



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Ügyszám: **Vj-143/2006/25.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Auchan Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban tárgyaláson meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t .**

A Versenytanács megállapítja, az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor a reklámújságban nyújtott tájékoztatással szemben a fogyasztók nem vásárolhatták meg

- a 2006. augusztus 4. és 24. között érvényes reklámújságban meghirdetett „CT-2411 számítógépasztal” az óbudai és az albertfalvai áruházban az akció első napjaiban,
- a 2006. augusztus 11. és 17. között érvényes reklámújságban meghirdetett „Daewoo AGC-5200 CD/MP3” autórádiót az albertfalvai áruházban az akció teljes időtartama alatt,
- a 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban érvényes reklámújságban meghirdetett „Daewoo KOR-6L0 5” mikrohullámú sütőt a kecskeméti áruházban az akció teljes időtartama alatt.

A Versenytanács megállapította továbbá, az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított akkor is, amikor a reklámújságban közölnél magasabb áron árusította

- a 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett „Daewoo KOR-6L0 5” mikrohullámú sütőt az óbudai áruházban 2006. szeptember 1. és 4. között,
- a 2006. július 14. és 27. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett a „Theodora” ásványvizet a csömöri áruházban 2006. július 14. és 17. között, illetve a soroksári áruházban 2006. július 14-én,
- a 2006. augusztus 4. és 24. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett fénymásolópapírt 2006. augusztus 4. és 15. között a solymári áruházban,
- a 2005. augusztus 19. és szeptember 1. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett „lángolt kolbász miklósi” terméket a dunakeszi áruházban,
- a 2005. december 2. és 6. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett „sajttal töltött pulykafalat” terméket az óbudai áruházban, a „franciasaláta 500 g” és „füstölt-főtt tarja darabolt” termékeket a dunakeszi áruházban.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 30.000.000 Ft (Harmincmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számla javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

## **I n d o k o l á s**

1. A Gazdasági Versenyhivatal a jelen versenyfelügyeleti eljárásban azt vizsgálta, hogy az Auchan Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) III. fejezetének rendelkezéseit, amikor

- a reklámújságjaiban hirdetett egyes termékek az áruházaihoz a meghirdetett időtartamban nem álltak rendelkezésre vagy irreálisan alacsony készlet volt belőlük,
- a reklámújságjaiban meghirdetett árakat áruházai nem mindig alkalmazzák, vagy attól eltérve, az akciós termékeket több esetben a reklámozottnál drágábban árúsítják.

### **I.**

#### **Az eljárás alá vont**

2. A nemzetközileg ismert, első magyarországi áruházát 1998 áprilisában megnyitó francia érdekeltségű Auchan-csoporthoz tartozó Auchan Magyarország Kft. jelenleg tíz áruházal rendelkezik Budapesten és a főváros vonzáskörzetében, illetve Kecskeméten és Székesfehérváron.

Az eljárás alá vont jelentős szereplője a magyarországi élelmiszer-kereskedelmi piacnak, ahol 2005-ben a belföldi értékesítésből származó mintegy 179 milliárd Ft nettó árbevételével a 6. helyen állt.

3. A Gazdasági Versenyhivatal többször folytatott eljárást az eljárás alá vont ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt. A Vj-175/2000., a Vj-209/2000., a Vj-149/2002., a Vj-41/2005. és a Vj-29/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásokban a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény III. fejezetébe ütköző magatartást tanúsított, s bírságot szabott ki vele szemben.

4. Az eljárás alá vont jellemzően egy-kétheti rendszerességgel, több százezer példányban jelenteti meg reklámújságjait áruházainak vonzáskörzetében. A reklámújságok tartalma és formája azonos minden áruházra nézve, ugyanakkor nem rendszeres jelleggel az egyes áruházak is megjelentetnek különböző áruházi eseményekhez, akciókhoz kapcsolódóan kiadványokat.

A 2005. évhez képest 2006-ban több reklámújság jelent meg, köszönhetően a különböző tematikus újságok gyakoribb megjelenésének.

A reklámújságok utolsó oldalán igen kis méretben szerepel, hogy „az ajánlatok a készlet erejéig érvényesek.”

5. Amint az a Vj-41/2005. számú versenyfelügyeleti eljárásból ismert, a központilag elkészített reklámújságokban hirdetett akciók hosszú, több hónapot felölelő folyamat

eredményeként kerülnek megtartásra, a szintén hetekig készülő reklámújság tervezetének többszöri ellenőrzése mellett. Az ún. szakszinergiák, azaz az egyes áruházi osztályok és a központ vezetőinek havi rendszeres megbeszélése által definiált szezonálisok alapján kerül sor az akcióban résztvevő termékek meghatározására. Az akciós készleteket az osztályvezetők és a központi logisztikán dolgozó áruellátók biztosítják, az osztályvezetők a naponta követett fogyás alapján döntenek a rendelésről. Az adott termékekből előbb a tervezett, majd a napi fogyás alapján a beszerző és az osztályvezető rendel.

A központi akció a központi árból indul ki, ugyanakkor a vonzáskörzetükben érvényesülő versenyhez igazodó áruházak a központilag javasolt árnál az adott terméket olcsóbban vagy drágábban is árusíthatják. A fő szabály ugyanakkor az, hogy a reklámújságban meghirdetett árnál csak olcsóbban lehet árusítani, drágábban nem.

Az áruházak részére termékeket szállítókkal elsősorban az eljárás alá vont központi beszerzése szerződik, ugyanakkor az áruházak igazgatói a decentralizált szervezeti működésnek köszönhetően nagyfokú önállósággal rendelkeznek a rendelések egy része vonatkozásában és az ármeghatározások körében. A termékek árát az áruházak a vonzáskörzetük keresletéhez, illetve a versenytársak áraihoz képest alakítják ki.

6. Egy adott termék eljárás alá vont általi megrendelésére a szállítókkal kötött szerződés értelmében írásban (faxon, e-mail-ben) történik. A megrendelés addig nem tekinthető elfogadottnak, amíg azt a szállító írásban vissza nem igazolja. Ha más mennyiséget vagy határidőt igazol vissza a szállító, akkor azt az eljárás alá vont írásban jóváhagyja, illetőleg elállhat a megrendeléstől.

Fő szabály szerint a reklámújság megjelenését megelőzően valamennyi érintett köteles ellenőrizni, hogy az újságban szereplő termékeit a szállító rendben visszaigazolta-e. Ha a visszaigazolás nem történt meg, a terméket ki kell venni az újságból.

## **II.**

### **Az eljárás alá vont vizsgált magatartása**

#### ***Karthago hintaágy***

7. Az eljárás alá vont a 2006. május 5. és 25. közötti időszakban érvényes reklámújság 15. oldalán akciós áron, 29.990 Ft-ért hirdette meg a „Karthago” hintaágyat.

8. Egy, a Gazdasági Versenyhivatal rendelkezésére álló panasz szerint a termék a soroksári áruházban 2006. május 12-én délután nem volt megvásárolható. A fogyasztónak nyújtott tájékoztatás szerint a termék csak kis számban érkezett, s már elfogyott. Ígéret hangzott el újabb szállításra, azonban ez nem teljesült.

