



VERSENYTANÁCS

Vj-113/2006/34

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Bricostore Hungaria Beszerzési Kft. és a Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. (mindkét kft. székhelye: Budapest) eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indult eljárás során, nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vontak a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak, amikor

- a „Májusi Vásártér” című reklámújságban a „*Hauraton Recyfix*” gyeprács, az „*Adria Kombi*” merevfallú medence akciós árát a valóságnál kedvezőbbnek tüntették fel a 2006. IV. 26. és V. 15. közötti időszakra szólóan, illetőleg a medence tekintetében azt ígérték, hogy a „Kert szabadidő 124 oldalon” című reklám katalógusban is meghirdetésre kerülő akció keretében március 22-től július 31-ig érvényes a reklámozott ár, és
- a „Fűtés magazin” című reklámújságban a 2006. IX. 13. és X. 16. közötti időszakra hirdetett „*Tanagra*” típusú kandalló tekintetében azt a látszatot keltették, mintha a reklámozott árért nemcsak a kőburkolatot, hanem a vasból készült tűzteret is megkapná a vásárló.

Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontakat külön-külön 2.000.000–2.000.000.- Ft (kettő - kettőmillió forint) bírság megfizetésére kötelezi, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kell megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számlájára.

A „Kert szabadidő 124 oldalon” című reklámkatalógusban megjelent Rosy 16 hāti permetező reklámról az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az nem ütközik a versenytörvénybe.

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

INDOKOLÁS

I.

A vizsgálat indításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdése és 70. §-a alapján versenyfelügyeleti eljárást indított a Bricostore Hungaria Beszerzési Kft. (1061 Budapest, Anker köz 2-4.) ellen.¹

2. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a Bricostore Hungaria Beszerzési Kft.

- a) a 2006. március 22-től július 31-ig érvényes *Kert-szabadidő 124 oldalon* című kiadványa 87. oldalán található „Rosy 16” típusú, 8999 Ft-os fogyasztói áron meghirdetett háti permetezőgép 2 folyóméteres szórószár tartozékát külön - 1620 Ft-os áron - árusította a budakalászi Bricostore áruházban, annak ellenére, hogy a hirdetés szerint a szórószár a permetező tartozéka.
- b) a 2006. április 26-tól május 15-ig érvényes „Májusi vásártér” című kiadványa 6. oldalán, 175 Ft/db fogyasztói áron meghirdetett „Hauraton Recyfix gyeprács standard” termékét a győri Bricostore áruházban 400 Ft/db áron árusította.
- c) a 2006. április 26-tól május 15-ig érvényes „Májusi vásártér” című kiadványa hátlapján, az „Íme egy kis ízelítő a kert katalógus rendkívüli áraiból” szlogen alatt, 35.990 Ft-os fogyasztói áron meghirdetett „Adria Kombi” merevfallú medence termékét a fogyasztó 2006. május 27-én 38.990 Ft-os áron tudta volna megvásárolni a székesfehérvári Bricostore áruházban, annak ellenére, hogy a *Kert katalógus* a hirdetés szerint „több mint 4 hónapon át, március 22-től július 31-ig érvényes”.

3. 2006. szeptember 11-én a GVH a vizsgálatot kiterjesztette² a Bricostore Hungaria Beszerzési Kft. azon magatartására, miszerint a 2006. július 5-től július 30-ig érvényes „Júliusi vásártér” című kiadvány első oldalán, a „RoofLITE” típusú tetőtéri ablakot burkolókerettel és ajándékrólóval 49.990 Ft-os fogyasztói áron hirdette, azonban a soroksári Bricostore áruházban az ajándékrólót nem a képen látható sínes, tökéletes árnyékolást biztosító változatban forgalmazta, hanem annál értékben és minőségben olcsóbb rolettaként, és nem sötétkék, hanem beige színben.

4. 2006. október 18-án a GVH a versenyfelügyeleti eljárásba ügyfélként bevonta³ a Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft-t (1061 Budapest, Anker köz 2-4.), mivel a vizsgált magatartásnak valószínűsíthetően részese volt az alábbi okok miatt:

- Magyarországon a Bricostore áruházak üzemeltetését a Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. látja el.
- A kereskedelmi szerződéseket a Bricostore Hungaria Beszerzési Kft. köti, azonban a Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. megbízásából, nevében és javára.

¹ A versenyfelügyeleti eljárást megindító végzést a 2006. július 20-án kelt, Vj-113/2006. számú végzés tartalmazza.

² A kiterjesztést a 2006. szeptember 11-én kelt, Vj-113/2006/003. számú végzés tartalmazza.

³ A Vj-113/2006/008. számú végzés tartalmazza Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. eljárásba történő ügyfélkénti bevonását.

- Az értékesítési tevékenységet a Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. végzi, így a bevétel és nyereség nála realizálódik.
- A versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált reklámkiadványok előkészítése és összeállítása mindkettő eljárás alá vont vállalkozás közös feladata.

5. 2006. október 18-án a GVH a vizsgálatot kiterjesztette⁴ az eljárás alá vont vállalkozások következő magatartására: a 2006. szeptember 13-tól október 16-ig érvényes „*Fűtés magazin*” című kiadványuk 6. oldalán 100.000 Ft-os fogyasztói áron „*Tanagra*” típusú kő kandallót hirdettek. A hirdetés szerint a 100.000 Ft-os akciós ár magában foglalja a Gard-i kőből készült burkolatot és a fekete öntöttvas kályhát. A hirdetéssel ellentétben a vételár csak a kő kandalló külső burkolatára vonatkozott, a kandallóhoz tartozó kályhát pedig külön kellett megvásárolni.

6. A 2006. október 18-án kelt kiterjesztő végzésben a GVH az eljárás alá vontak magatartásának vizsgálatát kiterjesztette oly módon is, hogy az eljárás tárgyát képező termékekre irányadó tájékoztatást valamennyi Bricostore áruház tekintetében vizsgálta.

7. 2006. december 18-án a vizsgáló a „*RoofLITE*” típusú tetőtéri ablak burkolókerettel és ajándékrolóval termék vonatkozásában a versenyfelügyeleti eljárást végzéssel⁵ megszüntette.

II. Eljárás alá vont vállalkozások

8. Bricostore Hungaria Beszerzési Kft.⁶

Székhelye: 1061 Budapest, Anker köz 2-4.

Mérleg szerinti eredmény: 32 455 000 Ft

Nettó árbevétel: 196 628 000 Ft

A Bricostore Hungaria Beszerzési Kft. (a továbbiakban: Bricostore Beszerzési Kft.) beszerzői tevékenységet lát el a Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. számára.

A beszerzői tevékenység alatt a Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. választék-politikájának megfelelő termékek, és azok szállítóinak azonosítása, illetve a szállítókkal történő, áruvásárlási célú tárgyalások lefolytatása, valamint szerződések megkötése, továbbá a termékmozgások optimalizálását célzó szervezési tevékenység értendő.

A Bricostore Beszerzési Kft. értékesítési tevékenységet nem végez.

Az eljárás alá vont vállalkozás főtevékenysége az 5153' 03 TEÁOR szám alatti fa-, építőanyag-, szaniteráru-nagykereskedelem.

⁴ A kiterjesztést a 2006. október 18-án kelt, Vj-113/2006/009. számú végzés tartalmazza.

⁵ Az eljárást megszüntető végzést a 2006. december 18-án kelt, Vj-113/2006/021. számú irat tartalmazza.

⁶ A Bricostore Hungaria Beszerzési Kft. adatait a Vj-113/2006/011. számú irat tartalmazza.

9. Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft.⁷

Székhelye: 1061 Budapest, Anker köz 2-4.

Mérleg szerinti eredmény: 168 750 000 Ft

Nettó árbevétel: 19 078 492 000 Ft

A Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Bricostore Kereskedelmi Kft.) 1997 óta folytat piaci tevékenységet Magyarországon. A magyarországi BricoStore cégcsoport tulajdonosai a francia GEMA Holding és a P & A Kft.

A Bricostore Kereskedelmi Kft. barkácsáruházakat üzemeltet, amelyekben kiskereskedelmi tevékenységet folytat. Az értékesítési tevékenységhez kapcsolódóan feladata a fogyasztói panaszok elintézése is.

A cég fő tevékenysége az 5248'03 TEÁOR szám alatti egyéb, máshova nem sorolt iparcikk-kiskereskedelem.

10. A GVH korábban versenyfelügyeleti eljárást indított (Vj-55/2000) a Bricostore Kereskedelmi Kft. ellen annak megállapítása érdekében, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított-e, amikor a reklámkiadványában hirdetett lambériákból már az akció első napján csak minimális készlet állt rendelkezésre. A Versenytanács a jogsértést megállapította, és 500 000 Ft bírságot szabott ki.

III.

