



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-088-012/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Aldi Magyarország Élelmiszer Kereskedelmi Bt.** (Biatorbágy) ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény alapján indult eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy az Aldi Magyarország Élelmiszer Kereskedelmi Bt. 2009. február 1. és február 7. közötti időszakra meghirdetett Kidz Alive Gyermekek farsangi jelmezek hirdetése tekintetében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A Versenytanács kötelezi Aldi Magyarország Élelmiszer Kereskedelmi Bt.-t 1.000.000 Ft (azaz Egymillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles teljesíteni.

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

I n d o k o l á s

I.

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. §-ának (1) bekezdése, valamint a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 26. §-ának (1) bekezdése alapján 2009. július 3-án Vj-088/2009. ügyszámon versenyfelügyeleti eljárást indított az Aldi Magyarország Élelmiszer Kereskedelmi Bt. (a továbbiakban: Aldi vagy eljárás alá vont) ellen.¹
2. A GVH észlelte, hogy az Aldi 2009. február 1-jétől érvényes akciós újságjában és számos más kommunikációs eszközön meghirdette a „Kidz Alive Gyermekek farsangi jelmez” termék akciós értékesítését. A termék hirdetésénél az volt olvasható, hogy „minden szükséges kiegészítővel együtt”, ugyanakkor a nindzsa jelmez esetében a kard, a királylány jelmez esetében a varázspálca és az indiánlány jelmez esetében a balta, melyek a termék hirdetésében láthatóak voltak, nem képezték részét a jelmezeknek.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. Az eljárás alá vont cégkivonat² szerinti főtevékenysége élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem³.
4. Az Aldi betéti társaság formában működik, melynek beltagja az Aldi Magyarország Holding Vagyonkezelő Kft. (2051 Biatorbágy, Mészárosok útja 2.), míg kültagja a Hoffer Kommanditgesellschaft (AT 4642 Sattledt, Hofer Strasse 1.).

¹ Az ügyindító végzést a Vj-088/2009. sz. irat tartalmazza.

² Vj-088-004/2009. sz. irat 7. sz. melléklete

³ Az eljárás alá vont részletes tevékenységi körét a Vj-088-004/2009. sz. irat 7. sz. melléklete tartalmazza.

5. Az eljárás alá vont internetes honlapján szereplő információk szerint⁴ az Aldi 2008-ban nyitotta meg első üzletét Magyarországon. Az Aldi jelenleg 52 - jellemzően 1.500 m² - alapterület körüli üzlettel rendelkezik a magyarországi piacon.
6. Az Aldi Magyarországon állandó kínálata keretében mintegy 1.000 féle terméket forgalmaz, ezen túlmenően heti két alkalommal mindig más – nem az állandó termékkörbe tartozó – mintegy 25 kiválasztott terméket kínál akciós áron, többnyire a non-food termékkörből.
7. Az eljárás alá vont nyilatkozata⁵ szerint külön fogyasztói csoportokat nem tart nyilván, nem alkalmaz külön médiumokat egy-egy meghatározott célcsoport elérésére, minden kommunikációs eszközével a teljes magyar lakosságot kívánja elérni.

III.

A vizsgált termék és fogyasztói magatartás főbb jellemzői

8. Az élelmiszer- és vegyiáru piacon tevékenységet folytató kereskedelmi társaságok becsült forgalom szerinti piaci részesedése 2007-ben az alábbiak szerint alakult⁶:

Vállalkozás	Becsült forgalom 2007-ben (Mrd Ft)	Becsült piaci részesedés %-ban
Tesco Global	555	17-18
CBA	525	16-17
COOP Hungary	440	14-15
Real Hungaria	331	10-11
SPAR Magyarország	285	9-10
Auchan	212	6-7
Penny Market	145	4-5
Lidl	124	4-5
Magyar Hipermarket / Cora	119	3-4
Plus	107	3-4
Egyéb (Match,	354	11-12

⁴ <http://www.aldi-hungary.hu/>; Vj-088-004/2009. sz. irat 1-6. sz. mellékletei

⁵ Vj-088-002/2009. sz. irat 8. pont

⁶ http://maipiac.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=298&Itemid=54; Vj-088-005/2009. sz. irat 1. sz. melléklete

Profi, Aldi stb.)		
Összesen	3.195	100

Forrás: ACNielsen Piackutató Kft.