Az áruház fogyasztónak írott, 2006. május 29-i keltezésű levele szerint az akciós időszakban a szállító gyártási problémákra hivatkozva nem tudta folyamatosan biztosítani a terméket.

Az eljárás alá vont által szolgáltatott adatok szerint a termékből az akció első három napján nem volt vásárlás a termékből, majd három napig volt megvásárolható. Ezt követően a termék nem volt elérhető a fogyasztók által.

9. Az eljárás alá vont által szolgáltatott adatokból megállapíthatóan az albertfalvai áruházban az akció első napján egy termék került értékesítésre, ezt követően egyetlen egy sem. A

kecskeméti és az óbudai áruházban 3-3 termék került eladásra az akció időtartama alatt. A másik hét áruházban 5-37 (átlagosan 17) termék fogyott.

10. A szállító nyilatkozata szerint a fogyásra az előző akciók alapján készült fel.

### ***Canon 70-300/F4-5, 6 IS USM objektív***

11. Az eljárás alá vont a 2006. május 26. és június 12. között érvényes akciós újság 14. oldalán 149.990 Ft-os áron reklámozta a „Canon 70-300/F4-5, 6 IS USM” objektívet.

12. A termék az akció egyetlen napján sem volt elérhető a fogyasztók számára, mivel azt a gyártó 2006. május 15-én gyártási probléma miatt visszahívta. A szállító erről 2006. május 15-én szerzett tudomást. A szállító a visszahívásról és a szállítás elmaradásáról 2006. május 22-én telefonon, 23-án pedig e-mail-ben tájékoztatta az eljárás alá vontat. Ekkor az akciós újság terjesztése már folyamatban volt.

13. Az áruházakba a visszahívás következtében nem történt kiszállítás a termékből, az a fogyasztók számára nem volt megvásárolható.

14. A termékből 1-2 darabot megrendelő egyes áruházak rendelései szerint a szállítás tervezett időpontja az akció első napja előtt teljesült volna (2006. május 19., 22-25.). Kivételt képez a csömöri áruház, amely esetében a tervezett szállítás dátuma 2006. május 31. volt.

### ***Lazer 800 DivX DVD lejátszó***

15. A 2006. augusztus 3. és 17. közötti időszakban érvényes, nem központi, hanem helyi, csak az óbudai áruházra vonatkozó reklámújság címlapján került reklámozásra a „Lazer 800 DivX DVD lejátszó”, 19.990 Ft áron.

16. Egy, a Gazdasági Versenyhivatal rendelkezésére álló panasz szerint a termék az akció első és második napján nem volt megvásárolható.

17. Az eljárás alá vont által becsatolt készletmozgási adatokból megállapíthatóan a termék már az akció kezdete előtti napon is akciós áron került értékesítésre, majd az akció első napján 35 darab fogyott belőle, a következő napokon pedig 4, 2 és 1 darab. 2006. augusztus 7-től nem történt eladás a termékből, noha - amint azt a vizsgálat megállapította - még volt készlet az áruházban.

### ***CT-2411 számítógépasztal***

18. A 2006. augusztus 4. és 24. között érvényes reklámújság 25. oldalán 7.590 Ft-ért került reklámozásra a „CT-2411 számítógépasztal”.

19. Egy, a Gazdasági Versenyhivatalhoz megküldött panasz szerint az óbudai áruházban a termék az akció első napján nem volt megvásárolható. A fogyasztó a helyszínen azt a tájékoztatást kapta, hogy a termék nem érkezett meg. Telefonos érdeklődésére a fogyasztó hasonló tájékoztatást kapott a budaörsi és az albertfalvai áruháztól.

20. Az eljárás alá vont által szolgáltatott adatok szerint a termékből az első darabot  
- az óbudai áruházban 2006. augusztus 11-én

- az albertfalvai áruházban 2006. augusztus 12-én,
  - a budaörsi áruházban 2006. augusztus 5-én
- adták el, s az is ismert, hogy
- az óbudai áruház a termék központi logisztikától történő lehívására nem került sor az akció elejére, s a termék csak 2006. augusztus 9-én érkezett az áruházba,
  - az albertfalvai áruházba a központi raktárból 2006. augusztus 8-án érkeztek termékek,
  - a budaörsi áruházban az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az akció kezdetétől rendelkezésre állt a termék.

### ***Daewoo AGC-5200 CD/MP3 autórádió***

21. A „Daewoo AGC-5200 CD/MP3” autórádió a 2006. augusztus 11. és 17. között érvényes reklámújság 23. oldalán került meghirdetésre, 15.990 Ft-os áron.
22. Egy, a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott bejelentés szerint a termék az akció első napján nem volt megvásárolható az albertfalvai áruházban, az ott kapott szóbeli tájékoztatás szerint a termék ekkor nem is volt készleten.
23. Ezt alátámasztják az eljárás alá vont által szolgáltatott adatok is, amely szerint a termékből az albertfalvai egyetlen egy sem került értékesítésre az akció időtartama alatt. Ismert, hogy az albertfalvai áruház a rendelkezésére álló termékeket az akciót megelőzően akciós áron értékesítette, újabb szállítás pedig nem történt.

### ***Daewoo KOR-6L0 5 mikrohullámú sütő***

24. A 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban érvényes reklámújság 19. oldalán a „Daewoo KOR-6L0 5 mikrohullámú sütő” 10.990 Ft-ért került meghirdetésre.
25. Az egyik fogyasztó által tett bejelentés szerint az óbudai áruházban a termék 11.790 Ft-ért volt megvásárolható, a helyszínen is ez az ár került feltüntetésre. Az árkülönbözet megtérítésére a vevőszolgálaton volt lehetőség.
26. Az eljárás alá vont részéről becsatolásra került adatok szerint az óbudai áruházban a termékért 2006. szeptember 1-jén 11.523 Ft-ot, szeptember 2-4-én 11.790 Ft-ot kellett fizetni.
27. Az eljárás alá vont által sem vitatottan a kecskeméti áruház az akció időtartama alatt nem rendelkezett készlettel a termékből.

### ***Theodora ásványvíz***

28. Az eljárás alá vont a 2006. július 14. és 27. közötti időszakban megtartott akció keretében, a reklámújság 7. oldalán 85 Ft-ért hirdette meg a „Theodora” ásványvizet. Egy, a Versenytanács rendelkezésére álló panasz szerint a panaszost arról tájékoztatták, hogy az általa felkeresett (közelebről nem ismert) áruház nem kapott a termékből.
29. Az eljárás alá vont 2006. június 9-én állapodott meg a szállítóval, s az ezt követően el is kezdte a szállításokat az akcióra való felkészülés érdekében. Az akció kezdetére az eljárás alá vont nagyobb készlettel rendelkezett a termékből, azonban ennek ellenére több áruházban elérhetőségi probléma mutatkozott, jellemzően az akció második hetében (egyes napokon az

eljárás alá vont által szolgáltatott adatokból megállapíthatón nem került sor vásárlásra, illetve csekély mennyiség fogyott).