Az érintett piac

11. A Tpv. 14. §-a értelmében az érintett piacot a vizsgált termék vagy szolgáltatás (áru) és a földrajzi terület figyelembevételével kell meghatározni. Az eljárással közvetlenül érintett árun túlmenően a piac-meghatározás szempontjából figyelembe kell venni az azt – a felhasználási célra, az árra, a minőségre és a teljesítés feltételeire tekintettel – ésszerűen helyettesíteni képes árukat (keresleti helyettesíthetőség), valamint a kínálati helyettesítés szempontjait.

Az érintett termékpiac

12. A Bricostore Kereskedelmi Kft. az általa értékesített termékeket négy fő árucsoportba sorolja:

- építőanyagok
- barkács áru
- kertészeti termékek
- lakásdekorációs árucikkek

Ennek megfelelően a versenyfelügyeleti eljárásban érintett árupiacnak az építőanyagok, a barkácsáru, a kertészeti termékek, és a lakásdekorációs árucikkek piaca tekintendő.

⁷ A Bricostore Hungaria Barkácsáruház Kereskedelmi Kft. adatait a Vj-113/2006/012. számú irat tartalmazza.

13. Az érintett piacot kiélezett verseny jellemzi. Az érintett árupiacot alkotó termékek legnagyobb választékban a nagy alapterületű, országos hálózattal rendelkező, szakosodott áruházláncokban (Praktiker, OBI, BauMax) állnak a fogyasztók rendelkezésére. A Bricostore Kereskedelmi Kft. szűkebb értelemben ezeket az áruházakat tekinti versenytársnak. (Vj-113/2006/12)

Hasonló jellegű cikket kínálnak az alapvetően élelmiszereket, egyéb termékeket is forgalmazó kereskedelmi láncok hipermarketei (pl. TESCO, Auchan, Cora, Metro), illetve a lakberendezési cikket árusító áruházak (pl. IKEA, KIKO) is. Ebben a tágabb értelemben minden olyan kiskereskedelmi tevékenységet folytató vállalkozás versenytársnak minősül, amely teljes egészében vagy részben hasonló választékot kínál a Bricostore áruházakkal közös vásárlói vonzáskörzetben.

Az érintett földrajzi piac

14. A Tpv. 14. § (3) alapján az érintett földrajzi piac az a terület, amelyen kívül a fogyasztó nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut beszerezni, vagy az áru értékesítője nem, vagy csak számottevően kedvezőtlenebb feltételek mellett tudja az árut értékesíteni. Miután a Bricostore Kereskedelmi Kft. az eljárás során vizsgált időszakban hét áruházat üzemeltetett - Budapesten (5 db), továbbá Székesfehérváron és Győrben -, így földrajzi piacnak Pest megye, Győr-Moson-Sopron megye, valamint Fejér megye tekinthető. A Bricostore áruházak speciális árukínálattal rendelkeznek, így nemcsak az adott városok fogyasztói keresik fel az áruházakat – figyelembe véve a fogyasztók utazási hajlandóságát –, hanem az áruházak vonzáskörzetéből, az érintett megyékből is érkehetnek vásárlók.

IV.

A kifogásolt magatartás

„Rosy 16” típusú háti permetezőgép

15. Az eljárás alá vont Bricostore Kereskedelmi Kft. a „Rosy 16” típusú háti permetezőgép 2 folyóméteres szórószár tartozékát külön - 1620 Ft-os áron – értékesítette. A „*Kertszabadidő 124 oldalon*” című kiadvány 87. oldalán található hirdetés szerint a szórószár a 8999 Ft-os fogyasztói áron meghirdetett permetező tartozéka.⁸

16. A hirdetésben az alábbi szöveg szerepel:⁹

„8999 Ft/db
1Rosy- 16 háti permetező gép
90 cm-es teleszkópos szórószárral
+ 2 folyóméteres szórószár,
egyenes, görbe és gyomirtó szórófejjel
16 l ”

⁸ Az eljáró versenytanács a reklám és az értékesítés körülményeinek alapos vizsgálatát követően arra a következtetésre jutott, hogy a két állítás nem áll egymással ellentétben.

⁹ A hirdetést a Vj-113/2006/013. számú irat 6. számú melléklete tartalmazza.

17. A „Kert-szabadidő 124 oldalon” című kiadvány¹⁰, amely a hirdetést tartalmazta a 2006. március 22. és július 31. közötti időszakra szól.

18. A „Rosy 16” típusú háti permetezőgép értékesítési adatait a Vj-113/2006/012. számú irat 8. számú melléklete tartalmazza a 2006. március 22-től július 31-ig tartó időszakra vonatkozóan.

Hauraton Recyfix gyeprács standard

19. Az eljárás alá vont Bricostore Kereskedelmi Kft. a „Májusi vásártér” című kiadvány 6. oldalán, 175 Ft/db fogyasztói áron meghirdetett „Hauraton Recyfix gyeprács standard” terméket a győri Bricostore áruházban 400 Ft/db áron árusította.

20. A termék az alábbi szöveggel került meghirdetésre¹¹:

„175 Ft/db
Hauraton Recyfix
gyeprács standard
38,7 cm x 33,4 cm x 3,8 cm
5,9 db/m²”

A hirdetésben látható az érintett termék fényképe is, amelyen viszonylag nagy betűméretben olvasható a „Hauraton” márkanév.

21. A hirdetést tartalmazó „Májusi vásártér” című kiadvány¹² 2006. április 26. és május 15. közötti időszakra szóló akciót hirdetett.

22. A Győr-Moson-Sopron Megyei Közigazgatási Hivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelősége (a továbbiakban: Fogyasztóvédelmi Felügyelőség) 2006. június 7-én hatósági ellenőrzést végzett a Bricostore Kereskedelmi Kft. győri áruházában. A Fogyasztóvédelmi Felügyelőség megállapította, hogy „az akció kezdeti napján és az akció idején nem érkezett ezen típusú, és eladási árú gyeprács”¹³.

23. A Hauraton Recyfix gyeprács standard értékesítési adatait a 2006. április 26-tól május 15-ig tartó időszakra vonatkozóan a Vj-113/2006/012. számú irat 12. számú melléklete tartalmazza.

¹⁰ A „Kert-szabadidő 124 oldalon” című kiadvány üzleti titoknak minősülő példányszámát a Vj-113/2006/30 sz. irat tartalmazza.

¹¹ A hirdetést a Vj-113/2006/005. számú irat 7. számú melléklete tartalmazza.

¹² A „Májusi vásártér” című kiadvány üzleti titoknak minősülő példányszámát a Vj-1003/2006/22. sz. irat tartalmazza.

¹³ A hatósági ellenőrzésről szóló jegyzőkönyvet a Vj-113/2006/013. számú irat 4. számú melléklete tartalmazza.

„Adria Kombi” merevfallú medence

24. Az „Adria Kombi” merevfallú medence az alábbi szöveggel került meghirdetésre:¹⁴

„35 990 Ft/db
**Adria Kombi merevfallú
medence**
Ø3, 6 m, 0,9 m magas
tüzhorganyzott acélfallú,
télálló belső fóliával, vízforgatóval
létrával”

A hirdetésben látható az érintett termék fényképe is.

25. A hirdetés több helyen is olvasható volt:

- Az érintett termék hirdetése megjelent a „Májusi vásártér” című kiadvány 2. oldalán. A hirdetett ajánlat – a reklámújsággal együtt - 2006. április 26-tól május 15-ig volt érvényben.
- A merevfallú medence reklámja megjelent a „Májusi vásártér” című kiadvány hátlapján is. „Íme egy kis ízelítő a kert katalógus rendkívüli áraiból” szlogen alatt. A Kert katalógus a „Májusi vásártér” c. kiadvány utolsó oldalán közzétett hirdetés szerint „több mint 4 hónapon át, március 22-től július 31-ig érvényes”.
- Az Adria Kombi merevfallú medence reklámja megjelent a „Kert szabadidő 124 oldalon Érvényes 2006. március 22-től július 31-ig” címet viselő Kert katalógus 48. oldalán is, ahol azt 38.990 Ft-os áron hirdették.
- A reklám megjelent a Kert katalógus „megújult” II. kiadásának¹⁵ 48. oldalán is, változatlanul 38.990 Ft-os áron hirdetve a terméket. A II kiadás a 2006 június 12-től július 31-ig terjedő időszakra vonatkozott.

26. A 35.990 Ft-os fogyasztói áron meghirdetett „Adria Kombi” merevfallú medence terméket a fogyasztó 2006. május 27-én 38.990 Ft-os áron tudta volna megvásárolni. A vizsgáló az eljárás alá vont értékesítési adataiból számos további esetet gyűjtött ki, amikor az akciós időszakban a terméket 38990 Ft-ért értékesítették.¹⁶

„Tanagra” típusú kő kandalló

27. Az eljárás alá vont vállalkozások a 2006. szeptember 13-tól október 16-ig érvényes „Fűtés magazin” című kiadványukban¹⁷ 100.000 Ft-os fogyasztói áron „Tanagra” típusú kő kandallót hirdettek.