9. A kiskereskedelmi üzletláncok az általuk forgalmazott termékeket promóciókkal, reklámokkal kínálják, jellemző kommunikációs eszköz a hirdetési újság, amelyet az egyes áruházak vonzáskörzetében közvetlenül a háztartásokhoz juttatnak el. Ezen kívül rendszeresen használnak másodlagos kommunikációs eszközöket, így pl. TV-, rádióhirdetéseket, országos- és helyi napilapokban megjelenő hirdetéseket, óriásplakátokat, valamint az áruházakban kihelyezett hirdetéseket.
10. A TNS Media Intelligence felmérése szerint a „Kereskedelmi vállalat” kategória teljes reklámpiaci költségének csaknem 10%-os növekedéséhez nagyban hozzájárult az élelmiszer és hipermarket piac, amely az Aldi 2008. tavaszi piacra lépését követően 2007. I. félévéhez képest 2008. I. félévében mintegy 1.000.000.000 Ft-tal, hozzávetőlegesen 40%-kal többet fordított reklámra⁷.
11. A kiskereskedelmi vállalkozások közül a diszkontok költöttek markánsan a legtöbbet reklámozásra, és míg 2007-ben Penny Market, Lidl és a CBA volt a top három hirdető a láncok között, addig 2008 első felében az Aldi, Penny Market és Lidl volt a sorrend. A kategóriákat összevetve szembetűnő, hogy míg 2007. első felében a szuper-, illetve hipermarketekkel összehasonlítva a diszkontok költöttek a legkevesebbet reklámra, addig 2008 márciusától kezdve látványosan emelkedett a diszkont- kategória reklámköltése, és magasan ők fordítottak a legtöbbet marketingkommunikációra.
12. Az élelmiszerboltok kategóriában a reklámköltésben az élen az Aldi és a Lidl fej mellett áll 28, illetve 27 %-kal, a harmadik a Penny Market 24 %-os részesedéssel. Ebben a szegmensben is helycsere történt a leginkább használt csatornák sorában: míg tavaly közterületi reklámra, az idén sajtóhirdetésre költötték a legtöbbet⁸.

⁷ <http://www.elelmiszer.hu/cikk.php?id=3034>, Vj-088-005/2009. sz. irat 4. sz. melléklete

⁸ A TNS Media Intelligence a reklámköltési adatokat a médiumok által megadott, hivatalos listaárak alapján számolja ki, melyek magukba foglalják az ügynökségi jutalékot, de az áfát nem tartalmazzák.

13. Az ACNielsen „Growth Reporter” c. negyedévenként közzétett elemzésének⁹ kutatási eredményei azt mutatták, hogy a magyar fogyasztók promóció érzékenysége is fokozódott a tavalyi év során, például Magyarországon minden ötödik vevő hajlandó boltot változtatni számára vonzó promóció hatására.

IV.

A vizsgált magatartás

14. Az Aldi gyermek farsangi jelmezt tartalmazó hirdetése

- 2009. február 2-ától 7-éig érvényes országos terjesztésű akciós újságban,
- 2009. január 31-én a Hajdú-Bihari Napló, Kelet Magyarország, Észak Magyarország, Kisalföld, Dél Magyarország, Délvilág, Vas Népe, Zalai Hírlap, Dunaújvárosi Hírlap, Fejér Megyei Hírlap, Napló (Veszprém megye), Tolnai Népújság, Békés Megyei Hírlap, Új Dunántúli Napló, Új Néplap (Jász-Nagykun-Szolnok megye), Somogyi Hírlap, 24 óra (Komárom-Esztergom megye), Petőfi Népe újságokban,
- 2009. február 1-jén a Vasárnapi Blikkben jelent meg.

15. A vizsgált kommunikációs eszközökön¹⁰ az alábbi Kidz Alive Gyermek farsangi jelmezek kerültek képszerűen is megjelenítésre: nindzsa, indiánlány, királylány.

16. Az akciós újságokban és az Aldi internetes honlapján a termékleírásnál felsorolt további¹¹ Kidz Alive Gyermek farsangi jelmezek képszerűen nem kerültek feltüntetésre egyik kommunikációs eszközön sem, így nem képezik a vizsgált magatartás részét.