30. Az akció elején egyes áruházakban nem 85 Ft-ért árusították a „Theodora” termékeket:

- a csömöri áruházban mindhárom „Theodora” ásványvízért 89 Ft-ot számláztak 2006. július 14. és 17. között, azzal az egy kivétellel, hogy a szénsavmentes termékért július 17-én 88,90 Ft-ot fizetett a vásárló,

- a soroksári áruházban 2006. július 14-én a „Theodora szénsavas” termékért 89 Ft-ot, a „Theodora szénsavmentes és enyhe” termékekért 88,90 Ft-ot kellett fizetni.

### ***A különféle árfeltüntetések és a pénztári árak közötti különbségek***

31. Egy, a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott panasz szerint a solymári áruházban egyes termékekre akció került meghirdetésre, azonban a pénztárnál a termékeket magasabb áron számlázták le. Panaszja megalapozottságának igazolására becsatolta a Pest Megyei Közigazgatási Hivatal Fogyasztóvédelmi Felügyelőségének levelét, amelyben arról kapott tájékoztatást, hogy a lefolytatott vizsgálat szerint 2006. április 5-én a kolbászos ínycenc májpestétom nem a kiírt áron került értékesítésre, hanem annál magasabb áron, mivel az árváltozással egyidőben nem került lecserélésre a régi polccímke.

A versenyfelügyeleti eljárás során az is megállapítást nyert, hogy a 2006. augusztus 4. és 24. közötti időszakban érvényes reklámújság 5. oldalán 659 Ft-os áron meghirdetett fénymásolópapír 2006. augusztus 15-ig a solymári áruházban ennél magasabb áron, 699 Ft összegben került számlázásra.

A „Carte D’Or Class. Madártej” fagylalt a solymári áruházban 2006. augusztus 14-ig akciós áron volt kapható. Az áruházban az akciót lezárultát követően is kinnmaradt az akciós tábla, ugyanakkor a pénztárnál a fogyasztók már a táblán közölnél magasabb árat fizettek a termékért. Hasonló probléma állt a „Uncle Ben’s Thaif. mártás” vonatkozásában jelentkezett árkülönbözet hátterében (2006. szeptember 9-én 371 Ft-ért, nem az akciós táblán szereplő árért számlázták a terméket).

32. A rendelkezésre álló iratokból megállapíthatóan az eljárás alá vont áruházaiban több esetben előfordul, hogy a fogyasztó részére a pénztárban nem a termék áruházban feltüntetett ára, hanem annál egy magasabb ára kerül kiszámlázásra (lásd Vj-143/2006/19.). Amennyiben egy fogyasztó ezt kifogásolja, akkor a különbszet számára megtérítésre kerül.

A különbszet visszatérítésére egy termék esetében több időpontban is sor kerül (lásd Vj-143/2006/20.), azaz az áreltérés nyilvánvaló válasát követően sem történik meg minden esetben a megfelelő intézkedések megtétele, amint azt az alábbi példák mutatják:

Termék	Dátum	Pénztári ár	Feltüntetett ár
<i>Szigetszentmiklós</i>			
Sanbenedetto ice tea	2006. augusztus 1.	369 Ft	269 Ft
	2006. augusztus 9.	369 Ft	269 Ft
Republic Győri kex	2006. augusztus 3.	3.290 Ft	2.690 Ft
	2006. augusztus 5.	3.290 Ft	2.690 Ft
	2006. augusztus 6.	3.290 Ft	2.690 Ft
	2006. augusztus 29.	3.290 Ft	2.690 Ft
Napozó gyékény	2006. augusztus 12.	250 Ft	49 Ft
	2006. augusztus 13.	250 Ft	49 Ft
	2006. augusztus 14.	250 Ft	49 Ft
	2006. augusztus 15.	250 Ft	49 Ft
Ütvefűró 500 W	2006. szeptember 2.	2.490 Ft	1.990 Ft
	2006. szeptember 5.	2.490 Ft	1.990 Ft
	2006. szeptember 15.	2.490 Ft	1.990 Ft
	2006. szeptember 18.	2.490 Ft	1.990 Ft
Vector komód	2006. szeptember 21.	14.990 Ft	11.990 Ft
	2006. szeptember 22.	14.990 Ft	11.990 Ft
	2006. szeptember 25.	14.990 Ft	11.990 Ft
	2006. szeptember 26.	14.990 Ft	11.990 Ft
<i>Óbuda</i>			
Ind. zseblámpa	2006. augusztus 18.	1.990 Ft	1.190 Ft
	2006. augusztus 21.	1.990 Ft	599 Ft
	2006. augusztus 22.	1.990 Ft	1.190 Ft
Hátizsák csőrike	2006. szeptember 7.	2.000 Ft	1.000 Ft
	2006. szeptember 8.	2.000 Ft	1.000 Ft
	2006. szeptember 15.	2.000 Ft	5.00 Ft
Huggis sup-flex	2006. augusztus 3.	2.104 Ft	1.899 Ft
	2006. augusztus 12.	2.104 Ft	1.899 Ft
	2006. szeptember 2.	2.104 Ft	1.899 Ft
	2006. szeptember 7.	2.196 Ft	1.899 Ft
Sophianae barna	2006. szeptember 2.	455 Ft	445 Ft
	2006. szeptember 9.	455 Ft	445 Ft
	2006. szeptember 13.	455 Ft	445 Ft
	2006. szeptember 14.	455 Ft	445 Ft
	2006. szeptember 17.	455 Ft	445 Ft

33. Ezen problémakörbe (is) tartozik, hogy

- a 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban érvényes reklámújságban meghirdetett „Daewoo KOR-6L0 5 mikrohullámú sütő” (amint az az előzőekben már ismertetésre került) az óbudai áruházban négy (akciós) napon át nem a tájékoztatásban szereplő, hanem annál magasabb áron került értékesítésre (lásd a 26. pontot),
- a 2006. július 14. és 27. közötti időszakban megtartott akció keretében a reklámújságban meghirdetett „Theodora” ásványvizeket az akció elején a csömöri és a soroksári áruházakban nem a reklámújságban feltüntetett 85 Ft-ért számlázták, hanem annál drágábban (lásd a 30. pontot).

A Vj-29/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásból az is ismert, hogy

- a 2005. augusztus 19. és szeptember 1. közötti időszakra szóló reklámújság 4. oldalán került reklámozásra a „lángolt kolbász miklósi” termék, 599 Ft/kg áron, mindazonáltal az eljárás alá vont dunakeszi áruháza azt 999 Ft/kg áron árusította,

- a 2005. december 2. és december 6. közötti időszakban érvényes reklámújság
  - 6. oldalán szerepelt a „sajttal töltött pulykafalat” termék, 599 Ft-os árral, azonban a terméket az eljárás alá vont óbudai áruháza nem 599 Ft-ért, hanem 679 Ft-ért árulta,
  - 8. oldalán hirdette a „franciasaláta 500 g” terméket 199 Ft-ért, ugyanakkor a dunakeszi áruház azt 229 Ft-ért adta el,
  - 9. oldalán szerepelt a „füstölt-főtt tarja darabolt” termék, 849 Ft-os áron, amelyet a dunakeszi áruház 869 Ft-ért árusított.