28. A tájékoztató 6. oldalán található 2. számú kép egy – téglával díszített – kőkandallót mutat, amelyben ég a tűz.

¹⁴ A hirdetést a Vj-113/2006/005. számú irat 7. számú melléklete tartalmazza.

¹⁵ A „Kert II.” katalógus üzleti titoknak minősülő példányszámár a Vj-113/2006/30 sz. irat tartalmazza.

¹⁶ A kigyűjtés a Vj-113/2006/019. számon található. Adria Kombi merevfallú medence értékesítési adatait a Vj-113/2006/012. számú irat 16. számú melléklete tartalmazza a 2006. április 26-tól május 15-ig tartó időszakra, és a Vj-113/2006/012. számú irat 16. számú melléklete tartalmazza a 2006. május 15-től július 31-ig tartó időszakra vonatkozóan.

¹⁷ A Fűtési magazin – üzleti titoknak minősülő példányszáma a GVH-hoz 2006. október 18-án érkezett e-mail 2. pontjában található meg Vj-113/2006/13. számú irat 5. melléklet.

29. Az előző pontban leírt fényképhez a kiadvány 6. oldalán az alábbi szöveg tartozik:¹⁸

„2. Tanagra kő kandalló
Gard-i kőből készült burkolat,
B1.0 betéthez, fekete,
öntöttvas kályha, oldalt nyíló ajtó,
névleges teljesítmény: 14 kW
méretek: 130 x 75 x 114 cm
kürtő átmérő: 200 mm
100 000 Ft/db”

30. A kiadvány 6. oldalának bal felső sarkában – közvetlenül a 28. pontban bemutatott kép mellett - az alábbi szöveg olvasható:

**„KŐ KANDALLÓBURKOLATOK
KIHAGYHATATLAN AJÁNLAT
100 000 Ft/db-tól”**

31. A „Tanagra” típusú kő kandalló értékesítési adatait a Vj-113/2006/012. számú irat 23. számú melléklete tartalmazza a 2006. szeptember 13. és október 15. közötti időszakra vonatkozóan.

V.

Az eljárás alá vont vállalkozások álláspontja

„Rosy 16” típusú háti permetezőgép

32. A Bricostore Kereskedelmi Kft. állítása szerint minden kertészeti osztályon, a permetezőgép mellett, jól látható helyen elhelyezésre került egy piros-fehér színű tábla, amelynek szövege egyértelmű tájékoztatást adott a vásárlóknak arról, hogy aki „Rosy 16” típusú háti permetezőgépet vásárol, az a blokk bemutatása ellenében a vevőszolgálaton térítésmentesen megkapja a 2 folyóméteres szórószárat. (Vj-113/2006/12)

A tájékoztató tábla pontos szövege az alábbi volt¹⁹:

„Tisztelt Vásárlóink!

Felhívjuk figyelmüket, hogy a Rosy 16 háti permetezőhöz járó 2 m-es ingyen szórószárat, a blokk bemutatásakor a vevőszolgálaton vehetik át.”

33. 2007. március 20-i beadványában a két eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a tájékoztatás minden áruházban kihelyezésre került, tekintettel arra, hogy a katalógus, amely a terméket hirdette, minden áruházra érvényes volt. Ilyen esetben, amikor a termékhez valamilyen ajándékot ad a Bricostore a vásárlónak és az ajándék ahhoz nincs hozzácsomagolva (mert nem lehet hozzácsomagolni), mindig ezt a megoldást választja a társaság, annak érdekében, hogy az ajándék termék biztosan eljusson a vásárlóhoz. (Vj-113/2006/30.)

¹⁸ A hirdetést a Vj-113/2006/013. számú irat 5. számú mellékletéhez tartozó akciós újság tartalmazza.

¹⁹ Lásd: a Vj-113/2006/012. számú irathoz csatolt CD-n.

34. A Bricostore Kereskedelmi Kft. véleménye szerint az a fogyasztó, aki kellő körültekintéssel járt el, az a tájékoztatás alapján a szórószárat a vevőszolgálaton átvette. (Vj-113/2006/12)

35. A Bricostore Kereskedelmi Kft. állítása szerint 2006. március 22. és július 31. közötti időszakban nem volt olyan fogyasztói panasz, amelynek tárgya a szórószár hiánya lett volna. Amennyiben valamely vásárlónak ilyen panasa lett volna, és ezt jelezte volna az áruházban található információs pultnál, az eljárás alá vont azt azonnal megoldotta volna. (Vj-113/2006/12)

„Hauraton Recyfix” gyeprács standard

36. A Bricostore Beszerzési Kft. 2006. július 12-i nyilatkozata szerint:

- A 2006. április 26-tól május 15-ig érvényes „Májusi vásártér” című kiadvány 6. oldalán található gyeprács hirdetésében rossz fotó jelent meg.
- A fotón meghirdetett Hauraton Recyfix gyeprács ára helyesen 499 Ft/db.
- A kiadványban hirdetett terméket a JÉWÉ Kft. szállítja a Bricostore-nak, és igaz, hogy az akció indulásának időpontjában a termékből nem volt a győri áruházban nem szállítás miatt (1. oldal).

37. A Bricostore Beszerzési Kft. hivatkozott arra, hogy a kétféle gyeprács fotója és ára helyesen szerepel a „Kert Szabadidő 124 oldalon” c. kiadvány 106. oldalán. A JÉWÉ Kft által szállított termék július 31-ig akciós, tehát 179 Ft/db-ért volt megvásárolható.

38. Állította, hogy nyomdai hiba történt, rossz fotó jelent meg az ár mellett, ill. az adott pillanatban a győri áruházban ebből nem volt készlet (nem szállítás miatt).

39. A Bricostore Beszerzési Kft. szerint mentségére szolgál, hogy minden akciós kiadvány hátlapján az alábbi szöveg szerepel: *„Áraink az áfát tartalmazzák és a készlet erejéig érvényesek. Az esetleges nyomdai hibákért felelősséget nem vállalunk. A fotók csak illusztrációk.”*

40. Előadta, hogy a győri áruház – ugyan limitált mennyiségben - a Hauraton gyeprácsot (mely ára 499 Ft/db) biztosította a vásárlóknak a meghirdetett 175 Ft/db áron.

41. A Bricostore Kereskedelmi Kft. csatolta a 175 Ft/db áron történő értékesítés számláit. (Vj-113/2006/5. 10. sz. melléklet, ill. Vj-113/2006/12)

42. A Bricostore Beszerzési Kft. 2006. szeptember 21-i beadványában (Vj-113/2006/5) előadta, hogy már a katalógus terjesztésekor észlelték a hibát, így minden építőanyag osztályon piros-fehér színű tájékoztató táblákat helyeztek ki, amelyen a vásárlókat egyértelműen tájékoztatták, hogy a kiadványban megjelent „fényképen a Hauraton Magyarország Kft. által szállított gyeprács, és annak képe szerepel, de ehhez a termékhez rendelt ár a JÉWÉ Kereskedelmi Kft. által gyártott gyeprács ára.”

A tájékoztató tábla pontos szövege az alábbi volt²⁰

„Tisztelt Vásárlóink!

Felhívjuk figyelmüket, hogy az akciós újságunkban megjelent Hauraton recyfix gyeprács ára rosszul jelent meg. A helyes ár: 499 Ft/db. A katalógusban megjelent árhoz tartozó termék a JÉWÉ Kft. által gyártott fekete színű gyeprács. A hibáért szíves elnézésüket kérjük!”

43. A Bricostore Beszerzési Kft. véleménye szerint a vállalat jóhiszeműségét mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy a „Kert-szabadidő 124 oldalon” című kiadvány – amely 2006. március 22-től július 31-ig érvényes, tehát magában foglalja a „Májusi vásártér” című kiadvány akciós időszakát – 106. oldalán szerepel mind a Hauraton Magyarország Kft. által, mind a JÉWÉ Kereskedelmi Kft. által gyártott gyeprács helyes fényképpel, és fogyasztói ármegjelöléssel. Azaz a JÉWÉ Kereskedelmi Kft. 2006. július 31-ig biztosítja az ellátást ebből a termékből 179 Ft/db áron az eljárás alá vont számára. Másrészt az „Építők és építkezők kézikönyve”²¹ című kiadvány 60. oldalán szerepel mindkét gyeprács azon permanens fogyasztói áron, amelyért a fogyasztó akkor is meg tudja vásárolni ezeket a termékeket, ha éppen nincsenek akcióban.