17. A jelen eljárásban vizsgált termékek hirdetése az alábbiak szerint jelent meg a vizsgált kommunikációs eszközökön:

⁹ <http://www.euroastra.hu/node/23541>, Vj-088-005/2009. sz. irat 6. sz. melléklete

¹⁰ A versenyfelügyeleti eljárás során kifogásolt kommunikációs eszközök megjelenési és költség adatait a vizsgálati jelentés nem betekinthező 1. sz. melléklete, illetve az üzleti titokként kezelni kért Vj-088-002/2009. sz. irat 4. sz. melléklete tartalmazza.

¹¹ indiánfű, hercegnő, bohóc, úrharcos jelmez

a) Akciós újság¹²



Szöveg:

KIDZ ALIVE

Gyermek farsangi jelmez*

Kisfiúknak és kislányoknak: királylány, indiánlány és indiánfiú, nindzsa, hercegnő, bohóc, űrharcos, minden szükséges kiegészítővel együtt,

Méret: S (4-6 éveseknek), vagy M (7-10 éveseknek)

1.499 Ft/szett

Az akciós újság első és utolsó oldalának alján apró betűvel kék keretben az alábbiak olvashatók:

„Értékesítés kizárólag háztartási mennyiségben. A palackok nem betétdíjasok. Az ár mindennemű adót magában foglal. A termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra. A termék illusztrációk csupán elkészítési ill. tálalási javaslatként szolgálnak. Ugyanazt a terméket eltérő csomagolásban is áruljuk, de egy adott terméket üzletenként kizárólag egyfajta csomagolásban értékesítünk. A termékek műszakilag ill. külsőleg eltérhetnek a fotón látottaktól, az esetleges helyesírási ill. nyomdahibákért nem tudunk felelősséget vállalni.”

*„Kérjük vegye figyelembe, hogy állandó árukészletünkkel ellentétben ezen termékek csak korlátozott számban állnak rendelkezésre. Ezek az ajánlataink a készlet erejéig érvényesek. Amennyiben gondos tervezésünk ellenére bizonyos termékek a nem várt magas kereslet következtében már az értékesítés első napján elfogynak, úgy ezért kérjük szíves elnézését.”

A 43 üzlet részére elkészült akciós újságon feltüntetésre került, hogy a Kidz Alive Gyermek farsangi jelmez akciója 2009. február 1-jétől érvényes. Az akciós újság egy másik verziója – melyben a vizsgált hirdetés a többi akciós újsággal azonos módon került megjelenítésre – a kiskunhalasi üzlet nyitása alkalmából közzétett akció volt,

¹² Lásd: Vj-088-002/2009. sz. irat 9. és 10. sz. melléklete

mely az üzlet nyitásával összhangban 2009. február 5-étől volt érvényben és mely szintén valamennyi Aldi üzletre érvényes volt.

b) A1 méretű poszter¹³



Szöveg:
Gyermek farsangi jelmez*
1.499 Ft/ szett

A poszter alján apró betűvel kék keretben szintén olvasható az alábbi figyelmeztetés szövege:

„Értékesítés kizárólag háztartási mennyiségben. A palackok nem betétdíjasok. Az ár mindennemű adót magában foglal. A termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra. A termék illusztrációk csupán elkészítési ill. tálalási javaslatként szolgálnak. Ugyanazt a terméket eltérő csomagolásban is áruljuk, de egy adott terméket üzletenként kizárólag egyfajta csomagolásban értékesítünk. A termékek műszakilag ill. külsőleg eltérhetnek a fotón látottaktól, az esetleges helyesírási ill. nyomdahibákért nem tudunk felelősséget vállalni.”

*„Kérjük vegye figyelembe, hogy állandó árukészletünkkel ellentétben ezen termékek csak korlátozott számban állnak rendelkezésre. Ezek az ajánlataink a készlet erejéig érvényesek. Amennyiben gondos tervezésünk ellenére bizonyos termékek a nem várt magas kereslet következtében már az értékesítés első napján elfogynak, úgy ezért kérjük szíves elnézését.”

Az eljárás alá vont nyilatkozata¹⁴ szerint valamennyi Aldi üzletben 4 db A1-es poszter elhelyezésére került sor.

