



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj-133-026/2009.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az S.B.G. & K. Ügyvédi Iroda által képviselt **Larabay Food Vendéglátóipari Kft.** (Dunaharaszti) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

### **határozatot**

A Versenytanács megállapítja, hogy a Larabay Food Vendéglátóipari Kft. 2009. június 15. és 2009. október 26. között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor étlapjaiban és internetes honlapján a fogyasztók megtévesztésére alkalmas információkat tett közzé egyes termékei árainak kedvezményes, "akciós" voltáról.

A Versenytanács kötelezi a Larabay Food Vendéglátóipari Kft.-t 10.000.000 Ft (Tízmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi 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.

### **Indokolás**

1. A Gazdasági Versenyhivatal 2009. október 26-án annak vizsgálatára indított eljárást a Larabay Food Vendéglátóipari Kft. (korábbi elnevezéssel: Gastroyal Food Vendéglátóipari Kft.) ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit, amikor termékei „akciós” ára mellett feltüntetett egy magasabb árat, azt fekete színnel, áthúzással jelölve.

Az eljárás kiterjesztésre került annak vizsgálatára is, hogy az eljárás alá vont megsértette-e az Fttv. rendelkezéseit, amikor egyes termékei kapcsán az „akciós ár” és az „akciós” kifejezéseket tüntette fel a heti étlapjain.

## **I. Az eljárás alá vont**

2. A tényleges gazdasági tevékenységet 2009. február 1-je óta végző eljárás alá vont Budapesten és az ország más településein ételek házhozszállításával foglalkozik. Az eljárás alá vont 2009. évi nettó árbevételére vonatkozó adatok a Versenytanács előtt a Vj-89/2009. számú ügyben hozott határozat bírósági felülvizsgálat iránt az eljárás alá vont által kezdeményezett per irataiból ismert.

A Vj-89/2009. számú eljárásban hozott határozatában a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009 márciusa és júniusa között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor egyes kereskedelmi kommunikációiban

- közölte az általa forgalmazott fogyasztó étrendekkel elérhető testtömeg-csökkenés mértékét,
- a „minden idők nyolc legjobb fogyókúrája” állítást tette,
- a tavasz legsikeresebb fogyókúrájának minősítette a Gastroyal Turbó fogyókúrát,
- azt állította, hogy a Gastroyal Turbó fogyókúra „fogyaszt, lúgosít, méregtelenít.”

A Versenytanács 10.000.000 Ft bírság megfizetésére kötelezte az eljárás alá vontat.

3. Az eljárás alá vont mellett más vállalkozások is foglalkoznak ételek házhozszállításával. A Vj-89/2009. számú ügyben az eljárás alá vont előadta, nagyobb kínálati piac van, mint amilyen fizetőképes kereslet a másik oldalon azonosítható, sok vállalkozás tolong a fogyasztókért, s egy új piacra lépőnek intenzív kampányt kell folytatnia.

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

4. Az eljárás alá vont 2009. június 15-től egyes termékeit a kereskedelmi kommunikációk közlései szerint kedvezményes áron kínálta a fogyasztók számára, erről különböző módon tájékoztatva a fogyasztókat.

Az egyes termékek értékesítéséből származó, üzleti titoknak minősülő árbevételi adatok a Vj-133-002/2009. számú irat 4. számú mellékletében és a Vj-133-016/2009. számú iratban találhatóak.

5. Az eljárás alá vont az alábbi kommunikációs eszközök alkalmazásával informálta a fogyasztókat az árkedvezménnyel, akció keretében történő értékesítésről:

- heti étlapok,
- saját honlap,
- nyomtatott sajtóban megjelent reklámok,
- autós matrica,
- DM-levél,
- beltéri kommunikációs eszközök (attrap),
- internetes banner.

## Heti étlapok

6. Az eljárás alá vont által országosan terjesztett heti étlapokban az alábbiakról adott tájékoztatást:

### 25. heti étlap

- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Készüljön velünk a strandszezonra last minute árakon! Most akár 30% kedvezmény 12 féle kúránkra és 18 féle saját termékünkre
- az adott oldalakon körbe:  
last minute akár –30%

### 26. heti étlap

- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Készüljön velünk a strandszezonra last minute árakon! Most akár 30% kedvezmény 12 féle kúránkra és 18 féle saját termékünkre
- az adott oldalakon körbe:  
last minute akár –30%

### 27. heti étlap

- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Készüljön velünk a strandszezonra last minute árakon! Most akár 30% kedvezménnyel! A kedvezmény 12 féle kúránkra és 18 féle saját fejlesztésű termékünkre érvényes
- az adott oldalakon körbe:  
last minute akár –30%

### 28. heti étlap

- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Most minden saját fejlesztésű italunk megvásárolható last minute áron, akár 30% kedvezménnyel
- az adott oldalakon körbe:  
last minute akár –30%

### 29. heti étlap

- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
A nagy sikerre való tekintettel meghosszabbítjuk a last minute akciónkat!  
Továbbra is akár 30% kedvezménnyel vásárolhatják meg a Gastroyal saját fejlesztésű termékeit és kedvenc kúráit!
- az adott oldalakon körbe:  
last minute akár –30%

### 30. heti étlap

- a nyári ételek, a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Nyári akció! Egész nyáron akár 25% kedvezménnyel! (utalva a nyári ételeket ismertető oldalra)
- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek oldalain körbe:  
last minute akár –30%
- a nyári ételek körül:  
Nyári akció!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
akció

### 31. heti étlap

- a nyári ételek, a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Nyári akció! Egész nyáron akár 25% kedvezménnyel! [utalva a nyári ételeket ismertető oldalra]
- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek oldalain körbe:  
last minute akár –30%
- a nyári ételek körül:  
Nyári akció!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
akció

### 32. heti étlap

- a nyári ételek, a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Nyári akció! Egész nyáron akár 25% kedvezménnyel! [utalva a nyári ételeket ismertető oldalakra]
- a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek oldalain körbe:  
last minute akár –30%
- a nyári ételek körül:  
Nyári akció!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
akció

### 33. heti étlap

- a nyári ételek, a fogyókúras étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:
  - Nyári akciók!
  - Akár –15% Most akciós áron vásárolhatja meg 17 saját fejlesztésű italunkat!
  - Akár -25%! [utalva a nyári ételeket ismertető oldalakra]
  - Akár -30% Gastroyal kúrák még mindig last minute akcióban!
- a fogyókúras étrendek és a saját márkás termékek oldalain körbe:
  - last minute akár –30%
- a nyári ételek körül:
  - Nyári akció!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:
  - akció

### 34. heti étlap

- a fogyókúras étrendek fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- a fogyókúras étrendek oldalain körbe:
  - last minute akár –30%

### 35. heti étlap

- a nyári ételek, a fogyókúras étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:
  - Továbbra is akciós áron kaphatóak nyári menüink, kúráink és saját termékeink!
- a fogyókúras étrendek és a saját márkás termékek oldalain körbe:
  - last minute akár –30%
- a nyári ételek körül:
  - Nyári akció!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:
  - akció

### 36. heti étlap

- a nyári ételek, a nem nyári ételek, a fogyókúras étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:
  - Őszi akció! Akár –25% árkedvezmény! Nálunk minden megrendelő az akciós (piros színű) áron rendelheti meg ételeinket a megszokott mennyiségben és minőségben! Hiába növekednek az árak, pl.: ÁFA, üzemanyag, élelmiszer-alapanyag, közművek stb. (lásd fekete színű ár)! Továbbra is akciós áron kaphatóak nyári menüink, kúráink és saját termékeink!
- a fogyókúras étrendek és a saját márkás termékek oldalain körbe:
  - last minute akár –30%
- a nyári ételek körül:
  - Nyári akció!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:
  - akció (itt is áthúzott fekete magasabb ár és piros ár szerepelt)