44. Előadta, hogy kizárólag a győri áruház nem rendelkezett készlettel az akció elején a JÉWÉ Kereskedelmi Kft. által gyártott gyeprácsból. Ennek következtében csak ez az áruház nem tudta biztosítani a vásárlók számára a Hauraton gyeprács helyett a JÉWÉ Kereskedelmi Kft. által gyártott gyeprácsot, így egyedül csak a győri áruházban volt két fogyasztói panasz.

45. A szeptember 21-i beadvány szerint „mindkét reklamációt” elfogadták, és a vásárlók lényegesen alacsonyabb áron, 175 Ft-ért kaphatták meg a Hauraton Kft által szállított gyeprácsokat. (Vj-113/2006/5)

„Adria Kombi” merevfallú medence

46. A Bricostore Beszerzési Kft. 2006. július 12-i nyilatkozatában (Vj-113/2006/13. 1. sz. melléklet) egyrészt előadta, hogy a „Májusi vásártér” című kiadvány a 2006 április 26-tól május 15-ig tartó időszakra szól, és ezen időszak alatt a termék 35990 Ft-ért volt megvásárolható. A vevő azonban május 27-én kívánta ilyen áron megvásárolni a terméket.

47. Azzal kapcsolatban, hogy a vásárló a „Májusi vásártér” című kiadványnak a Kert katalógust reklámozó, abból ízelítőt adó ajánlatra hivatkozott („Íme egy kis ízelítő a kert katalógus rendkívüli áraiból” Kert katalógusunk „több mint 4 hónapon át, március 22-től július 31-ig érvényes”), mely alapján május 27-én is ezen az áron kellett volna értékesíteni a medencét, eljárás alá vont az alábbiakat adta elő. „Ezen értelmezés szerint valóban július 31-ig kellett volna megkapnia a terméket 35990 Ft-ért. Informatikai hiba folytán az ár visszaállt a 38990 Ft-ra május 27-én, de az áruház igazgatója felajánlotta a termék megvásárlási lehetőségét 35990 Ft-ért. Tehát: a terméket március 22-től április 26-ig 35990 Ft-ért, ezt követően április²² 27-től július 31-ig 35990 Ft-ért lehet(ett) megvásárolni valamennyi Bricostore áruházban.”

²⁰ Lásd: a Vj-113/2006/012. számú irathoz csatolt CD-n.

²¹ A Vj-113/2006/005. számú irat 8. számú melléklete.

²² Az eljáró versenytanács tévedésként értelmezi a hónap megjelölését, hiszen a Bricostore Beszerzési Kft. 2006. július 12-i levelének előző mondatában május 27-i dátum szerepel és a panaszolt esemény időpontja május 27-e volt.

48. A 2007. március 27-i tárgyaláson a jogi képviselő elismerte, hogy az előző pont utolsó mondatában tett kijelentés második része nem fedti a valóságot.

49. A Bricostore Kereskedelmi Kft. 2006. november 9-i beadványában arról adott információt, hogy tájékoztató táblákat helyezett el áruházaiban a tévesen megjelent fogyasztói ár miatt. Ezek – fogyasztói panasz hiányában – már megsemmisítésre kerültek, így adatszolgáltatása keretében ezeket nem tudta megküldeni a Hivatal részére. Előadta, hogy az Adria Kombi merevfallú medence fogyasztói árát illetően fogyasztói panasz nem érkezett hozzájuk. (Vj-113/2006/12)

„Tanagra” típusú kő kandalló

50. A Bricostore Kereskedelmi Kft. előadta, hogy a kifogásolt hirdetésben az szerepel, hogy a B1.0 betéthez alkalmas a Tanagra kő kandalló. Ennek feltüntetése elengedhetetlen, ugyanis más tüztérbetétet nem lehet az adott kandallóhoz használni. Ha a B1.0 betét a kandalló tartozéka lenne, akkor az a kifejezés szerepelt volna a hirdetésben, hogy B1.0 betéttel együtt. (Vj-113/2006/12)

51. A teljesítményadatok azért vannak a hirdetésben feltüntetve, mert alapvetően szükségesek a helyiség fűtéstechnikai tervezéséhez. (Vj-113/2006/12)

52. A Bricostore Kereskedelmi Kft. véleménye szerint már az oldal bal felső sarkában lévő képes hirdetésből („*KŐ KANDALLÓBURKOLATOK KIHAGYHATATLAN AJÁNLAT 100 000 Ft/db-tól*”) egyértelműen kiderül, hogy a 100 000 Ft-os vételár csak a kandallóburkolatra vonatkozott. (Vj-113/2006/12)

53. A kandalló kő, kőkandalló, kandallóburkolat rokon értelmű kifejezések, amelyek mind ugyanazt - jelen esetben – a kőből készült szerkezetet jelentik, amelyben tüzet gyújtanak. Mivel a kandallóban általában fával, mindenféle segédberendezés (pl. tüztérbetét) nélkül tüzelnek, maga a burkolat jelenti a kandallót. Következésképpen, a Bricostore katalógusban a termék helyesen került megnevezésre. A B1.0 betét egy tüztérbetét, amely az áruházban külön kapható. (Vj-113/2006/12)

54. A Bricostore Kereskedelmi Kft. véleménye szerint a körültekintő, a megvásárolni kívánt termék jellemzőit az elvárható módon ismerő, vagy megismerni kívánó vásárlónak (aki az eladótól segítséget kér) ez nem jelenthet gondot. Ezt mutatja az is, hogy a társaság több²³ Tanagra kandallót értékesített, és ezen vásárlók ugyanolyan módon értelmezték a hirdetés szövegét, mint az eljárás alá vont. (Vj-113/2006/12)

55. A társasághoz csupán egyetlen, a hirdetésben szereplő termék tartalmával kapcsolatos panasz érkezett, amelynek oka az volt, hogy a vásárló szerint a hirdetésben szereplő kő kandalló tartozéka a tüztérbetét. (Vj-113/2006/12)

²³ Az értékesített kandallók üzleti titoknak minősülő száma megtalálható a Vj-113/2006/12 sz. iratban.

Mindegyik reklámot érintő nyilatkozatok

56. A Bricostore Kereskedelmi Kft. előadta, hogy a Bricostore reklámkiadványok célja csupán a figyelemfelkeltés, mivel a társaság tevékenységét nem csomagküldés keretében fejtí ki, hanem az általa működtetett barkácsáruházakban értékesíti termékeit. Erre tekintettel a vásárló a termékekről teljeskörű tájékoztatást csak a barkácsáruházakban kaphat, erre a reklámkatalógusok korlátozott terjedelme miatt ott nem is lenne lehetőség. (Vj-113/2006/12)

57. A katalógus-előkészítés gondos munka eredménye; azon a marketing- és a beszerzési osztály közösen dolgozik, a katalógusok háromszori közös ellenőrzésnek vannak alávetve. Ennek ellenére, mivel egy-egy reklámkatalógus kb. 300 termék hirdetését tartalmazza, a legnagyobb odafigyelés mellett is előfordulhatnak alkalmanként kisebb hibák, amelyekre sajnálatos módon az ellenőrzések során sem derül mindig fény. Amennyiben valamilyen hiányosság a katalógus megjelenését követően a társaság tudomására jut (a katalógus megjelenését követően egyébként ismételt van egy ellenőrzés), azt a társaság azonnal korrigálja, és erről a vásárlókat áruházaiában tájékoztató táblákkal kellőképpen tájékoztatja. (Vj-113/2006/12)

58. A Bricostore Kereskedelmi Kft. célja, hogy vásárlói elégedettek legyenek, és visszajárjanak a Bricostore barkácsáruházakba, így fel sem merülhet, hogy a fogyasztókat tisztességtelenül befolyásolja, vagy esetleg tudatosan megtévevssze. (Vj-113/2006/12)

59. A vizsgált termékek mennyiségét, és a panaszok számát figyelembe véve a Bricostore Kereskedelmi Kft. álláspontja szerint megállapítható, hogy a reklámkatalógusokban megjelenő hirdetések egyáltalán nem alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére, illetve a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. (Vj-113/2006/12)

60. Mindkét eljárás alá vont kérte a GVH-t, hogy szüntesse meg az eljárást vele szemben. A Bricostore Kereskedelmi Kft. a csatolt adatokkal, dokumentumokkal igazolt tényállásra, és az előadott részletes indokolásra tekintettel kérte az eljárás megszüntetését. (Vj-113/2006/12) A Bricostore Beszerzési Kft. arra hivatkozott, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban érintett termékeket a Bricostore Kereskedelmi Kft. forgalmazza az általa üzemeltetett áruházakban (Vj-113/2006/11).