¹³ Vj-088-002/2009. sz. irat 7. sz. melléklete

¹⁴ Vj-88-002/2009. sz. irat 4. sz melléklete

c) Aldi internetes honlap:

c1) Internet startoldal¹⁵

Element zur Bearbeitung öffnen: 



**Ajánlatunk vasárnaptól
2009.02.01.**

KIDZ ALIVE
Gyermek farsangi jelmez*

1 499 Ft/szett
[További ajánlataink](#)

Szöveg:

Ajánlatunk vasárnaptól

2009.02.01

KIDZ ALIVE

Gyermek farsangi jelmez*

1.499 Ft/szett

c2) Internet köztes oldal¹⁶

Ajánlatunk vasárnaptól, 2009.02.01.



KIDZ ALIVE
[Gyermek farsangi jelmez*](#)

1 499 Ft/szett

Szöveg:

Ajánlatunk vasárnaptól, 2009.02.01

KIDZ ALIVE

Gyermek farsangi jelmez*

1.499 Ft/szett

c3) Internet termékismertető¹⁷

¹⁵ Vj-088-002/2009. sz. irat 1. sz. melléklete

¹⁶ Vj-088-002/2009. sz. irat 2. sz. melléklete

Ajánlatunk vasárnaptól, 2009.02.01.

[Tovább a termék áttekintő oldalra](#)

KIDZ ALIVE
Gyermek farsangi jelmez*

[Parti kalap vagy paróka vagy alarc](#)

[Parti dekoráció](#)

C. GIANT
Faharaszter*

[Gyermek hatisnyavadékán](#)

LEON
Ratzkészlet*


[Naturpapi vagy szineskarton tömb](#)

[Színes papír](#)

[Hibavető roller](#)

[Golyóstoll készlet](#)

LEON
Ratzmappa, DIN A3*



KIDZ ALIVE
Gyermek farsangi jelmez*
1 499 Ft/szett
(1 499 Ft/szett)

kisfiúknak és kislányoknak: királylány, indiánlány és indiánfiú, nindzsa, hercegnő, bohóc, úrharcos, minden szükséges kiegészítővel együtt, méret: S (4-6 éveseknek) vagy M (7-10 éveseknek)

Termék 0/25

[Ajánlja ezt a terméket ismerősének](#)

[Emlékeztető](#)

[Revásárlólistára helyezni](#)

[Revásárlólistán szereplő termékek](#)

[Nyomtatás](#)

Szöveg:

KIDZ ALIVE

Gyermek farsangi jelmez*

1.499 Ft/szett

kisfiúknak és kislányoknak: királylány, indiánlány és indiánfiú, nindzsa, hercegnő, bohóc, úrharcos, minden szükséges kiegészítővel együtt,

Méret: S (4-6 éveseknek), vagy M (7-10 éveseknek)

Az Aldi internetes honlapján¹⁸ valamennyi – az akciós termékekről információt tartalmazó – oldalon szintén megtalálható az az apró betűs szöveg, mely szerint:

„Értékesítés kizárólag háztartási mennyiségben. A palackok nem betétdíjasok. Az ár mindennemű adót magában foglal. A termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra. A termék illusztrációk csupán elkészítési ill. tálalási javaslatként szolgálnak. Ugyanazt a terméket eltérő csomagolásban is áruljuk, de egy adott terméket üzletenként kizárólag egyfajta csomagolásban értékesítünk. A termékek műszakilag ill. külsőleg eltérhetnek a fotón látottaktól, az esetleges helyesírási ill. nyomdahibákért nem tudunk felelősséget vállalni.”

*„Kérjük vegye figyelembe, hogy állandó árukészletünkkel ellentétben ezen termékek csak korlátozott számban állnak rendelkezésre. Ezek az ajánlataink a készlet erejéig érvényesek. Amennyiben gondos tervezésünk ellenére bizonyos termékek a nem várt magas kereslet következtében már az értékesítés első napján elfogynak, úgy ezért kérjük szíves elnézését.”