### III.

#### Az eljárás alá vont védekezése

34. Az eljárás alá vont előadta, egy-egy terméket reklámújságjaiban a vásárlói felmérésekre, saját szakmai tapasztalataira, a szállítói visszajelzésekre, igényekre, illetve az áruházak jelzéseire alapozva jelentet meg. Új termék esetében promóciós jelleggel, összehasonlító adatok, tapasztalatok alapján hirdeti a terméket.

Az akció zavartalan lebonyolításához szükséges készletet egy általa korábban is értékesített termék esetében elsődlegesen a fogyás-adatokból, új termék esetében pedig a hasonló termék fogyásával összevetve vagy a szállítói előrejelzésekre, visszaigazolásokra, illetve saját szakmai tapasztalataira alapozva méri fel.

35. Az eljárás alá vont ismertette, hogy a „**Karthago**” **hintaágy** kapcsán akciós megállapodást kötött a szállítóval. A várható forgalomnak megfelelő darabszámú terméket foglalt le az akció időtartamára, s ezt visszaigazolta a szállító. A szállító ugyanakkor négy egymást követő rendelést nem teljesített.

Kiemelte, általa korábban nem árusított termékről volt szó. A vásárlók érdeklődése áruházanként eltérő volt, ezt nem lehetett előre kalkulálni. Több áruháznál előfordult, hogy a megnövekedett érdeklődés miatt külön is szállítottak egy-egy darabot.

Közölte, hogy a soroksári áruház által rendelt mennyiség 2006. május 2-án beérkezett az áruházba, az akció indulásához szükséges készlet rendelkezésre állt, az első fogyás 2006. május 8-án volt, s május 12-én is kapható volt a termék.

36. A „**Canon 70-300/F4-5, 6 IS USM**” **objektív** vonatkozásában az eljárás alá vont előadta, a termék nem állhatott rendelkezésre egy áruházban sem, mivel azt a gyártó 2006. május 15-én visszahívta gyártási probléma miatt. A visszahívás független attól, hogy az eljárás alá vont kellő gonddal járt-e el a megrendeléskor, hiszen a visszahívás oka minden esetben a termék valamilyen hibája. A visszahívás valamennyi forgalmazót érintette, s az nem minősül az eljárás alá vont belső ügyének.

A visszahívásról a szállító 2006. május 15-én értesült. Ezen a napon az akciós újság nyomtatása már megkezdődött. A szállító csak 2006. május 23-án tájékoztatta az eljárás alá vontat arról, hogy az objektív nem kerül leszállításra – ekkor azonban már folyt az újság terjesztése.

Áruházanként előzetesen azért csak 1-2 darab termék került lekötésre, mert ez egy drágább termék, illetőleg az akció próba jellegű volt.



37. Az eljárás alá vont a 2006. augusztus 3. és 17. közötti időszakban érvényes, az óbudai áruházra vonatkozó reklámújság címlapján reklámozott „*Lazer 800 DivX DVD lejátszó*”-val kapcsolatban előadta, az áruház az akció időtartama alatt rendelkezett készlettel a termékből.

38. Az eljárás alá vont a „*CT-2411 számítógépasztal*” esetében ismertette, hogy a termék importként 2006. július 19-én érkezett meg központi raktárába.

Budaörsön a termék az akció kezdetétől rendelkezésre állt, de csak napokkal az akció kezdetét követően volt az első eladás.

Nem vitatta, hogy Óbudán – bár az áru a központi Logisztikán rendelkezésre állt – a termék lehívása az akció elejére nem történt meg.

Ismertette, hogy az albertfalvai áruháznak az akció kezdetén készlete volt a központi raktárban (Logisztika). A központi raktárból 2006. augusztus 8-án érkezett termék az áruházba. Ezt követően eladásokra augusztus 12-én, 17-én, 19-én és 22-én került sor. Az értékesítés nem 7.590 Ft-ért, hanem 6.990 Ft-ért történt, mivel az újság indulása előtti tájékoztatóban az áruházban ez az ár szerepelt. A későbbi beszállítás miatt az akciót augusztus 31-ig meghosszabbították. Augusztustól az összes nagybútorra megrendelést vesznek fel (a vásárlónak előre kell fizetnie), s az áruház értesíti a vásárlót, ha megérkezett az áru. Az iskolakezdés miatti nagy készlet nem ad lehetőséget a nagyobb raktározásra.

39. Az eljárás alá vont előadta, hogy az albertfalvai áruház az előírásokkal ellentétben a „*Daewoo AGC-5200 CD/MP3 autórádió*” az akciót megelőzően akciós áron értékesítette, az újabb rendelés pedig nem érkezett be az akció folyamán. A szállító arról adott tájékoztatta az áruházat, hogy nincs készlete és nem tud szállítani. A többi áruház esetében ugyanakkor biztosított volt a készlet.

40. Az eljárás alá vont ismertette, hogy az óbudai áruházban a számítógépes rendszer késve került átállításra a „*Daewoo KOR-6L0 5 mikrohullámú sütő*” esetében. Az akciót 2006. szeptember 20-ig meghosszabbították az első héten történtek ellensúlyozásként. A nem akciós áron számlázott termékek esetében minden esetben visszafizetésre került a különbözet. Nem minden visszafizetés igazolását sikerült megtalálni, azonban az áruház által készített kimutatásból kiderül a visszafizetések ténye.

Elismerte, hogy a kecskeméti áruház az akció időtartama alatt nem rendelkezett készlettel a termékből.

41. Az eljárás alá vont a „*Theodora ásványvíz*” kapcsán előadta, 2006. június 9-én az akció vonatkozásában megállapodást kötött a szállítóval. A szállító ezt követően, tehát már jóval az akció megkezdését megelőzően elkezdte beszállítani a termékeket. Ennek eredményeként az akció kezdetekor elegendő készlet állt rendelkezésére, olyan készlet, amely a korábbi akciós tapasztalatok, a versenytársak elemzése és a szállító tapasztalatai alapján elégségesnek tűnt. A tervezettet azonban meghaladta a tényleges fogyás, miközben a szállító a köztük kialakult vita miatt beszüntette a szállításokat.

A szállító nem fogadta el azt, hogy az eljárás alá vont a meghirdetett 85 Ft-os áron értékesíti termékét, magasabb árhoz ragaszkodott. Amikor ezt az eljárás alá vont nem teljesítette, a szállításokat lényegében beszüntette, illetve csupán az akció végén, gyakran annak utolsó napjára szállított.

42. Az eljárás alá vont *a különféle árfeltüntetések és a pénztári árak közötti különbséggel* kapcsolatban előadta, valamennyi áruházban kezelik az árkülönbözetet, áreltéréseket, s azok észlelését követően intézkednek az esetleges hibák kijavítása érdekében.