61. Az eljárás alá vontak utolsó beadványukban azt kérték, hogy a Versenytanács mellőzze bírság kiszabását. Állították, hogy nem követtek el jogsértést, tekintettel arra, hogy magatartásuk nem volt tisztességtelen. Részletesen bemutatták a törzsvásárlói kör kiépítése érdekében tett erőfeszítéseiket, rámutatva, hogy egy-két termék megtévesztő reklámjával nem kockáztatnák azt, hogy fáradozásaik és jelentős összegű ráfordításaik ellenére vásárlót veszítsenek. Az eljárás alá vont vállalkozások egyáltalán nem szándékoznak megtéveszteni a reklámokkal célzott fogyasztókat, jóhiszeműen jártak el. (Vj-113/2006/31)

VI. Jogi háttér

A Tpv. III. fejezete tartalmazza a fogyasztóvédelmi célzatú versenyjogi normákat.

62. A Tpv. 8. § (1) alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Az idézett szakasz (2) bekezdése szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha 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 árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; b) elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli; 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.

63. A 9. § értelmében a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

A jogi értékelés során követendő fő szempontok

64. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának vizsgálatakor első lépésben azt kell eldönteni, hogy a Bricostore Beszerzési Kft. és a Bricostore Kereskedelmi Kft. magatartása alkalmas-e arra, hogy a fogyasztói döntést befolyásolja. Ennek elbírálása során a használt kifejezéseknek a Tpv. 9. §-a szerint a mindennapi életben elfogadott általános jelentése az irányadó. Annak meghatározására kell kísérletet tenni, hogy vajon a fogyasztók számára – a fogyasztói döntésük meghozatala szempontjából - az eljárás alá vont vállalkozások reklámjaiból pontosan milyen üzenet képeződött le. Másodsorban pedig azt kell vizsgálni, hogy a kérdéses befolyásolás tisztességtelen módon valósult-e meg.

A jogi értékelés másik oldala a közérdek érintettségének vizsgálata, amely jelen eljárásban egyértelműen megállapítható, tekintettel a versenyfelügyeleti eljárásban érintett akciók katalógusok jelentős példányszámára, valamint arra, hogy az eljárás alá vont vállalkozások, ha nem is rendelkeznek országos lefedettséggel, de több megyében meghatározó piaci szereplők.

65. Valamely vállalkozás által tartott akció, illetve a vállalkozás által forgalmazott termékekről tájékoztatást adó reklámújságok vonatkozásában általános követelmény, hogy a fogyasztó pontos képet tudjon alkotni az akció mibenlétéről, annak tartamáról, az akcióban való részvétel esetleges feltételeiről, az akcióban résztvevő, az újságban reklámozott termékekről.

66. A fogyasztó döntése szempontjából kiemelkedő jelentősége van az akcióban való részvétel által elérhető megtakarításnak, versenyjogi követelményként fogalmazódik meg az ebben való tájékoztatás pontos, félre nem érthető volta.

67. Egy áruház akcióiról való tájékoztatás a fogyasztó érdemi választását befolyásoló tényezőnek tekintendő. A magatartás hatást gyakorol a gazdasági versenyre. Az akciók az áruházak az akció időtartama alatti felkeresésére ösztönöznek a kisebb-nagyobb árkedvezmény átmenetisége, és az árkedvezményes áru korlátozott mennyisége folytán. Az akció sürgető hatást gyakorol az – esetleg már korábban „érlelődő” - fogyasztói döntés meghozatalára. Az akciók forgalomnövelő hatással járnak. Az akciók nemcsak az akciós áru keresletét növelik, hanem kedvezően hatnak az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is, mivel az árengedményes áru miatt az áruházba betért fogyasztók vásárlásai nem szorítkoznak az akcióban résztvevő termékekre. Megjegyzi azonban az eljáró versenytanács, hogy barkácsáruházak esetén valószínűleg kisebb az akciós termékek körén kívüli termékek megvásárlására gyakorolt készletelés, mint élelmiszerek, háztartási cikkek esetében.

VII.

Az eljáró versenytanács álláspontja

„Rosy 16” típusú háti permetezőgép

68. A hirdetés szövegében szereplő „+ 2 folyóméteres szórószerű” kitétel, illetve a benne foglalt „+” jel köznapiban értelemben, egy átlagos fogyasztó számára – a Tpv. 9. §-ára is figyelemmel - azt jelenti, hogy a fogyasztói ár magában foglalja a 2 folyóméteres szórószerűt is. A fentiekben kifejtett értelmezés alapján a fogyasztók alapos okkal hihették azt, hogy a szórószerű a 8999 Ft-os fogyasztói árban benne foglaltatik. Ez a reklámüzenet megfelelt a valóságnak.

69. A Bricostore Kereskedelmi Kft. tájékoztató tábla segítségével figyelmeztette a vásárlókat, és ezzel egyértelmű tájékoztatást adott arról, hogy aki „Rosy 16” típusú háti permetezőgépet vásárol, az a blokk bemutatása ellenében a vevőszolgáltatáson térítésmentesen megkapja a 2 folyóméteres szórószerűt.

70. A reklám nem tartalmazott arra vonatkozó kifejezett ígéretet, hogy a permetező és a szórófejet egy csomagban lehet megvásárolni. Erre tekintettel az előző pontban idézett tájékoztatásban foglaltak nem ellentétesek a reklám üzenetével. Az eljárás alá vont nem tért el a reklámban foglaltaktól akkor, amikor a szórófejet a fizetést követően, a blokk bemutatása ellenében nyújtotta át ingyenesen a vásárlónak.

71. Mindaddig nincs jelentősége annak a körülménynek, hogy a permetező tartozékát képező szórószerűt az eljárás alá vont külön is forgalmazta, amíg nem merül fel arra vonatkozó adat, hogy a permetező vásárló fogyasztó nem kapta meg ingyen a szórószerűt, hanem kénytelen volt külön pénzt adni érte. Az eljáró versenytanács számára a bejelentő előadásán túl nem állt további adat rendelkezésre, amely megalapozta volna azt a következtetést, hogy az áruházak pénzt kértek volna a termék ingyenesen hirdetett tartozékáért. A panaszos arról is beszámolt, hogy kifogását elfogadták, a szórószerűt – reklamációja alapján – végül ingyen kapta meg. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a szórószerű külön értékesítése szolgálhatja azoknak a vásárlóknak az érdekét, akik már rendelkeznek permetezővel, de nincs megfelelő eszközük a permetlé nagyobb magasságba történő kijuttatásához. Erre tekintettel nem tekinthető jogellenesnek az a körülmény, hogy

az a termék, amit egy másik termék ingyenes tartozékként reklámoznak, önálló termékként ellenérték fejében is megszerezhető ugyanabban az áruházban, feltéve, hogy az ingyenes tartozék jelleg az áruházban a terméken, vagy ahhoz kapcsolódóan feltüntetésre kerül.

Hauraton Recyfix gyeprács standard

72. Előjáróban leszögezi az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont kétféle védekezést terjesztett elő a gyeprács tekintetében. A kétféle érvelés két, egymástól jelentős mértékben különböző tényálláshoz kapcsolódott, mely tényállások egymást kizárták. Az eljáró versenytanácsnak ezért először abban a kérdésben kellett állást foglalni, hogy a két tényállás közül melyik valósult meg:

- egy olcsóbb gyeprácsot kívántak hirdetni, de a reklámban egy drágább termék fényképét jelentették meg, vagy
- a Hauraton Recyfix gyeprácsot kívánták hirdetni, de annak árát helytelenül tüntették fel.

Az első verzió mellett szólt az eljárás alá vont védekezésének 36. pont első és harmadik francia bekezdésében és a 38. pontban idézett része. A második verziót támasztotta alá a 36. pont második francia bekezdésében, valamint a 40. pontban idézett állítás és a 42. pontban idézett vásárlói tájékoztatás. A téves fénykép alkalmazása viszonylag enyhébb súlyú magatartás, de ebben az esetben az is jogsértésnek minősülhet, hogy a győri áruház már az akció elején sem rendelkezett az olcsóbb gyepráccsal (vö. 36. pont harmadik francia bekezdés).²⁴

73. A két lehetséges verzió közül az eljáró versenytanács az alapján határozta meg a tényállást, hogy a reklám szövege melyiket valószínűsítette. A reklámban három körülmény szól amellet, hogy a reklámújság a Hauraton Recyfix gyeprácsot kívánta reklámozni:

- szerepel a reklámban a termék megnevezése,
- szerepel a reklámban a termék fotója,
- szerepel a reklámban a termék mérete (38.5x33.4x3.8cm), ami különbözik a JÉWÉ Kft. által gyártott gyeprács méretétől.

E három körülménnyel szemben egyedül a termék ára szól amellet, hogy a JÉWÉ Kft. által gyártott gyeprácsot kívánták reklámozni.²⁵

74. Az eljáró versenytanács a körülmények alapján úgy látja, hogy a Hauraton Recyfix gyeprácsot kívánták reklámozni, de annak akciós ára tévesen jelent meg a reklámújságban.