¹⁷ Vj-088-002/2009. sz. irat 3. sz. mellélete

¹⁸ Az Aldi internetes honlapján a jelenlegi akciók kapcsán olvasható és érhető el az idézett szöveg.

d) nyomtatott sajtótermékek (napilapok)¹⁹



Szöveg:

KIDZ ALIVE

Gyermek farsangi jelmez*

különböző jelmezek kisfiúknak és kislányoknak,

Méret: S (4-6 éveseknek), vagy M (7-10 éveseknek)

1.499 Ft/szett

A nyomtatott sajtótermékekben a hirdetés alján apró betűvel kék alapon szintén olvashatók az alábbiak:

„Értékesítés kizárólag háztartási mennyiségben. A palackok nem betétdíjasok. Az ár mindennemű adót magában foglal. A termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra. A termék illusztrációk csupán elkészítési ill. tálalási javaslatként szolgálnak. Ugyanazt a terméket eltérő csomagolásban is áruljuk, de egy adott terméket üzletenként kizárólag egyfajta csomagolásban értékesítünk. A termékek műszakilag ill. külsőleg eltérhetnek a fotón látottaktól, az esetleges helyesírási ill. nyomdahibákért nem tudunk felelősséget vállalni.”

*„Kérjük vegye figyelembe, hogy állandó árukészletünkkel ellentétben ezen termékek csak korlátozott számban állnak rendelkezésre. Ezek az ajánlataink a készlet erejéig érvényesek. Amennyiben gondos tervezésünk ellenére bizonyos termékek a nem várt magas kereslet következtében már az értékesítés első napján elfogynak, úgy ezért kérjük szíves elnézését.”

¹⁹ Vj-088-002/2009. sz. irat 1. sz. melléklete

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

18. Az Aldi nyilatkozata szerint²⁰ a képeken látható kiegészítők (a nindzsa kardja, az indiánlány baltája, valamint a királylány varázspálcája) nem voltak a jelmez tartozékai, azok dekoráció gyanánt kerültek feltüntetésre a reklámban. A reklám alján szereplő tájékoztató szöveg ugyanakkor minden esetben – a terméknev mellett nagy csillaggal jelölt utalással – tartalmazta azt a szövegrészt, amelyben felhívják a vásárlók figyelmét, hogy „a termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra”. Az egyes jelmezek tartalma a következő volt:

- nindzsa: fekete kezeslábas ruha, mellény és sisak
- indiánlány: ruha, homlokpánt, öv
- királylány: ruha, kalap.

A termékek csomagolásán az egyes jelmezek tartalma a fentieknek megfelelően került feltüntetésre.

19. Az Aldi nyilatkozata értelmében a nindzsa jelmez esetében a mellény és a sisak minősült kiegészítőnek, az indiánlány esetében a homlokpánt, valamint az öv szolgált kiegészítőként, míg a királylány esetében a kalap. A fentiek alapján az eljárás alá vont álláspontja szerint jogszerűen járt el a reklám közzétételekor, ugyanakkor állítása szerint a jövőben még nagyobb figyelmet fordít arra, hogy a termékleírások a lehető legárnyaltabb félreértésekre se adjanak okot.

20. Az eljárás alá vont nyilatkozata²¹ szerint mindössze egyetlen fogyasztói panaszról van tudomása, melyben a fogyasztó 2009. február 1-jén azt kifogásolta²², hogy az akciós újságban megjelent Kidz Alive nindzsa jelmezhez meghirdetett kard kiegészítőt kereste, de az nem volt kapható. Az eljárás alá vont 2009. február 19-én válaszolta meg a fenti vásárlói panaszt a következők szerint²³: „Vásárlóink szándékos megtévesztése az Ön által vásárolt termék esetében sem állt szándékunkban. Az újságban szereplő jelmezekhez tartozó szöveg a következő volt: „Mindenszükséges

²⁰ Vj-088-002/2009. sz. irat 18. pont

²¹ Vj-088-002/2009. sz. irat 17. pont

²² Vj-088-002/2009. sz. irat 14. sz. melléklete

²³ Vj-088-002/2009. sz. irat 15. sz. melléklete

kiegészítővel együtt”, ebben sajnos nem volt részletezve, hogy ez mely kiegészítőkre vonatkozik – öv, sapka – így arra sem, hogy a kard nem tartozik ezen kiegészítők közé. A szándékos félrevezetés azonban egyáltalán nem állt szándékunkban. A félreértésért és a kellemetlenségekért szíves elnézését kérjük, és reméljük hamarosan újra valamely üzletünkben köszönhetjük.”

