb vevőtájékoztatói eszköze az akciós termékeket hirdető, 2006-ra már több mint kétmillió példányban megjelenő újság, amelyet a fogyasztók postaládájukba, vagy közös reklámgyűjtő helyekre eljuttatva kapnak meg. Az egész láncra érvényes, ingyenesen terjesztett egységes kivitelű akciós újságok jellemzően 7, illetve 10 napos időtartamra vonatkoznak, továbbá a vásárlási szokásokhoz igazodóan

évente négy – hat alkalommal kerül kiadásra („Tavaszi”, Nyári” „Karácsonyi ajándékötlet” vagy más elnevezésű) hosszabb időszakra érvényes akciós újság.

- 9) Az akciós termékek központilag kerülnek kiválasztásra és központi döntés alapján alakul ki az engedmények mértéke is. A konkrét terméklista az aktuális periódus előtt három héttel áll össze. Ez az időszak elegendő az akciós újságok elkészíttetésére és terjesztésére.
- 10) Az üzletek a központtal belső intranet hálózaton kommunikálnak. Az aktuális akció termékeit a boltok vezetői az intraneten a kezdő időszak előtt (előző hét csütörtök – péntek) láthatják. Ez az időszak elegendő arra, hogy ha az akciós termékből a boltban nem volna készlete, a szükségesnek tartott árumennyiséget meg tudják rendelni és így az akció kezdetére a termék el is jut az üzletbe. A termékeket részben a központi készletből, részben az üzlet készletéből kell kihelyezni a megjelölt időben. Ha a termékből a boltban nincs készlet, akkor azt a boltvezetőnek meg kell rendelni.

A vizsgált termékek

- 11) A „Fun Water Drops Edt30 ml” elnevezésű termékből (a továbbiakban: Termék) az akció kezdetén (2006. március 27-én hétfőn) az Üzletben mindössze négy darab állt rendelkezésre, és a készlet már az első nap délelőttjére elfogyott.
- 12) Az előzőek miatt hétfőn panaszt tevő vásárlónak az Üzlet azt a tájékoztatást adta, hogy „utánrendeltek a Termékből a központi raktárból, csütörtökön kap az Üzlet árut, de azért nem tudjuk garantálni, hogy csütörtökön tényleg lesz a Termékből”.
- 13) A vizsgálat tárgyát képező másik két termék esetében a vizsgálat nem tárt fel olyan körülményt, mely alapján arra lehetne következtetni, hogy azok az akció ideje alatt (2006. március 27-től április 2-ig) nem voltak kaphatók a nyíregyházi üzletben.
- 14) Az Üzlet 2006. március 27. és április 2. között 2,6 millió forint nettó árbevételt ért el.

A Rossmann álláspontja

15) A Rossmann hivatkozott arra, hogy a Termékből

- a. 2006. január 1. és október 2. között az Üzletben és a Nyíregyházán lévő másik üzletében az akciós időszakokat leszámítva egyetlen darabot sem értékesített; illetve
- b. a 2006. év folyamán eddig lebonyolított akció során is csak csekély számú darabot értékesített, az alábbi Táblázatban foglaltak szerint.

Táblázat

Akciós értékesítés a Termékből

Akció ideje	Akciós ár (Ft)	Akció jellege	Értékesített mennyiség (db)	
			Üzletben	Másik nyíregyházi üzletben
6-7. hét	1999	Reklámújság	3	1
13. hét ¹⁾	999	Reklámújság	5	14
15. hét	999	„csendes akció” ²⁾	16	18
21-22. hét	999	Reklámújság	38	43
38. hét	999	Reklámújság	46	53

Megjegyzés:

- 1) A vizsgált akció
- 2) A „csendes akció” azt jelenti, hogy az a reklámújságban nem kerül meghirdetésre, csak a cikk áránál található erre vonatkozó információ az Üzletben.