Megjegyezte, az árvisszatérítés fogyasztó általi igénylésének több oka lehet, így a címkézés hibája, pénztárosi hiba, fogyasztói figyelmetlenség (nem jól nézte meg az árat, hasonló külsejű, de más árú termék árát nézte meg stb.).

Emlékeztetett arra, hogy áruházainak dolgozói 40-70 ezer termékszámot kezelnek, így ezek tükrében értékelendő az árvisszatérítés. Az esetleges emberi hibákat igyekeznek korrigálni, illetve áreltérés esetén minden esetben visszatéríti a különbözetet a fogyasztók számára.

A solymári áruház kifogásolt számlázásai kapcsán előadásra került, az áruház a hibákat észlelte, korrigálta, azokkal kapcsolatban intézkedéseket hozott. A fénymásolópapír esetében nem lett beállítva az akciós ár, amelyet 2006. augusztus 15-én észleltek és módosították az árat, a vásárlókat kártalanították. A „Carte D’Or” fagyalt és az „Uncle Ben’s” esetében az akciós táblát az akció lezárultát követően nem vették vissza, miközben a ténylegesen fizetendő ár már változott.

A versenyfelügyeleti eljárásban a Gazdasági Versenyhivatal által a 2005. december 2. és 6. között érvényes reklámújságban meghirdetett termékekre vonatkozó adatokkal kapcsolatban az eljárás alá vont kifejtette, aggályosnak tartja a Vj-29/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban nem kért adatok utólagos megismerését, hiszen olyan adatokra vonatkozó információkérésről van szó, amelyek egy már lezárt vizsgálathoz, illetve eljáráshoz kapcsolódnak.

Megítélése szerint nem világos, hogy egy 2005. decemberi akciós újság termékeinek áruházankénti árai ismeretében milyen következtetések vonhatók le a mai helyzetet illetően, de vélhetően nem is lenne megalapozott a következtetés, hiszen az akkori hibákat az eljárás alá vont akár korrigálhatta is, amely tény nem kerülne figyelembe vételre.

#### **IV. Jogi háttér**

43. A Tptv. 8.§-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a), c) és d) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, 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 tényt vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak, 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.

A Tptv. 9.§-a szerint 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 Tpv. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy 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 magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

44. A gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény 17.§-ának (3) bekezdése alapján a reklámozó indokolt esetben - az eset körülményeire való tekintettel, figyelemmel a reklámozó és az egyéb érdekelt törvényes érdekeire - a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

## V.

### A Versenytanács döntése

#### ***A vállalkozások által a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatások versenyjogi értékelésének egyes általános szempontjai***

45. Amint azt a Versenytanács az eljárás alá vonttal szemben lefolytatott, Vj-29/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatában is leszögezte, általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásnak a magáról vagy termékeinek (az általa forgalmazott termékek) lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló, tájékoztatása igaz és pontos legyen. A valamely vállalkozás által tartott akció, illetve a vállalkozás által forgalmazott termékekről tájékoztatást adó reklámújságok esetében ez oly követelmény formájában jelentkezik, hogy a fogyasztó pontos képet tudjon alkotni az akció mibenlétéről, az akcióban való részvétel esetleges feltételeiről, az akcióban résztvevő termékekről vagy az újságban egyébként reklámozott termékekről.

46. A Tpv. III. fejezetének (a Tpv. 8. és 10.§-ának) célja a fogyasztók döntési szabadságának mint védett jogi tárgyának az áruk, illetve szolgáltatások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A Tpv. III. fejezete a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásnak a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.

47. A kialakult vásárlói szokások alapján az eljárás alá vont által működtetett áruházakban forgalmazott termékek megvásárlása kapcsán több fogyasztói döntés bír versenyjogi relevanciával, így különösen

- annak fogyasztó általi megválasztása, hogy vásárlásait milyen típusú üzletben kívánja lebonyolítani (szaküzletben, hipermarketben, hagyományos, kisebb forgalmú kiskereskedelmi egységben, piacon, valamely lánchoz tartozó áruházban stb.),
- annak eldöntése, hogy konkrétan melyik üzletet keresi fel a vásárlás megvalósítása érdekében,
- annak elhatározása, hogy a fogyasztó megvásárolja-e az adott terméket.

A fogyasztói döntés befolyásolásának tekinthető minden olyan magatartás, amely ezen döntésekre hatást gyakorol.

48. A fogyasztó befolyásolásában egy áruház (áruházlánc) akcióiról való tájékoztatás a fogyasztó érdemi választását befolyásoló tényezőnek tekintendő. A magatartás kétségtelenül hatást gyakorol a gazdasági versenyre, mely hatást fokozza az, hogy az akciók alkalmasak a fogyasztók áruházba történő „becsábítására”, s az áruházba ily módon betért fogyasztók vásárlásai nem szorítkoznak az akcióban résztvevő termékekre, azzal együtt, hogy maguknak az akcióknak, az akcióváltásoknak kimutatható forgalomnövelő hatása van. Az akciók, illetve az azokról adott tájékoztatások tehát nemcsak az adott akciós áruk iránti keresletet növelik, hanem kedvezően hatnak az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is, építve a kisebb-nagyobb árkedvezmény átmenetiségéből és az árkedvezményes áru korlátozott mennyiségéből adódó sürgető fogyasztói döntés meghozatalának szükségességére, az árengedményes áru más áruk iránt is kelendőséget fokozó szerepére.

49. Figyelemmel a fentiekre megállapítható, hogy a különböző akciók szervezésének és az ezekről való tájékoztatásnak meghatározó szerepe van az eljárás alá vont gazdálkodásában - amely egyben a versenyjogi felelősség súlyát is jelzi. A Versenytanács aláhúzza, a versenyjog által nem tiltott az akciók megtartása és az ezekről való tájékoztatás, azonban versenyjogellenes, ha ahhoz a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas elemek társulnak, amit a Tpv. III. fejezete tilt.

***Az akciós termékből rendelkezésre álló készlet elégséges volta, illetve a termék fogyasztók általi megvásárolhatósága***

50. A Versenytanács a Vj-88/2002. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatára visszautalva a Vj-29/2006. számú eljárásban is aláhúzza, az akciótartás tisztessége azt követeli meg, a vállalkozás a készlet erejéig meghirdetett akcióba olyan mennyiségű árut bocsásson - természetesen minden fogyasztó igénye kielégítésének versenyjogi elvárása nélkül -, hogy túlzott, ésszerű módon kielégíthetetlen fogyasztói várakozásokat ne keltsen. Az adott termék, illetve korábban nem forgalmazott termék esetében a termékhez hasonló jellemzőkkel bíró termék(ek) akciós és akción kívüli fogyási adatainak figyelembe vételét megkövetelő arányosság elvének megsértése esetén egyrészt a fogyasztói érdekek sérülnek, hiszen a keltett várakozástól a teljesítés aránytalanul elmarad, másrészt a magatartás „becsalogató” jellege folytán a fogyasztók felkeltett vásárlási igénye az ígért akciós terméken kívül eső árucikkekre irányul, így alkalmas a fogyasztók versenytársaktól való jogellenes elvonására.