### 37. heti étlap

- a nem nyári ételek, a fogyókúra étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Őszi akció! Akár –25% árkedvezmény! Figyelem! A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű „AKCIÓS” áron rendelhet!
- a páros oldalakon:  
Figyelem! A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű „AKCIÓS” áron rendelhet!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
akció (itt is áthúzott fekete magasabb ár és piros ár szerepelt)

### 38. heti étlap

- a nem nyári ételek, a fogyókúra étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel volt jelölve
- első oldalon:  
Árkedvezmény! Akár –45% minden megrendelőnek, aki Ticket restaurant utalvánnyal fizet! „Szinte féláron ehet!” A részleteket keresse a hátoldalon!
- hátoldalon:  

Őszi Akció!		Az akciók akciója!		árkedvezmény akár
akár –25%	+	további –20%	=	–45%
árkedvezmény!		árkedvezmény!		„Szinte féláron
Figyelem!		Minden		ehet!”
A fekete színnel		megrendelőnk, aki		
jelzett (az elmúlt		Ticket Restaurant		
időszak áremelő		utalvánnyal fizeti		
hatásai miatt pl:		ki rendelését, a		
üzemanyag,		piros színű árból		
élelmiszer-		további 20%		
alapanyagok, Áfa,		kedvezményt kap!		
közmű) reális piaci				
ár helyett minden				
megrendelőnk				
étlapunkról a piros				
színű „AKCIÓS”				
áron rendelhet!				
- páros oldalakon:  
Figyelem! A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű „AKCIÓS” áron rendelhet!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
akció [itt is áthúzott fekete magasabb ár és piros ár szerepelt]

### 39. heti étlap

- a nem nyári ételek, a fogyókúra étrendek és a saját márkás termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon:  
Árkedvezmény! Akár –45% minden megrendelőnek, aki Ticket restaurant utalvánnyal fizet! „Szinte féláron ehet!”

- páros oldalakon:  
Figyelem! A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű „AKCIÓS” áron rendelhet!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
akció [itt is áthúzott fekete magasabb ár és piros ár szerepelt]

#### 40. heti étlap

- a termékek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt
- első oldalon és a páros oldalakon:  
Minden ételünket és italunkat ez év végéig továbbra is akciós áron rendelhetik meg ügyfeleink!
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
akció [itt is áthúzott fekete magasabb ár és piros ár szerepelt]

#### 41. heti étlap

- páros oldalakon:  
Minden ételünket és italunkat ez év végéig továbbra is akciós áron rendelhetik meg ügyfeleink!
- a termékek esetén (az alábbi kivételekkel) nem kerül feltüntetésre fekete színnel, áthúzással az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, ugyanakkor a nem bevezető áron kínált termékek esetében szerepeltetésre került a következő:  
akciós ár
- a háromszög szendvicsek, a bagettek, a tortillák és a piták esetében fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel volt jelölve
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
„akció”, illetve „akciós ár”

#### 42. heti étlap

- a termékek esetén (az alábbi kivételekkel) nem kerül feltüntetésre fekete színnel, áthúzással az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, ugyanakkor a termékek mellett szerepeltetésre került a következő:  
akciós ár
- a háromszög szendvicsek, a bagettek, a tortillák és a piták esetében fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel volt jelölve
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
„akció”, illetve „akciós ár”

#### 43. heti étlap

- a termékek esetén nem kerül feltüntetésre fekete színnel, áthúzással az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, ugyanakkor a termékek mellett szerepeltetésre került a következő:  
akciós ár
- a nyugdíjas (zóna) menü mellett:  
„akció”, illetve „akciós ár”

7. Az étlapok az eljárás alá vont egyes termékkategóriái vonatkozásában az alábbi tájékoztatásokat nyújtották:

*Saját márkás termékek*

8. Az eljárás alá vont a saját márkás termékeit (üdítők, gyümölcslevek, túrórúd, ásványvíz) oly módon kínálta kedvezményes áron, hogy

- 2009. június 15. (25. hét) és 2009. október 4. (40. hét) között (a 34. hét kivételével) a heti étlapokon fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt,
- 2009. október 5-től (a 41-43. héten) csak a saját márkás termékek ténylegesen alkalmazott ára került a heti étlapokon feltüntetése, „akciós ár” megjelöléssel.

9. Az eljárás alá vont adatszolgáltatásból ismert, hogy a saját márkás ételek árai miként alakultak 2009-ben a 22. és a 36. hét között (Vj-133-006/2009. 3. számú melléklet), azaz a magasabb és az alacsonyabb árat egyaránt szerepeltető kommunikációs eszközök alkalmazásának időszakában (25-36. hét) és azt megelőzően.

10. A saját márkás termékek egy része esetén a kereskedelmi kommunikációkban szereplő magasabb árat az eljárás alá vont korábban valóban alkalmazta, ugyanakkor a 25. héttől folyamatosan a kedvezményes árat érvényesítette:

<b>Az akció előtt legalább három hétig alkalmazta</b>	<b>Az akció előtt legalább két hétig alkalmazta</b>	<b>Az akció előtt legalább egy hétig alkalmazta</b>
fehér tea fittea Vitafriss narancs Vitafriss Grapefruit Vitafriss alma-sárgarépa	málnalé CellStop lúgosító víz	immunerősítő tea súlycsökkentő tea limonádé limonádé light

11. A saját márkás termékek egy része esetén a kereskedelmi kommunikációkban szereplő magasabb árat az eljárás alá vont korábban árusította, de nem a 25. héttől alkalmazott kereskedelmi kommunikációkban feltüntetett (magasabb) áron:

<b>Termék</b>	<b>Akció előtt alkalmazott ár</b>	<b>Akció során a kereskedelmi kommunikációkban feltüntetett magasabb ár</b>
túrórúd light	74 Ft	79 Ft
ásványvíz (V1)	59 Ft	69 Ft
ásványvíz (V2)	59 Ft	69 Ft

12. A saját márkás termékek másik része esetén a kereskedelmi kommunikációkban szereplő magasabb árat az eljárás alá vont korábban nem alkalmazta, s a 25. héttől (a stresszoldó tea esetében a 26. héttől) folyamatosan a kedvezményes árat érvényesítette:

- Himalája tea
- meggyes joghurt
- kefir
- stresszoldó tea



## Ún. „nyári ételek”

13. Az eljárás alá vont 2009. július 20-tól (30. hét) az ún. „nyári ételeket” kedvezményes áron kínálta. A 30-36. héten (a 2009. augusztus 20-át is magában foglaló 34. hét kivételével, amely nem tartozott az akciós időszakba) az egyes akciós árú ételeknél két árat tüntetett fel: egy magasabb, fekete színnel, áthúzással jelölt árat, és a ténylegesen alkalmazott, alacsonyabb árat, amely piros színű volt.

14. Az eljárás alá vont adatszolgáltatásból ismert, hogy az ún. nyári ételek árai miként alakultak 2009-ben a 20. és a 36. hét között (Vj-133-006/2009. 2. számú melléklet), azaz a magasabb és az alacsonyabb árat egyaránt szerepeltető kommunikációs eszközök alkalmazásának időszakában (30-36. hét) és azt megelőzően. Az adatokból megállapíthatóan egyetlen egy esetben sem fordult elő, hogy a feltüntetett magasabb ár korábban ténylegesen alkalmazásra került volna.