16) A Rossmann az előzőek alapján (hivatkozva a Vj-88/2002. számú határozatban foglaltakra is, mely szerint a tisztesség minimumaként legalább a szokásos heti fogyaszt kielégítő készletet kell biztosítani a meghirdetett árkedvezményes akció kezdő időpontjára) úgy ítélte meg, hogy akciótartási rendjével nem sértette meg a Tpvt. rendelkezéseit. Ezért kérte annak megállapítását, hogy magatartása nem ütközik a Tpvt. rendelkezéseibe.

IV.

A Versenytanács jogi értékelése

17) Az 1996. év végéig hatályos 1990. évi LXXXVI. törvény nevesítetten tiltotta az olyan áruk reklámozását, amelyek nem vagy nem kellő mennyiségben állnak rendelkezésre. A Tpvt. ezt a szabályozást nem vette át, mert annak – a reklámozott áru vonatkozásában – nincs érdemi piaci hatása. Ha azonban valószínűsíthető, hogy a reklámozás következtében a reklámozó vállalkozást felkereső fogyasztók a hiányzó áru helyett életszerűen más árut vásárolnak, akkor a hiányzó áru reklámozása ún. becsalogató reklámként jogsértő lehet. Az ilyen reklámokat – miután azok lényege, hogy a reklámozott áru (elsősorban ára révén) különösen vonzó legyen a fogyasztók számára – a Gazdasági Versenyhivatal gyakorlata a 8. § (2) bekezdés d) pontjába ütközőnek tekinti, mely szerint tilos különösen előnyös vásárlás hamis látszatát kelteni. Az sem vitatható, hogy mindez a Tpvt. 8. § (1) bekezdés szerinti értelemben a „gazdasági versenyben” történik, mert annak révén a fogyasztók olyan árut is megvásárolhatnak, amelyet a reklám hiányában nem (de legalábbis nem a reklámozó vállalkozástól) vásárolták volna.

18) A Versenytanács abból indult ki, hogy önmagában nem ütközik a Tpvt. rendelkezéseibe, ha valamely akciós termék az akció teljes ideje alatt nem áll folyamatosan rendelkezésre, a fogyasztói kereslet ugyanis teljes pontossággal nem mérhető fel. Ha azonban a vállalkozás (adott esetben: a Rossmann) akárcsak egyetlen üzletére nézve

- a. az adott termék egyáltalán nem áll rendelkezésre, vagy
- b. az adott terméknek irreálisan alacsony az induló készlete

az, a Versenytanács kialakult gyakorlata szerint (Vj-88/2002., Vj-55/2003.) a Tpv. 8. § (2) bekezdés d) pontjába ütközik.

19) A hiányzó áru becsalगतó reklámkénti értékelése szempontjából nem közömbös a reklámozott áru jellege és az sem, hogy a fogyasztó a reklám hatására felkeresett vásárlási helyszínen milyen más árukhoz juthat hozzá. Nagy értékű, hosszabb használatra szánt áruk esetében kevésbé valószínű, hogy a fogyasztó egy másik árut vásárol. Szintén lényeges körülmény lehet a vásárlási színhelyen kapható árupalette szélessége (Vj-18/2005.).

20) Az adott esetben nem volt vitatott, hogy a Termékből az Üzletben minimális készlet (4 darab) állt rendelkezésre, ami hétfőn az akció első óráiban elfogyott és legalább csütörtökig nem volt kapható. Szintén egyértelműnek tekinthető, hogy nem nagy értékű áru reklámozásáról van szó, továbbá a Rossmann üzletek áruválasztéka rendkívül széles. Minderre tekintettel a Versenytanács a magatartás törvénybe ütközését a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja szerinti megállapította.

21) A Rossmann álláspontjára (lásd 15-16. pont) tekintettel a 18.b. pontban foglaltakkal is összefüggésben a Versenytanács az alábbiakra mutat rá.