A Vj-129/2006. és Vj-134/2004. számú eljárásban hozott határozat szerint önmagában nem ütközik a Tpv. rendelkezéseibe, ha valamely akciós termék nem az akció teljes ideje alatt áll rendelkezésre, hangsúlyozva, „a készlet erejéig érvényes” tájékoztatás nem adhat felmentést azokra az esetekre, ha a vállalkozás egészére vagy akárcsak egyetlen áruházára nézve

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

51. Amikor az eljárás alá vont egy reklámújságjában reklámoz valamely terméket, akkor arról tájékoztatja a fogyasztókat, hogy a termék az adott időszakban megvásárolható áruházában, s az akció lebonyolításához megfelelő készletekkel rendelkezik minden áruház.

A 2006. május 5. és 25. közötti időszakban érvényes reklámújságban meghirdetett „**Karthago**” **hintaágy** esetében a Versenytanács nem tudott állást foglalni abban a kérdésben, hogy az eljárás alá vont valamennyi áruházában elegendő nagyságú készlettel készült-e fel az akció megtartására.

A rendelkezésére álló adatokból és az eljárás alá vont nyilatkozatából megállapítható, az akció időszakban a szállító nem tudta folyamatosan biztosítani a terméket, amely azt jelzi, hogy a fogyasztók részéről megmutatkozó kereslet meghaladta a készleteket, ugyanakkor egy akció esetében nem az fogalmazódik meg versenyjogi követelményként, hogy az akcióban meghirdetett termék az akció teljes időtartama alatt elérhető legyen a fogyasztók számára, hanem az, hogy az adott terméknek ne legyen irreálisan alacsony az induló készlete. Amennyiben ez a készletadatokból egyértelműen nem tűnik ki (pl. míg a többi áruházban 100-200 darabos készlettel kezdték meg az akciót, addig az adott áruházban 1 darabbal), akkor ez csak részletes (így különösen a termék értékesítési, fogyási adataira támaszkodó) vizsgálat lefolytatásával állapítható meg.

A „Karthago” **hintaágy** esetében ilyen adatok nem állnak a Versenytanács rendelkezésére, ezért nem nyert bizonyítást, hogy e termékből az egyes áruházak irreálisan alacsony készlettel rendelkeztek az akció kapcsán, így az e termékre vonatkozó tájékoztatás esetében nem volt megállapítható jogsértés.

52. Ugyancsak nem állapított meg jogsértést a Versenytanács a 2006. augusztus 3. és 17. közötti időszakban érvényes, csak az óbudai áruházra vonatkozó reklámújság címlapján reklámozott „**Lazer 800 DivX DVD lejátszó**” kapcsán, mivel a rendelkezésre álló készletmozgási adatok szerint a termék rendelkezésre állt az akció első napjaiban, 2006. augusztus 6-ig történtek is vásárlások a termékből. Az akció első és második napjára vonatkozóan elérhetőségi problémát jelző panaszos kapcsán nem volt mód a készletmozgási adatok és a panaszos által előadottak közötti ellentmondás tisztázására, amelyhez egyébiránt az előzőekben kifejtettek szerint egyéb adatok rendelkezésre állása is szükséges lett volna annak elbírálásához, hogy az akció megtartása nem irreálisan alacsony készlettel történt-e.

53. Az eljárás alá vont által nem vitatottan a 2006. május 26. és június 12. között érvényes reklámújságban meghirdetett „**Canon 70-300/F4-5, 6 IS USM**” **objektív** az akció egyetlen napján sem volt elérhető a fogyasztók számára. Ennek háttérében az állt, hogy a gyártó gyártási probléma miatt 2006. május 15-én visszahívta a terméket, így az nem került leszállításra az eljárás alá vont részére. A visszahívásról az eljárás alá vont csak 2006. május 22-én (más adatok szerint 23-án) értesült.

A Versenytanács egyetértett az eljárás alá vont által e körben előadottakkal, így a „Canon 70-300/F4-5, 6 IS USM” objektívról adott tájékoztatás vonatkozásában jogsértést nem állapított meg.

Megjegyzi ugyanakkor a Versenytanács, a csömöri áruház esetében a tervezett szállítás dátuma 2006. május 31. volt, így az áruház az akció kezdetén akkor sem rendelkezett volna készlettel a termékből, ha a szállító leszállítja az objektívet az eljárás alá vont részére.

Az eljárás alá vont előadása szerint a termékből áruházanként előzetesen 1-2 darab termék került lekötésre, miután ez egy drágább termék, illetőleg az akció próba jellegű volt. A Versenytanács ezzel kapcsolatban utal arra, egyéb adatok hiányában e termék esetében

önmagában ez a minimális darabszám sem alapozná meg automatikusan annak megállapíthatóságát, hogy az eljárás alá vont áruházanként irreálisan alacsony készlettel hirdette meg az akciót.

54. Ha az eljárás alá vont egy reklámújságjában reklámoz valamely terméket, akkor arról tájékoztatja a fogyasztókat, hogy a termék a reklámújságban közölt időponttól megvásárolható áruházaiban.

A rendelkezésre álló adatok szerint a 2006. augusztus 4. és 24. között érvényes reklámújságban reklámozott „**CT-2411 számítógépasztal**” esetében

- az első eladásra az óbudai áruházban 2006. augusztus 11-én, az albertfalvai áruházban 2006. augusztus 12-én került sor, mivel
- az óbudai áruház a termék központi logisztikától történő lehívására nem került sor az akció elejére, s a termék csak 2006. augusztus 9-én érkezett az áruházba, az albertfalvai áruházba pedig a központi raktárból 2006. augusztus 8-án érkeztek termékek.

Az adatokból megállapíthatóan e két áruház az akció első napjaiban nem rendelkezett készlettel a termékből, az nem volt megvásárolható a fogyasztók számára (ezt mutatja a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott panasz is).

A budaörsi áruház esetében az eljárás alá vont által szolgáltatott adatok szerint a termékből az első vásárlásra 2006. augusztus 5-én került sor. A Versenytanács nem rendelkezett olyan adatokkal, amelyekből megállapítható lett volna, hogy az áruház az ezt megelőző napon, azaz az akció első napján rendelkezett-e vagy sem készlettel a termékből, illetőleg hogy az akciót az áruház elegendő, nem irreálisan alacsony készlettel bonyolította-e le. Ezen adatok birtokában kerülhetett volna sor a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott és a budaörsi áruházat is érintő panasz összevetésére is.

55. Az albertfalvai áruházban nem volt megvásárolható a 2006. augusztus 11. és 17. között érvényes reklámújságban hirdetett „**Daewoo AGC-5200 CD/MP3**” autórádió, amelyet az eljárás alá vont által szolgáltatott adatokon kívül a Gazdasági Versenyhivatalhoz benyújtott bejelentés is alátámaszt. Ezt védekezésében az eljárás alá vont sem vitatta.

Megjegyzni a Versenytanács, az nem mentesíti az eljárás alá vontat az akcióról adott tájékoztatásért fennálló versenyjogi felelőssége alól, hogy az akciót megelőzően az áruház már akciós áron értékesítette a terméket, s ezért nem rendelkezett készlettel az akció alatt.