15. Semmilyen magasabb ár nem került alkalmazásra a következő ételek esetében:

baconös lecsó	rántott sajt, cézár saláta
baracklekváros gombóc, fahéjas porcukor	rántott sajt, görög saláta
bécsi szelet, franciasaláta	rántott szelet, cézár saláta
cézár saláta	rántott tonhal, dressinges zöldsaláta
Cordon Bleu, cézár saláta	rántott tonhal, joghurtos primőr vegyes saláta
dressinges zöldsaláta	ratatouile – francia lecsó
édes-savanyú csirkenyársak, jázminrizs	rizses lecsó kolbásszal
franciasaláta	sajttal töltött sertésszelet, cézár saláta
görög saláta	sajttal töltött sertésszelet, dressinges zöldsaláta
idei parajfőzelék, bundás zsemle	sajttal töltött sertésszelet, sopszka zöldsaláta
igazi magyaros lecsó	Sebestyén B. kedvence: cukkinis lecsó
joghurtos primőr vegyes saláta	sopszka saláta
kerti salátafőzelék, vagdalt	sóskafőzelék, tükörtojás (2 db), főtt burgonya
kun lecsó	Stahl Judit padlizsános lecsója
lecsós galuska füstölt tarjával	szerb lecsó
lecsós tarhonya debrecenivel	tejszínes újbungonya főzelék, natúr szelet
mézes csirkemell, gyümölcsmártás, újbungonya	tejfölös tökfőzelék, bélszínroló
mozzarella paradicsomsaláta	tejfölös tökfőzelék, natúr szelet
nyári kelkáposztafőzelék, csirkebarassói	tejfölös tökfőzelék, sült csirke
nyári tejfölös zöldbabfőzelék, bélszínroló	tojásos lecsó
párizsi szelet, dressinges zöldsaláta	törzsvendég saláta, libamájjal
párizsi szelet, joghurtos primőr vegyes saláta	tzatziki saláta
párizsi szelet, mozzarella paradicsomsaláta	virslis tojásos lecsó
párizsi szelet, sopszka saláta	zöldborsó főzelék, natúr szelet
párolt csirkemell, meggy mártás, újbungonya	zsenge zöldborsófőzelék, natúr szelet
rakott camambert, jázminrizs, áfonyamártás	zsenge zöldborsófőzelék, sült csirkecomb sült
rántott csirkecomb, tzatziki mártás	csirkecomb
rántott csirkemell, meggy mártás, burgonyapüré	zsenge zöldborsófőzelék, sült csirkecomb, vagdalt
rántott patisszon, törzsvendég saláta libamájjal	

16. Az adott időszakban több étel nem egyetlen egy alkalommal szerepelt a magasabb és az alacsonyabb ár feltüntetetésével. Ezekben az esetekben az eljárás alá vont mellőzte annak figyelembe vételét, hogy a korábban a ténylegesen fizetendő ár az akciós alacsonyabb árral volt azonos:

baconös lecsó	rántott sajt, cézár saláta
cézársaláta	rántott sajt, görög saláta
dressinges zöldsaláta	rántott szelet, cézár saláta
édes-savanyú csirkenyársak, jázminrizs	rántott tonhal, joghurtos primőr vegyes saláta
görög saláta	ratatouile – francia lecsó
igazi magyaros lecsó	rizses lecsó kolbásszal
joghurtos primőr vegyes saláta	Sebestyén B. kedvence: cukkinis lecsó
kun lecsó	sopszka saláta
lecsós galuska füstölt tarjával	Stahl Judit padlizsános lecsója
lecsós tarhonya debrecenivel	tejszínes újbungonya főzelék, natúr szelet
mézes csirkemell, gyümölcsmártás, újbungonya	tejfölös tökfőzelék, bélszínroló

mozzarella paradicsomsaláta  
nyári tejfölös zöldbabfőzelék, bélszínroló  
nyári tejfölös zöldbabfőzelék, rántott szelet  
párizsi szelet, mozzarella paradicsomsaláta  
rántott csirkecomb, tzatziki mártás  
rántott csirkemell, meggymártás, burgonyapüré  
rántott patisszon, törzsvendégsaláta libamájjal

tejfölös tökfőzelék, sült csirke  
tojásos lecsó  
törzsvendég saláta, libamájjal  
tzatziki saláta  
zöldborsó főzelék, natúr szelet  
zsenge zöldborsófőzelék, natúr szelet

17. Az eljárás alá vont egyes ételek esetén adatszolgáltatásában feltüntetett olyan egy árat, amely az eljárás alá vont előadása szerint megközelítőleg azonos az adott étellel.

baracklekváros gombóc, fahéjas porcukor  
Cordon Bleu, cézár saláta  
idei parajfőzelék, bundás zsemle  
nyári kelkáposztafőzelék, csirkebarassói  
nyári tejfölös zöldbabfőzelék, rántott szelet  
párizsi szelet, dressinges zöldsaláta

párizsi szelet, sopszka saláta  
rántott sajt, görög saláta  
sajttal töltött sertésszelet, dressinges zöldsaláta  
tejszínes újbungonya főzelék, natúr szelet  
tejfölös tökfőzelék, bélszínroló  
zöldborsó főzelék, natúr szelet

18. Egyes ételeket már korábban is árusított az eljárás alá vont, ugyanakkor a kereskedelmi kommunikációban feltüntetett magasabb árnál ténylegesen alacsonyabb volt a fogyasztók által fizetendő ár:

csirkemell gyros, gombás-patisszonos sült burgonya  
heck (paprikás lisztben), hasáburgonya  
húsgombóc, paradicsomszósz, újbungonya  
idei paradicsomos káposztafőzelék, párolt csirkemell  
natúr szelet, ribizlimártás, újbungonya  
őszibarackos pulykamelltokány, jázminrizs  
párolt csirkemell csíkok, grillezett zöldségek sajttal

rakott cukkini  
rakott padlizsán  
rántott csirkemell, görög saláta  
rántott patisszon, jázminrizs  
tepsis cukkini (füstölt tarja, sajt, szerezsendió)  
töltött karalábé

*Ún. „nem nyári ételek”*

19. Az eljárás alá vont 2009. augusztus 31-től (36. hét) az ún. „nem nyári ételeket” is kedvezményes áron kínálta. Az egyes akciós árú ételeknél

- a 36-40. héten két árat tüntetett fel: egy magasabb, fekete színnel, áthúzással jelölt árat, és a ténylegesen alkalmazott, alacsonyabb árat, amely piros színű volt, azzal, hogy
  - a 36. héten megjelent az a tájékoztatás, hogy minden megrendelő az akciós (piros színű) áron rendelheti meg az ételeket, hiába növekednek az árak, pl. ÁFA, üzemanyag, élelmiszer-alapanyag, közművek stb. (lásd fekete színű ár),
  - a 37-39. héten megjelent az a tájékoztatás, hogy a fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl. üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelő a piros színű akciós áron rendelhet,
  - a 40. héten az étlap első oldalán és további oldalain általános közlésként megjelent az a tájékoztatás, hogy minden ételt és italt akciós áron lehet megrendelni,
- a 41-43. héten az árak mellett az „akciós ár” állítás szerepelt, illetve a 41. héten az étlap minden páros oldalán általános közlésként szerepelt az a tájékoztatás is, hogy minden ételt és italt akciós áron lehet megrendelni.

20. A heti étlapokon szereplő egyes ételek négyhetente ismétlődtek. A 36. hét ételei azonosak a 32. hét ételeivel, így az akciós ételárak összevetése négyhetes ciklusban lehetséges.