21. Az eljárás alá vont felhívta továbbá a figyelmet arra tényre, hogy a „minden szükséges kiegészítővel együtt” félmondat kizárólag az akciós újságban, illetve az Aldi internetes honlapján a termék részletes leírásánál került feltüntetésre, a többi kommunikációs anyag ilyen utalást nem tartalmazott.
22. A Versenytanács előzetes álláspontjára reagálva kifejtette, hogy az abban foglalt érveket és indokokat megértette. Kijelentette, a jövőben még nagyobb figyelmet fordít arra, hogy a termékleírások félreértésekre ne adjanak okot.

VI.

Jogi háttér

23. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.
24. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy

egyéb kereskedelmi kommunikációja, valamint h) pontja szerint üzleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

25. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

26. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

27. Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termék megnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is,

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye,

- c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte,
- d) az áru igénybevételéhez kapcsolódó adómentesség, adókedvezmény vagy más adóelőny,
- e) az áruhoz kapcsolódóan valamely szolgáltatás, alkatrész, csere vagy javítás szükségessége,
- f) az áruhoz kapcsolódóan biztosított ügyfélszolgálat és panaszkezelés,
- g) a vállalkozás vagy képviselőjének személye, jellemzői és jogai, így különösen az ilyen minősége, a jogállása, társulásokban való részvétele és kapcsolatai, vagyona, szellemi alkotásokon fennálló jogai és kereskedelmi tulajdonjoga, engedélye, képesítései, díjai és kitüntetései,
- h) a vállalkozás kötelezettségvállalásának mértéke, a kereskedelmi gyakorlat indítékai, az értékesítési folyamat természete, a szponzorálásra, a vállalkozás vagy az áru jóváhagyására vonatkozó bármely állítás vagy jelzés, vagy
- i) a fogyasztó jogai, illetve a fogyasztót az ügylet folytán esetlegesen terhelő hátrányos jogkövetkezmények kockázata.

28. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tptv. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

29. A Tptv. 8/A. §-a alapján nem terjed ki a Tptv. III. fejezetének hatálya az olyan magatartásra, amely a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) rendelkezései értelmében megtévesztő reklám.

30. A Grt. 2. §-a szerint e törvény megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy.

31. A Grt. 3. §-ának d) pontja szerint a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog – ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket -, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul.
32. A Grt. 3. §-ának h) pontja szerint megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozások jogait sérti vagy sértheti.

VII.

A Versenytanács döntése

Az alkalmazandó jogszabály

33. Az eljárás alá vont magatartása a Tpv. III. fejezete 2008. szeptember 1-jétől hatályos rendelkezései alapján nem értékelhető, mert a sérelmezett tájékoztatás az Aldi szolgáltatása igénybevételének előmozdítására irányuló közlés, így a Grt. 3. §-ának d) pontja szerinti gazdasági reklám, ezáltal a Tpv. 8/A. §-ának figyelembevételével a Grt. rendelkezései alkalmazandóak.
34. Ugyanakkor amennyiben a közölt állítás esetlegesen a Grt. 3. § h) pontja szerinti megtévesztő reklámként minősülne is, a címzettje nem kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy, így a magatartás a Grt. 2. §-a alapján a Grt. rendelkezései alapján nem ítéltető meg.

35. A fentiek alapján tehát a sérelmezett magatartásokkal kapcsolatos tájékoztatások a Grt. 3. §-ának d) pontja szerinti gazdasági reklámnak minősülnek, melynek címzettjei ugyanakkor nem a Grt. 2. §-ában meghatározott vállalkozások vagy önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személyek, hanem az Fttv. 2. §-ának a) pontjában meghatározott természetes személy fogyasztók voltak, így Grt. 2. §-ának valamint az Fttv. 1. §-ának (2) pontja együttes értelmezése alapján az Fttv. alkalmazhatósága állapítható meg.

Az Fttv. szerinti értékelés módszere

36. Az Fttv. hármas követelményrendszert vezet be azáltal, hogy definiálja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot [3. § (2) bekezdés], a megtévesztő (6-7. §) és agresszív (8. §) kereskedelmi gyakorlatot, továbbá a mellékletben szereplő tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok felsorolását. A szabályozás logikájából (generális-speciális viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.