56. A 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban érvényes reklámújságban meghirdetett „**Daewoo KOR-6L0 5 mikrohullámú sütő**” kapcsán az eljárás alá vont által becsatolt adatokból megállapíthatóan a kecskeméti áruházban egyetlen egy darab sem került értékesítésre a termékből az akció időtartama alatt, míg más áruházakban a termékből 14-60 (átlagban 36) darab) fogyott el. Az eljárás alá vont sem vitatta, hogy a kecskeméti áruház nem rendelkezett készlettel a termékből.

57. Az eljárás alá vont által a 2006. július 14. és 27. közötti időszakban megtartott akció keretében akciós áron meghirdetett „**Theodora**” ásványvíz kapcsán megállapítható volt, hogy az eljárás alá vont áruházaiban ellátási problémák jelentkeztek. A vizsgálat által feltárt (pl. hosszabb időt felölölően a fogyási és az akciós tapasztalatokat magukban nem foglaló) adatok alapján ugyanakkor nem volt megállapítható, hogy az elérhetőségi problémák hátterében a készlet irreálisan alacsony volta vagy más körülmények állt-e, így e vonatkozásában a Versenytanács jogsértést nem állapított meg.

***A terméknek a fogyasztónak szóló tájékoztatásban közölttől eltérő áron történő értékesítése***

58. Amint azt a Versenytanács a Vj-41/2005. számú és a Vj-29/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatában is leszögezte, egy terméknek a Tpv. által is kiemelten lényeges tulajdonsága az érte fizetendő ár. Jogsértő, ha a fogyasztó által ténylegesen fizetendő ár nem azonos a meghirdetett, a fogyasztónak szóló tájékoztatásban megjelenő akciós árral, hanem annál magasabb.

59. A fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást valósít meg tehát az a vállalkozás, amely ténylegesen nem az általa (piaci léptékű tájékoztatásnak minősülő, nagy példányszámban) megjelentetett reklámújságban meghirdetett áron, hanem annál drágábban árusít valamely terméket. Az ily módon tanúsított, a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás a Tpv. 8.§-ának rendelkezéseibe ütközik.

60. A Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont az alábbiak szerint nem a reklámújságban közölt, hanem annál magasabb áron értékesített egyes termékeket:

60.1. A 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban érvényes reklámújságban a „Daewoo KOR-6L0 5 mikrohullámú sütő” 10.990 Ft-ért került meghirdetésre, ugyanakkor az óbudai áruházban a termékért 2006. szeptember 1-jén 11.523 Ft-ot, szeptember 2-4-én 11.790 Ft-ot kellett fizetni.

Megjegyzendő továbbá, hogy az eljárás alá vont által a visszafizetés igazolására benyújtott 6 nyugtamásolat (Vj-143/2006/11/2.) közül 2-2 (a tranzakció számlán feltüntetett számából megállapíthatóan) azonos, a maradék 2 közül pedig 1 esetben az ár visszaterítésre akkor került sor, amikor már állítólag a meghirdetett akciós áron történt a forgalmazás (2006. szeptember 6-án).

60.2. A 2006. július 14. és 27. közötti időszakban megtartott akció keretében 85 Ft-ért meghirdetett „Theodora” ásványvíz kapcsán megállapítást nyert, hogy az akció első napjaiban egyes áruházakban nem 85 Ft-ért árusították a „Theodora” termékeket:

- a csömöri áruházban mindhárom „Theodora” ásványvízért 89 Ft-ot számláztak 2006. július 14. és 17. között, azzal az egy kivétellel, hogy a szénsavmentes termékért július 17-én 88,90 Ft-ot fizetett a vásárló,

- a soroksári áruházban 2006. július 14-én a „Theodora szénsavas” termékért 89 Ft-ot, a „Theodora szénsavmentes és enyhe” termékekért 88,90 Ft-ot kellett fizetni.

60.3. A 2006. augusztus 4. és 24. közötti időszakban érvényes reklámújság 5. oldalán 659 Ft-os áron meghirdetett fénymásolópapír 2006. augusztus 15-ig a solymári áruházban ennél magasabb áron, 699 Ft összegben került számlázásra.

60.4. A 2005. augusztus 19. és szeptember 1. közötti időszakra szóló reklámújság 4. oldalán reklámozott „lángolt kolbász miklósi” termék nem a meghirdetett 599 Ft/kg áron, hanem 999 Ft/kg áron került árusításra a dunakeszi áruházban.

60.5. A 2005. december 2. és december 6. közötti időszakban érvényes reklámújságban hirdetett

- „sajttal töltött pulykafalat” terméket az óbudai áruház nem a reklámújságban közölt 599 Ft-ért, hanem 679 Ft-ért árulta,

- „franciasaláta 500 g” terméket a dunakeszi áruház nem 199 Ft-ért, hanem 229 Ft-ért adta el,

- „füstölt-főtt tarja darabolt” terméket a 849 Ft-os ár helyett 869 Ft-ért árusította a dunakeszi áruház.

61. A Versenytanács aláhúzza, nem orvosolja versenyjogsértést ha az előzetesen közölt és az attól magasabb ténylegesen érvényesített ár közötti különbséget észlelő és azt esetlegesen kifogásoló fogyasztónak visszatérítésre került az árkülönbözet.

Ezzel kapcsolatban az is kiemelendő, az eljárás alá vont által az árvisszatérítésekkel kapcsolatban szolgáltatott adatokból (lásd a határozat 32. pontját) megállapíthatóan az eljárás alá vont áruházában nem megoldott, hogy ha egy fogyasztó árvisszatérítési igénye kapcsán kiderül az áreltérés (történjék az egy reklámújságban vagy az áruházban a polcon közölt árral kapcsolatban), akkor azonnal sor kerüljön a szükséges, a további áreltérést megelőző intézkedés meghozatalára.

62. A vizsgálat által feltárt adatok alapján a Versenytanács nem osztotta az eljárás alá vontnak az előzetes álláspont 42. pontjában ismertetett előadását, amely szerint egy 2005. decemberi akciós újság termékeinek áruházankénti árai ismeretében a mai helyzetet illetően nem vonhatók le következtetések, hiszen az akkori hibákat az eljárás alá vont akár korrigálhatta is. Az adatok szerint ilyen igazán hatékony korrekció nem került sor, az áreltérések problémája továbbra is előfordul, sőt, a korrekcióra akkor sem kerül sor rendszerszerűleg, minden esetre kiterjedően, ha már ismertté válik a probléma.

63. A Versenytanács aláhúzza, nincs akadálya annak, hogy a Vj-29/2006. számú eljárásban feltárt, de ott nem értékelt magatartás a jelen, immáron ezen magatartásra is kiterjedő eljárásban kerüljön minősítésre.