Az eljárás alá vont adatszolgáltatásából (Vj-133-006/2009. 1. számú melléklet) ismertek a „nem nyári” ételek árai a 32. héten (2009. augusztus 3-9.) és a 36. héten (2009. augusztus 31. - szeptember 6.). A „nem nyári” ételek a 32. héten még nem voltak akciósak, csak a 36. héten.

Az adatokból megállapíthatóan a 32. és a 36. héten a fogyasztók ugyanazt az árat fizették az ételekért.

### Fogyasztó étrendek

21. Az eljárás alá vont több ún. fogyasztó étrendet kínál a fogyasztóknak (pl. 90 napos diéta, For men étrend, Káposztaleves kúra).

22. Az eljárás alá vont fogyasztó étrendjeit oly módon kínálta kedvezményes áron, hogy

- 2009. június 15. (25. hét) és 2009. október 4. (40. hét) között a heti étlapokon fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel volt jelölve,
- 2009. október 5-től (a 41-43. héten) csak a ténylegesen alkalmazott ár került a heti étlapokon feltüntetésére, „akciós ár” megjelöléssel, illetve
- a 40-41. héten megjelent az a tájékoztatás, hogy minden ételt és italt akciós áron lehet megrendelni.

23. Az eljárás alá vont heti étlapjaiból megállapíthatóan a fogyasztó étrendek árai az alábbiak szerint alakultak:

Fogyasztó étrend neve	Bevezetés időpontja	Alkalmazott ár	Akciós ár mellett feltüntetett ár a 25. héttől, 2009. június 15-től
<b>90 napos étrend</b>	2009. 02.16.	9990 Ft/7 nap 2009. április 27-től 8590 Ft/6 nap 2009. június 1-től 8900 Ft/6 nap 2009. június 8-tól 9990 Ft/7 nap	1600 Ft helyett 1400 Ft
<b>For men étrend</b>	2009. 04.06.	Bevezető ár 1400 Ft	1400 Ft helyett 1250 Ft
<b>Káposztaleves kúra</b>	2009.02.16.	9990 Ft/7 nap 2009. április 13-től 8590 Ft/7 nap 2009. április 20-tól 9990 Ft/7 nap 2009. április 27-től 8590 Ft/6 nap 2009. május 4-től 9990 Ft/7 nap 2009. május 25-től 990 Ft-1590 Ft/nap	990-1590 Ft/nap helyett 800-1300 Ft/nap
<b>Szénhidrátszegény étrend</b>	2009.02.16.	1490 Ft/nap 2009. április 20-tól 1500 Ft/nap	1500 Ft helyett 1200 Ft
<b>Színes leves kúra</b>	2009.04.20.	990 Ft/nap	990 Ft helyett 900 Ft
<b>Turbó fogyókúra</b>	2009.03.16.	1500 Ft 2009. április 20-tól 1100 Ft	1100 Ft helyett 990 Ft 2009. augusztus 31-től (36.-40. héten) 1200 Ft az alapár
<b>Update 1 napi étrend</b>	nincs adat, 2009. március 2-án már forgalomban volt	1590 Ft 2009. április 20-tól 1600 Ft	1600 Ft helyett 1500 Ft
<b>Cellstop</b>	2009. június 8.	1490 Ft	1490 Ft helyett 1300 Ft
<b>Súlystop</b>	2009. június 15.	-	Azonnal: 1200 helyett 990 Ft
<b>Kalóriafaló</b>	2009. június 15.	-	Azonnal: 1500 Ft helyett 1300 Ft
<b>Méregtelenítő</b>	2009. június 15.t	-	Azonnal: 1990 Ft helyett 1700 Ft
<b>Zsíregető</b>	2009. június 15.	-	Azonnal: 2200 Ft helyett 1900 Ft

## Ún. nyugdíjas menü

24. Az ún. nyugdíjas (zóna) menü esetében

- a 30-33. és 35. heti étlapban az „akciós kifejezés került szerepeltetésre,
- a 36-40. héten az „akciós” kifejezésen túl az 549 Ft-os ár mellett megjelent egy magasabb, fekete színnel, áthúzással jelölt ár is,
- a 41-43. heti étlapban az „akció” és az „akciós ár” kifejezés szerepelt.

25. A nyugdíjas menü ára 2009. június 15-től (25. hét) folyamatosan 549 Ft volt.

## Saját honlap

26. Az eljárás alá vont a [www.gastroyal.hu](http://www.gastroyal.hu) honlapján

- 2009 júliusában és augusztusában a következőket közölte:  
„Nyári akció! Akár 25 % kedvezmény Friss nyári ízek, szezonális különlegességek”
- 2009 szeptemberében a következőket közölte:  
„Őszi akció! Figyelem! A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett, minden megrendelőnk étlapukról a piros színű, 'Akciós' áron rendelhet! Akár -25 % kedvezmény!”

27. A heti étlapok a saját honlapra is feltöltésre kerültek, így az ott rögzítettek a saját honlap esetében is irányadóak.

## Nyomatott sajtóban megjelent reklámok

28. Az eljárás alá vont 2009 augusztusában és szeptemberében több kiadványban jelentett meg reklámokat,

- 2009 augusztusában a Blikk Nők Konyha és a Burda című lapokban, valamint a Tesco utazási magazinban az alábbiakat közölte:  
„Nyári akció! Akár 25% kedvezmény! Egész nyáron! Növekvő hőmérséklet, növekvő kedvezmények a Gastroyalnál! Friss nyári ízek, szezonális különlegességek,”
- 2009 szeptemberében a Blikk Nők Romantika, a Blikk Nők, a Blikk Nők Konyha és a Burda című lapokban, valamint a Tesco utazási magazinban az alábbiakat közölte:  
„Őszi akció! Akár 25% kedvezmény! Egész ősszel! További információk a mindenkori étlapunkban!”

## Autós matrica

29. 2009 augusztusában és szeptemberében az eljárás alá vont több száz szállító autón tette közzé a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokban is közzétett tájékoztatásokat:

„Nyári akció! Akár 25% kedvezmény! Egész nyáron! Növekvő hőmérséklet, növekvő kedvezmények a Gastroyalnál! Friss nyári ízek, szezonális különlegességek.”

„Őszi akció! Akár 25% kedvezmény! Egész ősszel! További információk a mindenkori étlapunkban!”

## DM-levél

30. 2009 augusztusában és szeptemberében az eljárás alá vont az országszerte alkalmazott DM-levelekben a következőket közölte:

„Nyári akció! Akár 25% kedvezmény! Egész nyáron! Növekvő hőmérséklet, növekvő kedvezmények a Gastroyalnál! Friss nyári ízek, szezonális különlegességek.”

„Őszi akció! –25% árkedvezmény! Figyelem! A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett, minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű 'Akciónk' áron rendelhet! Akciónk várhatóan ez év végéig tart!”

## Beltéri kommunikációs eszközök (attrap)

31. 2009 augusztusában és szeptemberében az eljárás alá vont országosan 200 „nagy attrapot” és 228 „kis attrapot” (beltéri kommunikációs eszközt) alkalmazott a Tesco és KIKÁ áruházakban, illetve a Match és Profi üzletekben:

- a „nagy attrap” az alábbiakat közölte:  
„Nyári akció! Akár 25% kedvezmény! Egész nyáron! Növekvő hőmérséklet, növekvő kedvezmények a Gastroyalnál! Friss nyári ízek, szezonális különlegességek.”
- a „kis attrap” az alábbiakat közölte:  
„Nyári akció! Egész nyáron! Akciónk nyári étlap Növekvő hőmérséklet, növekvő kedvezmények a Gastroyal-nál! Most akár 25 % kedvezmény! Friss nyári ízek szezonális különlegességek.”