21.1. Az a körülmény, hogy az akciós árhoz (999 forint) képest többszörös áron (4199 forint) egyetlen Termék sem talált gazdára, nem adhat alapot arra, hogy az akciót minimális készlettel kezdje meg az Üzlet. Közgazdasági törvényszerűség ugyanis, hogy az ár és a kereslet fordított viszonyban áll egymással: az ár csökkenése a kereslet növekedését eredményezi. Ezért az ár kevesebb, mint negyedére történő csökkentése esetén a vállalkozásnak számolnia kellett volna a kereslet jelentős növekedésével.

21.2. Az év során lebonyolított többi akció esetében a 6-7. heti akció során mutatkozó csekély kereslet nem jelenthet egyértelmű mércét, mert a Termék akkori ára is több, mint kétszerese volt a vizsgált akció során érvényesített árnak. A később lebonyolított akciók esetében pedig a fenti négy darabnál minden esetben nagyobb volt a kereslet mind az Üzletben, mind a másik nyíregyházi üzletben.

21.3. A Vj-88/2002. számú határozatában a „tiszteesség minimumaként” megfogalmazottakat a Versenytanács változatlanul fenntartja. Megjegyzi azonban, hogy abból csak az következik, hogy a „normál” (kedvezményel nem csökkentett) ár melletti keresletnél alacsonyabb induló akciós készlet – az ár és a kereslet előzőekben

kifejtett összefüggéséből adódóan – egyértelműen jogsértőnek minősül. Nem következik azonban abból az, hogy a „normál” ár melletti keresletet meghaladó akciós készlet esetén jogsértés nem állapítható meg.

22) A vizsgálat tárgyát képező másik két termék esetében a 13) pontban foglaltakra tekintettel a Versenytanács a Tpvt. 77. § (1) bekezdés i) pontja alapján a Tpvt. megsértésének hiányát állapította meg.

Bírság

23) A Tpvt. 78. § (1) bekezdése alapján a Versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt. rendelkezéseit megsérti. A Tpvt. 78. § (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 alapozatja meg.”

24) A bírság összegének meghatározásakor a Versenytanács (figyelembe véve, hogy a jogsértés nem a „hiányzó” áruhoz, hanem az adott helyen kapható további árukhoz kapcsolódik) az Üzletnek az akció ideje alatti teljes nettó forgalmából indul ki. A magatartás jellegére tekintettel a bírság alapösszegét a Versenytanács álláspontja szerint nem indokolt a forgalom 5 százalékánál magasabb összegben megállapítani, melyen belül a konkrét összeget különösen:

- a. a „hiányzó” áruk számára és azok jellegére (elsősorban annak fogyasztók általi keresettségére)
- b. a reklám jellegére (a bírság összege egyenes arányban áll az árkedvezmény mértékével, illetve a kapcsolódó előnyök – pl. ajándék – relatív értékével);
- c. a reklámozás jellegére (a fogyasztók széles körét elérő, illetve feltűnő elhelyezésű reklámok a magasabb százalék irányába mutatnak);
- d. az üzlet áruválasztékára (minél szélesebb az áruválaszték, annál nagyobb a bírság)

tekintettel kell meghatározni.

25) A Versenytanács az előzőek alapján adódó legfeljebb 130.000 forintnál magasabban, Egymillió forintban határozta meg a bírság összeget. Ennek során figyelembe vette, hogy a Rossmann már marasztalva volt a Tpvt. 8. §-ába ütköző jogsértésért (Vj-130/2003.); a nagyszámú, bíróság által is felülvizsgált jogesetre tekintettel a Rossmann-nak tisztában kellett lennie magatartása jogsértő voltával; továbbá a későbbi jogsértéstől való elrettentés érdekében a bírság (a jogsértéssel érintett forgalomtól függetlenül) nem szakadhat el irreális mértékben a jogsértő vállalkozás teljes forgalmától (méretétől).

V.

Jogorvoslat

26) A Rossmann-t megillető jogorvoslati jog a Tpvt. 83. § (1)-(2) bekezdésén alapul.

Budapest, 2006. október 25.