Az érintett fogyasztói kör

37. A Versenytanács álláspontja szerint – az eljárás alá von által is elismerten - az Aldi a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot nem egy speciális (mint például kora, hiszékenysége vagy szellemi vagy, fizikai fogyatkozása miatt különösen kiszolgáltatott) közönség, hanem általában a bevásárlását végző végső fogyasztók számára tette közzé. A kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megítélésekor az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott, ésszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartása veendő figyelembe.

Az ügyleti döntés

38. A fogyasztói döntések befolyásolására alkalmasság szempontjából lényegesnek az a tulajdonság tekinthető, amelynek a versenytársak vagy a versenyző termékek közötti választás során jelentősége lehet. A termékek akciós áron történő meghirdetése, illetve a termék lényeges tulajdonságainak feltüntetése, mint például a termék pontos összetevőinek ismertetése, feltétlenül e körben értékelendő.

39. A Versenytanács következetesen alkalmazott megközelítése értelmében az akciók közvetlen hatással vannak a fogyasztói döntéshozatal folyamatára. A kiskereskedelmi verseny egyik lényeges mozzanata, hogy a kínálati oldal szereplői az akciós termékek meghirdetésével kívánják befolyásolni a fogyasztót abban, hogy eldöntse, konkrétan melyik üzletet keresi fel vásárlás céljából. A vásárlás jellege miatt azonban várható az is, hogy a fogyasztó nagy valószínűséggel beszerez valamely számára szükséges, de nem feltétlenül az akciós körbe tartozó terméket is. Az akciók így nem csupán a meghirdetett, akciós áru iránti keresletet növelik, hanem kedvezően hatnak az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is. Ebben az esetben az érintett vállalkozás által hirdetett termék ténylegesen kapható az üzletekben, ugyanakkor a fogyasztók az üzlet felkeresésekor szembesülnek azzal, hogy az adott termék nem a meghirdetettel azonos feltételekkel kerül árusításra, és valószínűsíthető, hogy mivel már felkeresték az adott üzletet, ott fogják intézni bevásárlásukat is.

40. A Versenytanács megjegyzi, a fentiekben részletezett hatásmechanizmus nem egyenlő az Fttv. mellékletének 5. pontjában szereplő csalogató reklámmal. A csalogató reklám esetében a vállalkozás a hirdetés feladásának időpontjában tisztában van azzal, hogy a meghirdetett – vagy az azt helyettesítő – árut nem fogja tudni megfelelő mennyiségben és megfelelő időtartamig szolgáltatni, így a hirdetés feladásával elve az a célja, hogy a fogyasztót az üzletébe vonzza, aki a helyszínen észlelve, hogy a vásárolni kívánt termék nem kapható valószínűsíthetően más – esetlegesen nem az akciós körbe tartozó – terméket fog vásárolni.

A vizsgált kommunikációs eszközök értékelése

41. A vizsgált termékek hirdetése egyértelműen és jól láthatóan feltüntette a nindzsa jelmez esetében a kardot, az indiánlány jelmez esetében a baltát, míg a királylány jelmez esetében a varázspálcát. A termék hirdetésénél ugyanakkor nem került feltüntetésre olyan figyelmeztetés, mely arra utalt volna, hogy az előbbi kiegészítőket a jelmezek valójában nem tartalmazzák. A terméket az eljárás alá vont hangsúlyosan, az ár mellett megjelölve, „szett”-ként hirdette.