## Internetes banner

32. Az eljárás alá vont 2009 augusztusában több honlapon jelentetett meg internetes banner-t ([www.elhizas.lap.hu](http://www.elhizas.lap.hu); [www.wellness.lap.hu](http://www.wellness.lap.hu); [www.fogyokura.lap.hu](http://www.fogyokura.lap.hu); [www.dieta.lap.hu](http://www.dieta.lap.hu); [www.noklapjacafe.hu](http://www.noklapjacafe.hu); [www.wellnesscafe.hu](http://www.wellnesscafe.hu); [www.storyonline.hu](http://www.storyonline.hu); [www.tv24.hu](http://www.tv24.hu); [www.index.hu](http://www.index.hu); [www.nana.hu](http://www.nana.hu); [www.mindmegette.hu](http://www.mindmegette.hu); [www.astronet.hu](http://www.astronet.hu); [www.vital.hu](http://www.vital.hu); [www.eletforma.hu](http://www.eletforma.hu); [www.csaladinet.hu](http://www.csaladinet.hu); [www.baratikor.hu](http://www.baratikor.hu)), az alábbi szöveggel:

„Nyári akció! Akár 25% kedvezmény! Egész nyáron!”

## III.

### Az eljárás alá vont előadása

33. Az eljárás alá vont előadta,

- sérelmes, hogy vele, egy kezdő vállalkozással szemben több eljárást is indított a Gazdasági Versenyhivatal, közel ugyanazon féléves periódus reklámtevékenységével kapcsolatban (2009 tavasza, majd 2009 nyara). Ebben az időszakban egy kezdő vállalkozás piaci érvényesülési törekvése során alkalmazott reklámtevékenységének esetlegesen felmerülő hasonló problémái szolgáltak alapul a Gazdasági Versenyhivatal eljárásainak megindításához. A közel azonos időszakra vonatkozó különböző, ám egymással szoros kapcsolatban álló reklámtevékenységek, külön eljárásokban való, elkülönült vizsgálata, több oldalról is jelentős joghátrányt okoz számára: egyrészt az adatszolgáltatást többszörösen kell benyújtania a Gazdasági Versenyhivatal felé, másrészt egy induló vállalkozás „gyermekbetegsége” többször kerül elbírálásra a

Gazdasági Versenyhivatal által, harmadrészt pedig az esetleges bírság kiszabásánál jelentőséggel bír, hogy egy vállalkozással szemben több esetben kerül-e bírság kiszabásra, vagy pedig az egymással összefüggő magatartások egyetlen egy eljárásban kerülnek értékelésre, s egy bírságot állapít meg a Versenytanács (azzal, hogy megítélése szerint az eljárás alá vont visszaesőnek nem tekinthető, hiszen a visszaesés kategóriáját időtávlatok között kell elbírálni, itt pedig egy induló vállalkozás első évében tanúsított magatartásáról van szó, úgy a Vj-89/2009. számú, mint a jelen eljárás esetében). Meg kellene vizsgálnia a Gazdasági Versenyhivatalnak, milyen lehetőség lenne ezen ügyeket összevonni, egyesíteni,

- az étlapokon nem tett határozott ígéretet árcsökkentésre, ha ilyen tartalmú ígéretet fogalmaz meg, akkor szerepelteti az „akár” szót, amely a fogyasztók felé egyértelmű jelentéssel bír,
- az étlapokon, szórólapokon és reklámjainkban használt „akció” szót nem mindig és kizárólag abban az értelemben használta, hogy azzal a fogyasztó pénzt takaríthat meg. Az „akciós ár” kifejezés nem azonosítható az árkedvezménnyel, nem tekinthetők szinonim fogalmaknak. Az „akció” szónak nem is kizárólag a pénz megtakarítás a hétköznapi jelentése, hanem valamilyen eseményre való figyelemfelkeltést szolgál. A köztudatban is ilyen figyelemfelhívásként él a szó. Akció lehet valamely a termék vásárlása esetén bármilyen juttatás, ajándék, kupon juttatása is a fogyasztók számára. Jelen esetben is ez történt, sokszor azért jelenítette meg az „akció” vagy „akciós ár” szót, hogy azzal nem feltétlenül pénzt spórolhat a vásárló, hanem más kedvezményhez juthat,
- az „akció” felirat használatával nem sugallt fiktív vagy túlzott megtakarítási lehetőséget, az árakat mindig a költségekre alapozta és a versenytársi árak figyelembevételével határozta meg. Az áthúzott áraknál mindig csak az „akció” vagy „akciós ár” feliratot tüntette fel, azt, hogy „korábbi ár”, sosem,
- a 30-36. heti étlapok kapcsán kiemelendő, a fekete színnel jelölt és áthúzott árak részben korábban ténylegesen alkalmazott árak voltak, amelyet heti étlapok igazolnak. a 20-29. heti étlapokból látható, hogy korábban valóban alkalmazta, vagy szinte ugyanazt alkalmazta árként, mint a 30-36. heti étlapon. Az összevetés során ugyan előfordul, hogy részben a ténylegesen korábban alkalmazott árakhoz képest legfeljebb néhány forint eltérés adódik a fekete színnel jelölt és áthúzott árhoz képest, amely feltehetőleg az árképzés során figyelembe vett költség tényezőzők változásán alapul, azonban ezt visszakeresni már nincs lehetősége. Mivel az étlapok hetente változnak, különböző termékeket készítenek, módosítják, fejlesztik a receptúrát, így a módosítások eredményeként a termékek ára is módosulhat, bár elnevezése ugyanaz marad. a nem teljesen azonos, de jelentősen hasonló termékek esetében az új termék költségalapon kalkulált árát tüntette fel fekete színnel, áthúzással. Az esetleges kisebb eltérések nem befolyásolták a fogyasztók döntését,
- a 37-39. héten
  - a korábbi árak, illetve a feltüntetett „reális” árak valóságát nyilatkozatával, valamint az ételek, italok árkalkulációit tételesen bemutatva megfelelően igazolta,
  - amint arra a Versenytanács a Vj-100/2008. számú ügyben hozott határozatában kiemelte, az árak áthúzásával megadott kedvezmények jelentőségét az adja a fogyasztó számára, hogy a kereskedelmi forgalomban jellemző fogyasztói ára helyett valamely megtakarítással érheti el a terméket. Ilyen esetben a feltüntetett kedvezmény nem sugallhat fiktív vagy túlzott megtakarítási lehetőséget,
  - mind az étlapokon, mind az interneten jelölte, hogy a fekete áthúzott árak a „reális árak”, melyek az elmúlt időszak áremelkedéseire figyelemmel került meghatározásra, melyet részletezett is a fogyasztóknak. Az akciók ezzel a

„reális árral” szemben jelentkeztek, nem utalt arra, hogy korábbi árakhoz képest valósul még az akció,