75. A jogsértés azonosítása folytán az eljáró versenytanács az adott ügyben nem tekinti relevánsnak sem azt, hogy minden akciós kiadvány hátlapján az alábbi szöveg szerepel: „A fotók csak illusztrációk.”, sem azt, hogy a győri áruház nem rendelkezett készlettel az akció elején a JÉWÉ Kereskedelmi Kft. által gyártott gyeprácsból.

²⁴ Az eljárás alá vont 2006. július 12-i nyilatkozata szerint:

- A 2006. április 26-tól május 15-ig érvényes *Májusi vásártér* című kiadvány 6. oldalán található gyeprács hirdetésében rossz fotó jelent meg.
- A fotón meghirdetett Hauraton Recyfix gyeprács ára helyesen 499 Ft/db.
- A kiadványban hirdetett terméket a JÉWÉ Kft. szállítja a Bricostore-nak, és igaz, hogy az akció indulásának időpontjában a termékből nem volt a győri áruházban nem szállítás miatt (1. oldal).

²⁵ A feltüntetett 175 Ft-os ár nem azonos a JÉWÉ Kft. által szállított - kisebb méretű és kevésbé jó minőségű gyeprács 179 Ft-os akciós árával. Ez a körülmény nem támasztja alá az eljárás alá vont vállalkozások azon érvelését, hogy a JÉWÉ Kft. által szállított termék akciós ára került volna tévesen a katalógusba. Az eltérésre azonban a kerekítés (vö. Vj-113/2006/30) magyarázatul szolgál.

76. Az eljáró versenytanács a fogyasztók megtévesztésének tekinti azt, hogy a katalógusban az akciós termék áráként olyan érték került feltüntetésre, amelyért a fogyasztók általában nem vásárolhatták meg, és a győri áruházban is csak a panasszal élő fogyasztók, ők is csak korlátozott mennyiségben kaphatták meg az igényelt terméket.

77. A 74. pontban bemutatott megtévesztésnek a versenyre kiható következményei voltak. A kedvező ár szerepet játszhatott abban, hogy a fogyasztók felkeresték a Bricostore áruházak valamelyikét. A fogyasztók egy része elfogadta a reklámozott termék helyett számára felkínált másik terméket. Azok a fogyasztók, akik nem vették igénybe a „helyettesítő terméket”, azok is vásárolhattak az áruházban másfajta termékeket. Mindez befolyásolhatta az érintett piacon folyó versenyt.

78. Nem tekinti az eljáró versenytanács a jogsértés orvoslásának azt, hogy az áruházakban a megtévesztett fogyasztók tájékoztatást kaphattak a Hauraton Recyfix gyeprács akciós árának valódi mértékéről. Mindez összhangban áll a Versenytanács Vj-45/2005/20. számú határozatában kiemelt azon állásponttal, amely szerint egy tájékoztatás jogsértő jellegét a fogyasztó esetleges utólagos (pl. az áruház felkeresése után ott esetlegesen megejthető) tájékozódási lehetősége nem szünteti meg, mivel a jogsértés már a tájékoztatás közzétételével megvalósult. A konkrét esetben az eljárás alá vont vállalkozások magatartása alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére, mert a kínált áru lényeges tulajdonságairól (ár, minőség, márkanév) valótlán tényeket állítva, előnyös vásárlás látszatát keltették, tisztességtelenül befolyásolva ezzel döntésében a fogyasztót.

„Adria Kombi” merevfalú medence

79. Jogsértést állapított meg az eljáró versenytanács a „Májusi vásártér” című kiadvány 2. oldalán közzétett reklám kapcsán (jelen határozat 24. pontja). Ez az akciós ajánlat a 2006. április 26-tól május 15-ig tartó időszakra szólt. A vizsgáló által végzett kigyűjtés (Vj-113/2006/019) adatai szerint az időszak utolsó napján, 2006. május 15-én nem az akciós 35990 Ft-ért, hanem 38990 Ft-ért lehetett megvásárolni a terméket. Ilyen vásárlásra sor került a főtí (1 db), a soroksári (1 db), a győri (1 db) és a törökbálinti (1 db) áruházban is.

80. Több ellentmondásra is felfigyelt az eljáró versenytanács az eljárás alá vont védekezésében.

- Az eljárás alá vontak nyilatkozata szerint a 38990 Ft-os fogyasztói ár csupán informatikai hiba következménye, és az érintett termék ára valóban 35990 Ft volt. Az eljárás alá vontak e nyilatkozatának valóságát megkérdőjelezi az adott áruház igazgatójának azon magatartása, hogy felajánlotta a panaszos vásárlónak a termék megvásárlásának lehetőségét 35990 Ft-ért. Abban az esetben, ha tényleg ennyi lett volna az ár, akkor ezt nem az igazgatónak kellett volna egyedi eljárásban a fogyasztó számára „felajánlani”.
- Nem tűnik megalapozottnak az a – jelen előzetes álláspont 47. pontjában idézett – érvelés, mely szerint „informatikai hiba folytán” állt vissza az ár 38990 Ft-ra május 27-én. Az eljáró versenytanács észlelte, hogy a „Kert szabadidő 124 oldalon” c. kiadványban a 2006 március 22-től július 31-ig tartó időszakra és a kiadvány II. kiadásában a 2006. június 12-től július 31-ig tartó időszakra már ez a magasabb ár került meghirdetésre. Az eljáró versenytanács nem tartja hihetőnek az eljárás alá vont által adott magyarázatot. A termék árának megváltozása aligha a hivatkozott „informatikai hiba” miatt következett be, ha a két akciós katalógus is a magasabb

áron hirdette a terméket. A májusi vásártérben hivatkozott több mint négy hónapos²⁶ akciós időszakot látványosan megrövidítették a 35990 Ft-ért meghirdetett merev falú medence tekintetében.

- Az előbbieket alapján május második felét továbbá, június és július hónapokat illetően erős kételyei vannak az eljáró versenytanácsnak azzal az állítással kapcsolatban is, hogy a terméket „április 27-től július 31-ig 35990 Ft-ért lehet(ett) megvásárolni valamennyi Bricostore áruházban” (jelen határozat 47. pontja). Az állításnak ellentmondott a május 27-i eladással kapcsolatban a jelen határozat 47. pontjában idézett nyilatkozat, mely szerint „Ezen értelmezés szerint valóban július 31-ig kellett volna megkapnia a terméket 35990 Ft-ért.” A 2007. március 27-i tárgyaláson elhangzott elismerő nyilatkozat egyértelműen cáfolta a vizsgálati szakban tett kijelentést.
- Az „informatikai hiba” dátumaként megjelölt május 27-e is megkérdőjelezhető annak fényében, hogy nem csupán ezt követően alkalmazták a korábbi – az akciósnál magasabb – árat. Már a május 16-26 közötti időszakban is nagy számban kerültek értékesítésre termékek 38990 Ft-os áron, annál is inkább mert az ekkorra szóló Kert-szabadidő 124 oldalon” c. kiadvány (a továbbiakban: Kertkatalógus) is a nagyobb árat tartalmazta.
- A „Májusi vásártér” című kiadvány utolsó oldalán - a „Kert katalógus”-ból idézve közzétett reklám (jelen határozat 47. pontja) szerint az akciós ajánlat a 2006. április 26-tól július 31-ig tartó időszakra szólt. Ennek ellenére sem a bejelentés szerinti május 27-én, sem a vizsgáló kigyűjtése szerinti további időpontokban - Fóton 57 eset, Budakalászon 2 eset, Soroksáron 32 eset, Győrben 14 eset, Csömörön 25 eset, Székesfehérvárott 9 eset, Törökbálinton 21 eset - nem az akciós áron lehetett megvásárolni a terméket. Megállapítható, hogy 160 esetben nem az akciós újságban közzétett áron értékesítette termékét az eljárás alá vont Bricostore Kereskedelmi Kft. E magatartás fényében az a reklámállítás, hogy a termék 35990 Ft-ért megvehető, egyrészt alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, másrészt a reklám becsalógató hatása – a korábban írtakhoz hasonlóan - itt is kimutatható.
- A „Májusi vásártér” című kiadvány utolsó oldalán a „Kert katalógusban” szereplő ajánlatok közül példálózva említett akciók egyike nem a közzétett feltételekkel került be a Kert katalógusba és annak II. kiadásába.

81. Az eljárás alá vont 2006. november 9-i beadványában csak állította, hogy tájékoztató táblákat helyezett el áruházaiiban a tévesen megjelent fogyasztói ár miatt, de – mivel ezek fogyasztói panasz hiányában már megsemmisítésre kerültek - ezeket nem tudta megküldeni a GVH részére, az utólagos tájékoztatás bizonyítottan nem tekinthető.