42. A Versenytanács nem tartja elfogadhatónak az eljárás alá vont azon érvelését, miszerint reklám alján szereplő tájékoztató szöveg minden esetben – a terméknev mellett nagy *-gal jelölt utalással – tartalmazta azt a szövegrészt, melyben felhívják a vásárlók figyelmét arra, hogy a termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra. Az eljárás alá vont nyilatkozatának ellentmondanak a tények. A vizsgált termékek hirdetésénél – az eljárás alá vont nyilatkozatával összhangban – szerepelt ugyan a * megjelölés, de ez a kiegészítés csak azt jelezte, hogy ezek a termékek nem részei az eljárás alá vont állandó árukészletének, így azok az esetlegesen kialakuló magas kereslet következtében hamar – akár az akció kezdetét követő rövid időn belül – elfogyhatnak. Azaz a *-gal megjelölt hivatkozás a termék korlátozott elérhetőségre utal.
43. A reklám alján a *-gal jelölt rész fölött apró betűvel valóban megtalálható az a tájékoztató, hogy a termékek dekoráció nélkül kerülnek árusításra, ugyanakkor ez az általános tájékoztató szövegek között szerepel, így nem alkalmas arra, hogy a fogyasztók figyelmét felhívja arra, hogy mely termékek esetében kell odafigyelniük erre az információra. Nevezetett tájékoztató továbbá arra sem alkalmas, hogy a fogyasztók információt szerezhessenek arról, hogy egyes termékek esetében mi minősül dekorációnak.
44. A Versenytanács álláspontja szerint az Fttv. 4. §- a szerinti ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintően eljáró fogyasztótól sem elvárható, hogy tisztában legyen azzal, hogy a forgalmazó a képen feltüntetett jelmez részei közül melyet tekint tartozéknak, illetve melyet dekorációnak. A nindzsa jelmez esetében a kardot, az indiánlány jelmez esetében a baltát, illetve a királylány jelmez esetében a varázspálcát – tekintettel arra, hogy a képen feltüntetésre kerültek – a fogyasztók joggal gondolhatták a jelmezhez tartozónak.
45. Az akciós újság, illetve az internetes honlap esetében a termék hirdetésében külön feltüntették, hogy a jelmezek minden szükséges kiegészítővel együtt vásárolhatóak meg. A minden szükséges kiegészítő jelen esetben a fogyasztók számára a képen látható kardra, baltára és a varázspálcára is kiterjed.

46. A Versenytanács megjegyzi, az eljárás alá vont az általa becsatolt panaszkönyvi bejegyzésre tett válaszában²⁴ is elismerte, hogy a termék hirdetésében nem került megfelelően feltüntetésre, hogy pontosan mely kiegészítőket tartalmazza a jelmez, illetve, hogy jelen esetben a nindzsa jelmez esetében a kard nem tartozott ezen kiegészítők közé.
47. A Versenytanács megállapítja, a termékek hirdetései azt sugallták a fogyasztóknak, hogy a jelmezek a képen látható összetételben kaphatóak, míg azokat valójában ebben az összetételben nem kínálták a vásárlóknak. Az eljárás alá vont magatartása megvalósította az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének ba) pontja szerinti tényállást, megsértve ezzel az Fttv. 3. §-a (1) bekezdését.
48. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az Aldival szemben a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján. A bírság összegének meghatározása során a Versenytanács a Tpvt. 78. §-ának (3) bekezdésében foglaltak szem előtt tartásával járt el.
49. A kiszabott bírság meghatározása során a Versenytanács jelentős enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a fogyasztói igény elsősorban a jelmez megvásárlására irányul, melynek használatát illetve használatra való alkalmasságát nem vagy csak igen csekély mértékben csökkentik a forgalmazó által dekorációként alkalmazott eszközök (a nindzsa jelmez esetében a kard, az indiánlány jelmez esetében a balta, illetve a királylány jelmez esetében a varázspálca).
50. A versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy a vizsgált kommunikációs eszközök a fogyasztók jelentős körét érhették el.
51. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára kell megfizetni függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e

²⁴ Vj-088-002/2009. sz. irat 15. sz. melléklete

elő. A bírság befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő a versenyfelügyeleti eljárás száma, a megbírságolt vállalkozás neve, valamint a befizetés jogcíme (bírság).

52. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 138. § (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83. § (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni

VIII.

Egyéb kérdések

53. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § biztosítja. A Ket. 110. § (1) bekezdése a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a GVH Versenytanácsa nem fogantatosíthatja.

54. A GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdésén, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

55. Tekintettel az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott kommunikáció kiterjedtségére és a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára a GVH hatásköre jelen ügyben fennáll.

56. Az eljárás alá vont tárgyalás tartását nem kérte, ezért a Versenytanács tárgyaláson kívül hozta meg határozatát.

Budapest, 2009. november 4.