- az eladási árát nem tisztességtelenül határozta meg, azokat költségeire és a versenytársak piaci magatartására alapozta. A fekete színnel jelölt áthúzott árak sok esetben korábban alkalmazott árak voltak, illetve a többi esetben a reális piaci árat tükrözték, amelyek valódiságát árkalkulációkkal és számlákkal bizonyította, továbbá az adott ételek adagra lebontott alapanyag-szükségletét is bemutatta. Költségorientált árképzéssel kalkulálta ki a fekete színnel jelölt árakat. Az indokolt haszonkulcs mellett az árképzést más tényezők is befolyásolják. A tervezett költségek mellett figyelemmel van a piaci mozgásokra, a kereslet-kínálat viszonyára, a konkurencia lépéseire, és az egyes termékek költségviselő képességére is. Ezen szempontok alapján módosítja a költségalapon kalkulált árakat, árkövető politikát folytatva, hiszen a versenytársak magatartása is befolyásolja az árképzését. A 37-39. héten fekete színnel jelölt árak a költségalapú, módosító tényezőket is figyelembe vett kalkulált, illetve becsült, haszonkulcsot tartalmazó árak voltak, amelyek „reálisak” voltak. Ezzel összefüggésben becsatolta a versenytársak heti étlapjait is, az azokban foglalt árakra tekintettel megalapozottnak látja, hogy az általa megjelölt árak „reálisak” voltak,
- a megrendelők gazdasági döntéseit nem befolyásolta indokolatlan előny megszerzése érdekében, mert nem tett szert tisztességtelen haszonra. Kedvezmények nyújtásával sem szerzett indokolatlan előnyt. Az áruk árát a valóságnak megfelelően tette közzé, s az árak feltüntetésének módjával sem befolyásolta tisztességtelenül a fogyasztó döntését, mert az átlagosan tájékozott fogyasztó is meg tudja ítélni, hogy az általa meghatározott (akár akció) árak a piacon nem tekinthetők sem eltúlzottan alacsonynak, sem magasnak. Versenytársai a hasonló termékeket drágábban is, olcsóbban is kínálják,
- egy átlagosan körültekintő és tájékozott fogyasztónak volt lehetősége megismerni részletesen, mire is terjed ki az akció, milyen kedvezmények, ajándékok érhetőek el, s így valóban a piaci és versenytársi áraknál kedvezőbben vásárolhatta még termékeit,
- amint azt a Gazdasági Versenyhivatal is elismeri vizsgálati jelentésében, a piacon lévő árak nehezen hasonlíthatók össze. Az étel-házhozszállítás terén az árak mellett jelentős szempont a megrendelő számára a minőség és a megbízhatóság, a termékválaszték,
- reális volt a reklámokban szerepeltetett bázisszám, az áthúzottan feltüntetett ár. A piacot vizsgálva egyértelmű, hogy reális, közgazdaságilag alátámasztható ár volt ez a feltüntetett, áthúzott ár, amely által reális képet kapott a fogyasztó a vele szemben érvényesíthető árról. Nem az a fontos, hogy korábban mennyiért adta az adott terméket a fogyasztók számára, hanem hogy mástól mennyiért juthatna hozzá a fogyasztó, ez pedig megjelent a fekete áras kategóriában. Ez a egy figyelemfelhívó, a fogyasztó részére informáló tartalommal bíró reklámnak tekintendő,
- nem tévesztette meg a fogyasztókat a közzétett kijelentésekkel, árakkal, akciókkal, mert az átlagosan tájékozott fogyasztó számára is érhetően, világosan tette közzé fizetési feltételeit, ajánlatait, kedvezményeit. A heti étlapokon nem volt olyan felirat, hogy „korábbi ár”, ezért a fogyasztók ugyanolyan valószínűséggel gondolhatták, hogy vagy korábbi ár, vagy reális piaci ár az áthúzott. Mindezen körülmények egyértelművé tette, és a fogyasztók tájékoztatása érdekében több heti étlapon is felhívta a figyelmet arra, hogy mit takar az akció, tehát a fekete színnel jelölt árak a reális árak, a piros színnel jelzettek az akciósak. Ezen figyelmeztetés a honlapon is

olvasható volt a 37-39. héten. A fogyasztók tájékoztatása tehát megtörtént, sem fiktív, sem túlzott megtakarítás lehetőségét nem sugallta számukra, ezért tisztességtelen piaci magatartást nem valósított meg,

- az étlapok mindvégig, szinte minden oldalon tartalmaztak figyelemfelhívást, miszerint az étlapon szereplő, „fekete színnel jelzett” árak az elmúlt időszak áremelkedéseire figyelemmel a reális piaci árként kerültek feltüntetésre, s ezáltal a fogyasztók számára egyértelművé tette, hogy ezen időszakban a fekete színnel jelölt ár nem az eredeti, általa ténylegesen, korábban alkalmazott ár volt. Így az összehasonlításban a fogyasztót a szükséges információval ellátta. Ez a gyakorlat nem terjedt ki az italokra és a fogyókúrás menükre, amelyek esetében a fekete színnel árhúzott ár korábban ténylegesen alkalmazott ár volt,
- a heti étlap honlapon elérhető változatához kapcsolódóan bannerként helyezte el a heti étlap nyomtatott változatában szereplő figyelemfelhívást, azonban nem készült olyan mentés a honlapról, ami ezt utóbb alátámasztaná,
- a 40.-43. héten új figyelemfelhívás szerepelt a kommunikációjában, amely szerint a korábbi akció folytatódik. Ekkor már fekete színnel jelölt árak nem szerepeltek, csak piros színű akciós árak. A fogyasztók számára egyértelmű lehetett, hogy az előző hetek akciója („reális piaci ár helyett akciós ár”) folytatódik,
- 2009. július 20-tól (30. hét) 2009. augusztus 30-ig (35. hét) terjedő szezonális kínálatában ún. egyéb termékeit (italok) az általa korábban alkalmazott ár alatt kínálta, egyes esetekben 25%-kal olcsóbban. A heti étlapon található olyan termék, amelynél 25%-os mértékű árkedvezmény volt elérhető. Magatartása tehát nem sértette az Fttv.-t, amikor valósan állította, hogy akár 25% mértékű kedvezményt érhet el a megrendelő, amely egyes termékek, fizetési módok, illetve azok valamely kombinációja esetén biztosított eseti lehetőséget bármely megrendelőnek,
- megalapozott az „akár 25%-os kedvezménnyel” állítás, ez a Drogerie Markt kedvezményével tényleg megvalósult, mivel ebben az esetben „az akár 25%-os engedmény” fixen, minden egyéb árképzéstől függetlenül elérhető volt a fogyasztók számára. A Drogerie Markt által kibocsátott kupon füzetben található dm-kupon beváltója részére a mindenkori étlapon szereplő ételekből 1 fő részére 5 napra, 3 fogásos menü összeállítás esetén, fixen 25 %-os árengedményt biztosított. Az „akár” szó használatával a kijelentést úgy kell értelmezni (és egy átlagos fogyasztó úgy is értelmezi), hogy egy ilyen reklám esetében 0 és 25 % közötti kedvezmény érhető el a fogyasztók számára, annak saját döntése és választása alapján,
- a Ticket Restaurant utalvánnyal fizető ügyfeleknek 20%-os mértékű kedvezményt nyújtott az étlapon szereplő termékek árából, amely szintén megvalósítja az „akció”, „akciós ár” felhívásnak való megfelelést.

#### 34. Az eljárás alá vont kérte

- elsődlegesen az eljárás megszüntetését,
- másodlagosan – amennyiben a Versenytanács úgy ítéli meg, hogy jogsértő volt kereskedelmi gyakorlata – a bírság körében annak figyelembe vételét, hogy
  - az előzőekben kifejtettek szerint eljárásjogi problémák vethetők fel a párhuzamos eljárásokkal összefüggésben,
  - súlyos gazdasági helyzetben van, bármilyen összegű bírság egész jövőjét veszélyezteti, amelyre tekintettel az esetleges bírság kapcsán részletfizetés engedélyezését kérte.

Az eljárás során az eljárás alá vont kérte továbbá azon kötelezettségvállalásának elfogadását, hogy a versenyfelügyeleti eljárás egyidejű megszüntetésével a jövőben csakis olyan állítást,



jelölést alkalmaz az árak és a kedvezmények feltüntetése során, amelyből a fogyasztó kétséget kizáróan, egyértelműen tájékozódhat.