82. Az eljárás alá vont azon állítása, hogy az Adria Kombi merev falú medence fogyasztói árát illetően fogyasztói panasz nem érkezett hozzá, a jogsértés hiányának megállapítására nem alkalmas a Versenytanács konzekvens gyakorlata szerint.

„Tanagra” típusú kő kandalló

83. Az érintett termék hirdetésével kapcsolatban azt kellett mérlegelni, hogy a hirdetés alkalmas volt-e a fogyasztók megtévesztésére a tekintetben, hogy milyen terméket kap a vásárló a hirdetett fogyasztói ár fejében. Nevezetesen az ár csak a kandallóburkolatra

²⁶ „Íme egy kis ízelítő a kert katalógus rendkívüli áraiból” Kert katalógusunk „több mint 4 hónapon át, március 22-től július 31-ig érvényes”

vonatkozik, vagy a tüztérbetét is tartozéka a terméknek, melyet a vásárló megkap a vételár kifizetése esetén.

84. Az eljáró versenytanács megítélése szerint a reklám önmagában is ellentmondásos. Ezt az ellentmondásos jelleget tovább fokozzák a reklám környezetéből származó – egymásnak ellentmondó – további elemek. Vannak olyan elemek, amelyek azt a látszatot keltik, hogy mind a kandalló burkolat, mind a tüztér a szolgáltatás része. A reklám más elemeiből viszont arra lehet következtetni, hogy 100000 Ft-ért csak a kő kandalló burkolathoz lehet hozzájutni.

85. Az eljáró versenytanács megítélése szerint a reklám azon elemei, amelyek azt a látszatot keltik, hogy mind a kandalló burkolat, mind a tüztér a szolgáltatás része, az alábbiak:

- a reklámban közzétett fénykép egy működő kandallót mutat be, melyben ég a tűz,
- a fényképen világosan látszik a tüztér fekete kerete a kandallón belül,
- a képhez tartozó szöveg „Tanagra kő kandalló”-t említ (nem kandalló burkolatot),
- a képhez tartozó szövegben nem csak a burkolat, hanem a B1.0 betét is szerepel,
- a szöveg az öntöttvas kályha paramétereit is szerepelteti, mindezt a vételár fölött tünteti fel.

86. A vizsgált reklámmal egy lapon szereplő 3. és 4. reklám

- kandallóburkolatnak nevezi a terméket - szemben a 2. reklám kandalló megnevezésével,
- a kandallóburkolat elnevezésével azonos méretű és vastagítású szöveggel tünteti fel azt, hogy a kandallóburkolat „B1.0 betéthez” való,
- kifejezetten felhívja a fogyasztó figyelmét arra, hogy „kéménybevezetés és kályha nélkül”, miközben a vizsgált 2. reklám nem tartalmaz ilyen kiegészítést.

A 3. és a 4. reklám egyértelmű, nem megtévesztő. Az eljáró versenytanács megítélése szerint a valóságot korrekt módon bemutató reklámban szereplő felsorolt körülmények erősítik azt a látszatot, hogy a 2. reklámban mind a kandalló burkolat, mind a tüztér a szolgáltatás részét képezi, hiszen ott más a termék megnevezése, nem szerepel kiemelten a tüztérbetétre utalás, és nincs külön tájékoztatás arról, hogy a tüztérbetét nem képezi a szolgáltatás részét.

87. Az eljáró versenytanács megítélése szerint a reklámnak magának egy eleme van, amely arra enged következtetni, hogy a tüztér nem a szolgáltatás része, nevezetesen a kő burkolatot és a tüzteret összekapcsoló kifejezéseként a kiadvány a „betéthez” fordulatot használja.

88. A kiadvány más részein található, a kandalló burkolat és a tüztér összetartozását gyengítő körülményként vette figyelembe az eljáró versenytanács azt, hogy

- a kiadvány előző oldalán a B1.0 francia kandallóbetét 1. számon önállóan 99990 Ft-os áron szerepel.
- kiadvány 6. oldalának bal felső sarkában szereplő „Kő kandallóburkolatok” megjelölés szerepel. Megjegyzi azonban az eljáró versenytanács, hogy nagyobb betűmérete ellenére sem tekintette a bizonytalanságot egyértelműen feloldó körülménynek ezt a címszerű megjelölést, figyelemmel arra, hogy a 6. oldalon nem csupán kandallóburkolatok, hanem kiegészítők, és csempekandallók is láthatóak. A csempekandallók ugyanúgy lobogó tüzzel kerültek bemutatásra, és itt a tüztér része a szolgáltatásnak.

89. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy a reklámkiadványt kézben tartó fogyasztótól nem várható el, hogy egyfelől a 85-86. másfelől a 87-88. pontokban felsorolt körülményeket egyenként felismerje, azokat patikamérlegre téve elemezze. A fogyasztó megtévesztésére az

olyan közlés is alkalmas, amely valós információt tartalmaz, de azt megtévesztésre alkalmas módon közli.

90. Nem várható el a fogyasztótól az sem, hogy kitalálja, hogy milyen körülmények vezették a reklámozót arra, hogy a tűztér részletes adatait felsorolja a kandalló burkolat kapcsán. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a körülmények és az eljárás alá vont nyilatkozatának ismeretében sincs meggyőződve arról, hogy ezeknek az adatoknak valóban szerepelniük kell itt, különösen, hogy egy oldallal korábban is feltüntetésre kerültek.

91. Nem várható el a fogyasztótól az sem, hogy a reklámkatalógust kézben tartva nyelvészkedjen, hogy vajon tudatosan használták-e a „*B1.0 betéthez*” kifejezést a „*betéttel*” kifejezés helyett.

92. Nem fogadta el az eljáró versenytanács a Bricostore Kereskedelmi Kft. 54. pontban idézett véleményét, mely szerint a körültekintő, a megvásárolni kívánt termék jellemzőit az elvárható módon ismerő, vagy megismerni kívánó vásárlónak (aki az eladótól segítséget kér) ez nem jelenthet gondot. A reklámmal szemben ugyanis elvárás, hogy ne legyen megtévesztésre alkalmas. Az a tény, hogy a reklám hatására az áruházba látogató fogyasztó korrekt információhoz juthat az eladóktól, nem teszi jogszerűvé a megtévesztésre alkalmas reklámot.

93. Az eljáró versenytanács úgy ítélte meg, hogy a Tpv. korábban idézett értelmezési szabálya alapján „Tanagra” kő kandalló reklámjáról legalább az megállapítható, hogy valós tény megtévesztő módon közölt. Ezzel a megtévesztett, sőt a reklám értelmezésében bizonytalan fogyasztót is becsábíthatta az áruházba. Utóbbiakat azért, hogy meggyőződjenek arról, hogy egy vagy két összetartozó terméket vásárolhatnak-e 10000 Ft-ért.

Észrevételek az eljárás alá vontak által felhozott egyes érvekkel kapcsolatban

94. Az eljáró versenytanács nem tekinti felelősséget kizáró körülménynek azt, hogy az áruházat felkereső és az eladótól segítséget kérő vásárlók a téves közléssel érintett termékekkel kapcsolatban a valóságnak megfelelő információhoz juthattak. A jogsértés ugyanis már a reklám közzétételével megvalósult, ezen a későbbi precíz tájékoztatáshoz való hozzájutás lehetősége nem változtat.

95. Nem fogadta el az eljáró versenytanács a Bricostore Kereskedelmi Kft. – jelen határozat 56. pontjában idézett – előadását, mely szerint a Bricostore reklámkiadványok célja csupán a figyelemfelkeltés. Tény, hogy a társaság tevékenységét nem csomagküldés keretében fejti ki, hanem az általa működtetett barkácsáruházakban értékesíti termékeit. Ebből azonban nem következik okszerűen, hogy „a vásárló a termékekről teljeskörű tájékoztatást csak a barkácsáruházakban kaphat, erre a reklámkatalógusok korlátozott terjedelme miatt ott nem is lenne lehetőség”. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy egyik jogsértőnek tekintett reklám esetén sem okozott volna terjedelmi többletet, vagy kiadást a közzétett reklámok helyett jogszerű hirdetések közreadása. A konkrét eset tehát nem azért jogsértő, mert az eljáró versenyhatóság olyan többletinformációt hiányolt volna a reklámból, aminek közreadása a kommunikációs eszköz természeténél fogva ne lett volna megvalósítható.

96. Az eljáró versenytanács sem a jogsértéssel érintett termékek mennyiségét, sem az eljárás alá vont vállalkozáshoz érkezett panaszok számát nem tekintette kellő alapnak annak

megállapítására, hogy a reklámkatalógusokban megjelenő hirdetések egyáltalán nem alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére.