A Vj-29/2006. számú eljárásban a Versenytanács észlelte, hogy az eljárás alá vont egyes esetekben nem a termék reklámújságban közölt árát alkalmazta, hanem azoktól eltérve, azoknál drágábban árusította a termékeket. Amint azt az ügyben hozott határozat rögzíti, e magatartás értékelésére a Versenytanácsnak adott eljárásban nem volt módja, mivel a vizsgáló eljárást indító végzése ezt nem tette lehetővé. Határozatában a Versenytanács kiemelte, ez nem jelenti azt, hogy ez a magatartás egy újabb versenyfelügyeleti eljárásban ne lehetne versenyjogi értékelés tárgya, s nemcsak az óbudai és a dunakeszi áruház, hanem a többi áruház vonatkozásában is, s az sem szükségszerű, hogy az újabb versenyfelügyeleti eljárás csak a fenti termékkörre vonatkozzék.

64. Megjegyzi a Versenytanács, azt a védekezést sem tartja elfogadhatónak, hogy az árvisszatérítéssel érintett termékek száma csekély az áruházakban forgalmazott termékek számához képest. Az árvisszatérítéseket nyilvántartó adatok kizárólag azt az esetet mutatják, amikor a fogyasztó észlelte az áreltérést és ezt az eljárás alá vont felé kifogásolta is. Ezekben a statisztikákban nem jelennek meg azok a fogyasztók, akik nem észlelték az eltérést, illetve akik észlelték, de nem kívánták ezzel kapcsolatos igényüket érvényesíteni (e megállapítás helytállóságát támasztja alá az is, hogy figyelemmel egy-egy áruház forgalmára és az adott termék jellegére, nem valószínű, hogy például az óbudai áruházban 2006. szeptember 2. és 17. között csak 17 darab „Sophianae barna” termék fogyott). A statisztikákban azok az áreltéréssel érintett termékek sem jelennek meg, amelyek esetében egyetlen fogyasztó sem észlelte az áreltérést, illetőleg senki sem érvényesített ezzel kapcsolatban árvisszatérítési igényt.



## *A Versenytanács döntése*

65. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsította, amikor

- a) a reklámújságban nyújtott tájékoztatással szemben a fogyasztók nem vásárolhatták meg
- a 2006. augusztus 4. és 24. között érvényes reklámújságban meghirdetett „CT-2411 számítógépasztalt” az óbudai és az albertfalvai áruházban az akció első napjaiban,
  - a 2006. augusztus 11. és 17. között érvényes reklámújságban meghirdetett „Daewoo AGC-5200 CD/MP3” autórádiót az albertfalvai áruházban az akció teljes időtartama alatt,
  - a 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban érvényes reklámújságban meghirdetett „Daewoo KOR-6L0 5” mikrohullámú sütőt a kecskeméti áruházban az akció teljes időtartama alatt,
- b) a reklámújságban közölnél magasabb áron árusította
- a 2006. szeptember 1. és 14. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett „Daewoo KOR-6L0 5” mikrohullámú sütőt az óbudai áruházban 2006. szeptember 1. és 4. között,
  - a 2006. július 14. és 27. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett a „Theodora” ásványvizet a csömöri áruházban 2006. július 14. és 17. között, illetve a soroksári áruházban 2006. július 14-én,
  - a 2006. augusztus 4. és 24. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett fénymásolópapírt 2006. augusztus 4. és 15. között a solymári áruházban,
  - a 2005. augusztus 19. és szeptember 1. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett „lángolt kolbász miklósi” terméket a dunakeszi áruházban,
  - a 2005. december 2. és 6. közötti időszakban megtartott akció keretében meghirdetett „sajttal töltött pulykafalat” terméket az óbudai áruházban, a „franciasaláta 500 g” és „füstölt-főtt tarja darabolt” termékeket a dunakeszi áruházban.

66. Az eljárás alá vont magatartásával megsértette a Tptv. 8.§-a (2) bekezdésének a), c) és d) pontját.

67. A Versenytanács a jogsértés Tptv. 77.§-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett nem tartotta szükségesnek a jogsértő magatartás további folytatásának ugyanezen bekezdés f) pontja szerinti megtiltását, mivel a jogsértő magatartások időben már lezárultak.

68. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tptv. 78.§ (1) bekezdése alapján.

A bírság összegét a Versenytanács a Tptv. 78.§-ának (3) bekezdésében meghatározott szempontok szerint határozta meg, figyelemmel

- az eljárás alá vont piaci helyzetére (az eljárás alá vont Magyarország egyik legnagyobb élelmiszerkereskedelmi vállalkozása, 2005-ben a 6. helyet foglalta el, a belföldi nettó értékesítés nettó árbevétele 2005-ben mintegy 179 millió Ft volt),
- a jogsértő tájékoztatást tartalmazó reklámújságok (a Vj-29/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban ismert) igen jelentős példányszámára,
- a jogsértő magatartással elért fogyasztók nagy számára,
- arra a körülményre, hogy a jogsértő magatartások az azzal közvetlenül érintett termékeken kívüli árucikkek iránt is fogyasztói érdeklődést vált ki, egyfajta „becsalogató” hatást gyakorolva.

A Versenytanács a felróhatóság körében vette figyelembe, hogy az eljárás alá vont előtt ismertnek kellett lenni a vele szemben az akciókról adott tájékoztatásokkal kapcsolatban támasztott versenyjogi követelményeknek. A felróhatóság kapcsán emeli ki a Versenytanács, az eljárás alá vonttól (valamennyi áruháza vonatkozásában) elvárt, hogy reálisan mérje az egyes akciók lebonyolításához szükséges készleteket, gondoskodjon egyrészt a nem irreálisan alacsony készletek rendelkezésre állásáról, másrészt arról, hogy a meghirdetett akciós termék az akció első napjától megvásárolható legyen a fogyasztók számára, továbbá egy olyan rendszert működtessen, amely révén a fogyasztóval közölt ár és a fogyasztó által ténylegesen fizetett ár közötti eltérés esetén azonnal intézkedés történik az áreltérés megszüntetése érdekében.

A Versenytanács arra is tekintettel volt, hogy a jelen eljárás keretében nem egy, hanem több magatartás került elbírálásra, s nyert megállapítást a halmozott jogsértés.

A bírságkiszabás természeténél fogva a jelen, több magatartásra kiterjedő eljárásban az egyes jogsértő magatartásokra szólóan nem volt elkülöníthető a bírság összege, így az magatartásonként külön-külön nem került meghatározásra.

A Versenytanács az áreltérések kapcsán enyhítő körülményként figyelembe vette, hogy a fogyasztók részére az akciós újságban közölt és a ténylegesen kifizetett ár különbözete visszafizetésre került, ha ezt a fogyasztó kérte. Ez a körülmény ugyanakkor csak korlátozottan volt figyelembe vehető, mivel csak azokat a fogyasztókat érintette, akik az eltérést észlelték és a visszatérítést igényelték.

Az elbírált magatartások egészére meghatározott bírság összegét jelentősen megemelte az a súlyosítóként értékelt körülmény, hogy az eljárás alá vonttal szemben a jelen esetben már a hatodik versenyfelügyeleti eljárásban állapította meg, hogy a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított.

Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács 30 millió forintban határozta meg a bírság összegét.

## **VI. Jogorvoslat**

69. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83.§-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2007. február 8.