#### **IV. Jogi háttér**

35. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. 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 cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. 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.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy 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. A (2) bekezdés szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének c) pontja rögzíti, 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 ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.

Az Fttv. 14. §-a szerint a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

36. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. 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 veszélyeztettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## V.

### A Versenytanács döntése

37. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló kereskedelmi kommunikációja igaz és pontos legyen, ne legyen alkalmas téves képzet keltésére, fenntartására.

38. Az ár a fogyasztó számára a versenyző áruk közötti választás során az eligazodást jelentő legfontosabb mérce. A fogyasztók orientálódása során nemcsak adott áru tényleges fogyasztói ára, hanem a számukra biztosított megtakarítás mértéke – azaz valamely árkedvezmény léte – is jelentős befolyásoló tényező lehet.

39. A valamely vállalkozás által tartott, árkedvezményben megnyilvánuló akció, az erről informáló kereskedelmi kommunikáció esetében alapvető követelmény, hogy az ígért árkedvezmény valós legyen, a fogyasztó pontos képet tudjon alkotni az akció mibenlétéről. Az ígért árkedvezmény nem sugallhat fiktív [ténylegesen nem alkalmazott (fiktív) árhoz viszonyított] vagy túlzott (nem valós) megtakarítási lehetőségét.

Adott kereskedelmi gyakorlat jogsértő jellegét alapozhatja meg, ha az akciós árhoz képest megadott viszonyítási alaphoz nem lehet a tényleges kedvezményre pontosan következtetni.

40. Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

Az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó vonatkozásában a Versenytanács (figyelemmel a Vj-30/2007. szám alatt lefolytatott eljárás során hozott határozat felülvizsgálata során a Fővárosi Bíróság 2.K. 33.639/2007/9. számú, a Fővárosi Ítéletábla által helybenhagyott helybenhagyott ítéletére) kiemeli, a reklámok valóságtartalmában fenntartás nélkül megbízó fogyasztó racionális fogyasztónak minősül. Az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően - a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.

41. A Versenytanácsnak a jelen eljárásban – a vizsgálatot megindító, illetve kiterjesztő végzések által behatároltan – arra kellett választ adnia, hogy az eljárás alá vont megsértette-e vagy sem az Fttv. rendelkezéseit, amikor

- termékei „akciós” ára mellett feltüntette azok eredetileg alkalmazottnak tűnő árát fekete színnel, áthúzással jelölve,
- egyes termékei kapcsán az „akciós ár” és az „akciós” kifejezéseket tüntette fel a heti étlapjain.

#### **Az „eredeti ár” feltüntetése az „akciós” ár mellett**

42. Az árkedvezmény alapjául szolgáló magasabb ár közlése megvalósulhat

- összegszerű feltüntetésével (pl. 990 Ft), annak áthúzásával vagy áthúzás nélkül,
- a kedvezmény mértékének szerepeltetésével (pl. -25%), mivel ez is lehetővé teszi a fogyasztó számára a magasabb ár beazonosítását.

43. Az akciós ár és a nem akciós ár kereskedelmi kommunikációban történő szerepeltetése révén a fogyasztó tájékoztatást kap

- egyrészt az adott termékért az árkedvezmény nyújtásának (az akció) időtartama alatt és az ezen időtartamon kívül fizetendő árról,
- másrészt az adott termék akció időtartama alatt történő megvásárlásával a nem akciós árhoz képesti megtakarításról.

44. Az akciós és a nem akciós ár (áthúzással vagy más módon történő) megjelenítésével ígért elérhető kedvezmény alkalmas a fogyasztói döntési folyamat befolyásolására.

45. A kereskedelmi gyakorlat jogsértő vagy jogszerű jellege azon elv mentén ítéltető meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott kommunikációs eszköz tartalma alkalmas

lehet-e arra, hogy a fogyasztói döntési folyamatot megzavarja, torzítsa. A nem akciós árat is közlő kereskedelmi kommunikáció alkalmas lehet ilyen zavar kiváltására, ha például a kereskedelmi kommunikációban megjelenített nem akciós ár

- ténylegesen nem érvényesül vagy
- időszakonként érvényesül, de oly módon, hogy már nem az tekinthető jellemző, elsősorban érvényesített árnak, s így nem ad megfelelő képet a vásárlással elérhető kedvezmény mértékéről.

46. A jelen esetben az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának lényeges eleme volt, hogy heti étlapjain és internetes honlapján hangsúlyozta termékeinek, illetve egyes termék kategóriáknak a kedvezményes ár alkalmazásában megnyilvánuló akciós jellegét.

47. Az eljárás alá vont heti étlapjaiban és internetes honlapján fekete színnel, áthúzással jelölve szerepeltette azt az árat, amelyhez képest az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel volt jelölve

- a 25. héttől (2009. június 15.) a 29. hétig a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek,
- a 30-33. héten az ún. nyári ételek, a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek,
- a 34. héten a fogyókúrás étrendek,
- a 35. héten az ún. nyári ételek, a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek,
- a 36. héten az ún. nyári ételek, a fogyókúrás étrendek és a saját márkás termékek, valamint a nem nyári ételek,
- a 37-40. héten a fogyókúrás étrendek, a saját márkás termékek és a nem nyári ételek,
- a 41-42. héten a háromszög szendvicsek, a bagettek, a tortillák és a piták

esetében.

48. A magasabb nem akciós ár és a fogyasztók által fizetendő, alacsonyabb mértékű akciós ár közlése esetében is érvényesülést kíván az az elvárás, hogy az valós tényeken alapuljon, a kereskedelmi kommunikáció révén a fogyasztó reális képet kapjon az árkedvezményről. Az eljárás alá vont ennek a követelménynek nem tett eleget.

49. Az Fttv. szerinti jogi értékelés alapját az képezi, hogy a kereskedelmi gyakorlattal találkozó fogyasztók a kereskedelmi gyakorlat révén milyen információkhoz juthattak. A jelen esetben a fogyasztók számára egyértelmű üzenete volt az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának: az eljárás alá vonti termékeket az akció keretében kedvezőbb áron vásárolhatják meg, mint az akción kívül, s a két ár különbségével azonos megtakarítást eszközölhetnek a vásárlással. A kereskedelmi gyakorlat ezen üzenetéhez igazítottan alkalmazandó az Fttv. 14. §-a, amelynek értelmében a vállalkozás köteles igazolni a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát, s ha nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.

50. Az eljárás alá vontnak azt kellett volna bizonyítania, hogy termékeit a fogyasztók az akció keretében kedvezőbb („piros”) áron vásárolhatják meg, mint az akción kívül.