97. Az eljáró versenytanács nem adott helyt a Bricostore Beszerzési Kft. kérelmének és nem szüntette meg az eljárást vele szemben. A versenyjogsértést ugyanis nem az jelentette, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban érintett termékeket a Bricostore Kereskedelmi Kft. forgalmazta az általa üzemeltetett áruházakban, hanem az, hogy a reklámkiadványokban a fogyasztó megtévesztésére alkalmas tájékoztatások jelentek meg. Márpedig a reklámkiadványok előkészítése és összeállítása mindkét eljárás alá vont vállalkozás közös feladata volt, és azt a Bricostore Beszerzési Kft. Beszerzési Osztálya közösen végezte a Bricostore Kereskedelmi Kft. Marketing Osztályával.

Bírságszámítás

98. Az eljáró versenytanács bírság kiszabását látta indokoltnak. A bírság alapösszegének meghatározása során a reklámköltség jelentette a kiindulási alapot, nevezetesen a „Májusi vásártér” és a „Fűtési magazin” c. reklámújságok megjelentetésével és terjesztésével kapcsolatos – üzleti titoknak minősülő - kiadások (Vj.113/2006/30). Nem vette számításba az eljáró versenytanács a „Kert-szabadidő 124 oldalon” és a „Kert II” reklámújságok költségét, mivel úgy tekintette, hogy ezekben nem szerepel megtévesztő, ill. megtévesztésre alkalmas reklám.

99. Az eljáró versenytanács enyhítő körülménynek tekintette azt, hogy a győri áruházban – ugyan limitált mennyiségben - a meghirdetett áron adták a fogyasztóknak a Hauraton Recyfix gyeprácsot, azaz a felmerülő fogyasztói panaszokat elfogadták, és azokat megfelelő módon kezelték²⁷.

100. A bírság összegének meghatározásakor súlyosító körülményként vette figyelembe az eljáró versenytanács azt, hogy

- a „Májusi Vásártér” és a „Fűtés magazin” reklámkiadványok együttesen igen magas példányszáma a megtévesztésre alkalmas reklámokat a fogyasztók széles köréhez eljuttatta, és
- a jogsértés a medence reklámozása tekintetében huzamosnak tekinthető.

101. Az eljáró versenytanács nem tekintette enyhítő körülménynek azt, hogy az akciós kiadványok hátlapján az alábbi szöveg szerepel: „Az esetleges nyomdai hibákért felelősséget nem vállalunk”. Az eljárás alá vontak nem mentesülhetnek az érdekkörükbe tartozó magatartások miatt őket a törvény által fenyegető versenyjogi következmények alól saját nyilatkozatuk által. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a vállalkozásoktól elvárható, hogy a nyomdai anyagokat kellő gondossággal ellenőrizzék a terjesztés megkezdése előtt. Az eljárásban felmerült esetek azt bizonyítják, hogy a reklámújságok ellenőrzésére – a többkörös rendszer ellenére - nem kellő gondossággal került sor. Az eljárás alá vontak közreműködőjének tekintendő nyomda hibáján²⁸ túl, tehát maguk az eljárás alá vontak is mulasztottak.

²⁷ Az eljárás alá vont vállalkozások mindkét felmerülő fogyasztói panaszt elfogadták, és mindkét vásárló 175 Ft/db áron vásárolhatta meg a Hauraton Magyarország Kft. által szállított gyeprácsot.

²⁸ Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont eleve csak a gyeprácsról készített fénykép elcserélése kapcsán hivatkozott nyomdahibára. Ezt a körülményt azonban az eljáró versenytanács figyelmen kívül hagyta, mivel másban látta a jogsértést.

102. Az eljáró versenytanács nem vitatja, de nem tekinti enyhítő körülménynek azt, hogy az eljárás alá vont vállalkozások

- szándékossága kizárható a kifogásolt reklámokban szereplő termékekkel kapcsolatban,
- többkörös ellenőrzési rendszert működtetnek a reklámkatalógusokban szereplő tájékoztatás pontossága és korrektsége érdekében,
- azonnal korrigálják a hiányosságot, ha a katalógus megjelenését követően ilyenről tudomást szereznek, és erről a vásárlókat áruházaiban tájékoztató táblákkal informálják,
- az áruházakban korrekt tájékoztatást nyújtottak a megtévesztett fogyasztók számára a Hauraton Recyfix gyeprács²⁹ akciós árának valódi mértékéről,
- az eljárás alá vont vállalkozáshoz érkezett panaszok száma csekély, ill. bizonyos kifogásolt termékek (medence) kapcsán azt jelezték eljárás alá vontak, hogy a fogyasztók egyáltalán nem éltek panasszal, és a jogsértéssel érintett termékek mennyisége nem jelentős.

Abban az esetben ugyanis, ha szándékos lenne a fogyasztók megtévesztése, vagy nem létezne kontroll rendszer a tájékoztatási hibák kiszűrése érdekében, vagy a hibásan megjelent tájékoztatást utólag sem korrigálnák, esetleg nagy számú fogyasztói panaszra kerülne sor, akkor ezeket a körülményeket súlyosító tényezőként kellene értékelni. A többkörös védelem létét azért sem tekintette enyhítő körülménynek az eljáró versenytanács, mert éppen a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált esetek bizonyították, hogy a többszöri ellenőrzés ellenére előfordul fogyasztó megtévesztő reklámozás. Ilyen esetekben a bírság mértékére is kihatónak a pótlólagos intézkedéseket, a jövőbeni jogsértések kiküszöbölése érdekében tett lépéseket tekinti az eljáró versenytanács, különösen, ha azokat még a versenyfelügyeleti eljárás megindulása előtt foganatosították. A medence árával kapcsolatos panaszok hiányát az eljáró versenytanács annak fényében értelmezte, hogy egy bejelentő jelezte a problémát a GVH-nak, és megállapítást nyert, hogy további 159 fogyasztó került hasonló helyzetbe. 160 fogyasztónak lett volna tehát alapja arra, hogy kifogással éljen a 3000 Ft-os – azaz majdnem 10 %-os – ártöbblet miatt.

103. Nem tekinti az eljáró versenytanács sem a jogsértés orvoslásának, sem a magatartás súlyát enyhítő körülménynek azt, hogy a – győri áruház kivételével – a Bricostore áruházak a meghirdetett áron a JÉWÉ Kft. által gyártott gyeprácsot felkínálták a fogyasztóknak a Hauraton Recyfix gyeprács helyett. A reklámújságban meghirdetett árért ugyanis a vásárló egy kisebb méretű és alacsonyabb értékű termékhez jutott.

104. Az eljáró versenytanács nem fogadta el eljárás alá vontak azon érvelését, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált reklámok nem bírnak becsalogató hatással. Az akciós újságban megjelent hirdetésben bízva az áruházba betérő fogyasztó általában a reklámozott terméken kívül eső árucikkekre irányuló vásárlásával növeli az áruház forgalmát. A konkrét esetben azonban a termékek jelentősebb értéke (medence, kandalló) folytán a vásárló nem feltétlenül vásárol e termékek helyett mást. A speciális felhasználási célú gyeprács helyett sem vásárol feltétlenül más terméket a vevő, de itt már alaposabban feltételezhető, hogy fűmagot, gyeprágyát, kertészkedéshez használatos magokat, vegyszereket, eszközöket vegyen, ha már az áruházban jár. A három termék egyike esetén sem zárható ki az, hogy vásárol valamit a vevő, különösen akkor, ha az áruházba való eljutás jelentősebb időt vett

²⁹ Az Adria medence kapcsán a Bricostore Kereskedelmi Kft. 2006. november 9-i beadványában csak állította, hogy tájékoztató táblákat helyezett el áruházaiban a tévesen megjelent fogyasztói ár miatt, de – mivel ezek fogyasztói panasz hiányában már megsemmisítésre kerültek - ezeket nem tudta megküldeni a GVH részére. (Vj-113/2006/12)

igénybe. A konkrét esetben a – nem kizárható – becsalogató hatást az eljáró versenytanács nem tekintette súlyosító körülménynek.

105. Az eljáró versenytanács nem tekintette súlyosító körülménynek azt, hogy 2000-ben a Bricostore Kereskedelmi Kft-vel szemben már szabtak ki bírságot. Az időközben eltelt több mint 5 évre tekintettel a Bricostore Kereskedelmi Kft-t nem tekintette visszaesőnek.

Érintett jogszabályok

106. A gyeprács és a medence reklámját a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) és d) pontjába ütközőnek minősítette az eljáró versenytanács, az áru ára tekintetében valótlan tény állításának minősítve a reklámokat.

107. A kandalló reklámját a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütközőnek minősítette az eljáró versenytanács, az áru lényeges tulajdonsága tekintetében valós tény megtévesztésre alkalmas módon való állításának minősítve a reklámot.

108. A háti permetező tekintetében annak megállapítása, hogy a magatartás nem ütközik a törvénybe a Tpv. 77. § (1) bekezdés i) pontján alapul.

109. A jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2007. március 27.