Az eljárás alá vont ezen bizonyítási kötelezettségének nem tett eleget, amely már önmagában megalapozza azt a megállapítást, hogy állítása nem felelt meg a valóságnak. Mindemellett ugyanakkor az ismert, hogy

- a saját márkás termékek egy része esetén a kereskedelmi kommunikációkban szereplő magasabb árat az eljárás alá vont korábban érvényesítette, de nem a 25. héttől (a 34. hét kivételével) alkalmazott kereskedelmi kommunikációkban feltüntetett (magasabb) áron (11. pont), s így nyilvánvaló, hogy a kereskedelmi kommunikációban tett állítás nem felelt meg a valóságnak,

- a saját márkás termékek egy másik része esetén a kereskedelmi kommunikációkban szereplő magasabb árat az eljárás alá vont korábban nem alkalmazta, s a 25. héttől (a stresszoldó tea esetében a 26. héttől) folyamatosan a kedvezményes árat érvényesítette (egyes esetekben a 34. hét kivételével) (12. pont),
- egyes saját márkás termékek esetén a kereskedelmi kommunikációkban szereplő magasabb árat az eljárás alá vont korábban valóban alkalmazta, ugyanakkor a 25. héttől folyamatosan a kedvezményes árat érvényesítette (egyes esetekben a 34. hét kivételével) (lásd a 10. pontot), amely azt eredményezte, hogy a folyamatosan alkalmazott ár minősült jellemző árnak. A Versenytanács aláhúzza, a folyamatosan, huzamosabb ideig alkalmazott akciós ár az áru jellemző árának minősülhet, amelyre egy újabb akció során szerepeltetni kívánt magasabb ár kapcsán tekintettel kell lennie a vállalkozásnak,
- az ún. nyári ételek esetében egyetlen egy termék kapcsán sem fordult elő, hogy a feltüntetett magasabb ár korábban ténylegesen alkalmazásra került volna. Egyes ún. nyári ételeket ugyan már korábban is árusított az eljárás alá vont, azonban ezt a vizsgált kereskedelmi kommunikációkban feltüntetett magasabb árnál ténylegesen alacsonyabb ár ellenében tette (18. pont),
- egyes ún. nyári ételek nem egyetlen egy alkalommal szerepeltek az étlapokban a magasabb és az alacsonyabb ár feltüntetetésével, azonban az eljárás alá vont ettől függetlenül egy korábban ténylegesen nem alkalmazott árat szerepeltetett a kereskedelmi kommunikációkban (16. pont),
- az ún. nem nyári ételek 32. és 36. héten alkalmazott árainak összevetéséből ismert, hogy miközben a 36. héten a „nem nyári” ételek mellett a ténylegesen alkalmazott ár mellett fekete színnel, áthúzással jelölve feltüntetésre került egy magasabb ár, a 32. és a 36. héten a fogyasztók által ténylegesen fizetendő ár ugyanaz volt, s így nem nyert bizonyítást, hogy a 36. héten szerepeltetett magasabb árak korábban alkalmazásra kerültek volna (20. pont),
- egyes fogyasztó étrendeket az eljárás alá vont a bevezetésüktől a kereskedelmi kommunikációkban jelzett akciós áron kezdett el forgalmazni, míg volt étrend, amelyet az akció előtt nem a kereskedelmi kommunikációkban jelzett magasabb áron, hanem annál alacsonyabb ellenérték fejében forgalmazta, így
  - a Súlystop, a Kalóriafaló, a Méregtelenítő és a Zsírégető fogyasztó étrendet bevezetésüktől az akcióssal azonos áron kezdte el forgalmazni az eljárás alá vont, a fekete színnel, áthúzással jelölt magasabb árat korábban nem alkalmazta (eltérően a For Men, a Szénhidrátszegény, a Színes leves és az Update 1 fogyasztó étrendektől, amelyek 2009. június 15. előtt huzamos időn keresztül az akciós ár mellett megadott, fekete színnel, áthúzással jelölt áron kerültek eladásra), az ezzel ellentétes közlések valótlannak minősülnek,
  - a Cellstop fogyasztó étrendet csak egy héttel az akció előtt, 2009. június 8-án vezette be az eljárás alá vont, azon az áron, ami egy héttel később az akciós ár mellett fekete színnel, áthúzással feltüntetésre került, majd ezt követően folyamatosan az akciós áron értékesítette az étrendet. Minderre tekintettel a kommunikációs eszköz alkalmas volt arra, hogy a fogyasztói döntési folyamatot megzavarja, torzítsa, nem reális képet adva az akciós árról,
  - a Turbó fogyókúra étrendet az akciós ár mellett megadott, fekete színnel, áthúzással jelölt 1100 Ft-os áron forgalmazta bevezetése óta az eljárás alá vont, azonban a 36-40. héten ezen ár helyett már 1200 Ft-ot tüntetett fel, ezáltal valótlannak tájékoztatást adva a fogyasztóknak,
- a 36. heti étlapon az ún. nyugdíjas (zóna) menü 549 Ft-os ára mellett feltüntetésre került egy magasabb, fekete színnel, áthúzással jelölt ár is, miközben a menü ára 2009. június 15-től (25. hét) folyamatosan azonos mértékű, 549 Ft volt,

- a 41. és a 42. heti étlapban a háromszög szendvicsek, a bagettek, a tortillák és a piták esetében fekete színnel, áthúzással szerepelt az az ár, amely amelyhez képest az eljárás alá vont az árkedvezményt nyújtotta, miközben nem ismert, hogy korábban az eljárás alá vont egyáltalán árusította volna ezeket a termékeket.

51. Az eljárás alá vont a Versenytanács a Vj-100/2008. számú ügyben hozott határozatára hivatkozva maga emelte ki, hogy az árak áthúzásával megadott kedvezmények jelentőségét az adja a fogyasztó számára, hogy a kereskedelmi forgalomban jellemző fogyasztói ára helyett valamely megtakarítással érheti el a terméket. Ilyen esetben a feltüntetett kedvezmény nem sugallhat fiktív vagy túlzott megtakarítási lehetőséget.

Az eljárás alá vont jelen eljárásban értékelt kereskedelmi gyakorlata azt eredményezte, hogy a fogyasztók nem kaptak reális képet a kedvezményes ár állítólagos érvényesítésében megnyilvánuló akcióról, a vásárlással elérhető kedvezmény mértékéről, az eljárás alá vont által sugallt megtakarítás fiktívnek minősül, s ezáltal a kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a fogyasztói döntési folyamatot megzavarására, torzítására, a fogyasztók megtévesztésére.

52. A kereskedelmi gyakorlat jogsértő jellegén az sem változtatott, hogy az eljárás alá vont a 36. heti étlapban közölte, „hiába növekednek az árak, pl.: ÁFA, üzemanyag, élelmiszer-alapanyag, közművek stb. (lásd fekete színű ár)! Továbbra is akciós áron kaphatóak nyári menüink, kúránk és saját termékeink!” A fogyasztó a kereskedelmi kommunikációt ezen közlés mellett is akként értelmezte, hogy az eljárás alá vonti termékeket az akció keretében kedvezőbb áron vásárolhatják meg, mint az akción kívül, s a két ár különbözetével azonos megtakarítást eszközölhetnek a vásárlással – az eljárás alá vont ugyanakkor az állítás valóságnak való megfelelését nem bizonyította.

53. A Versenytanács nem osztotta eljárás alá vontnak a „reális ár” kapcsán tett előadásait sem.

Nem változtatott a kereskedelmi gyakorlat jogsértő jellegén, hogy az eljárás alá vont a 37-39. heti étlapokban közölte, „a fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű 'AKCIÓS' áron rendelhet!” Ez a közlés nem módosított a kereskedelmi kommunikáció fentiekben jelzett üzenetén, a „reális ár”-ra történő utalás nem szüntette meg az árkedvezmény ígéretének fiktív jellegét.

Kiemelendő, hogy

- a jogi értékelés szempontjából nem bír kiemelkedő jelentőséggel, hogy valamely ár a vállalkozás ármegállapítási és -nyilvántartási rendszerében, illetve saját értékelése szerint akciós vagy nem akciós árnak, reális piaci árnak minősül-e. A jogi értékelés alapját az a kereskedelmi gyakorlat képezi, amelyet a vállalkozás a fogyasztók irányában ténylegesen kifejt, amellyel a fogyasztók találkoznak, s ahogy ők értelmezik azt,
- ennek megfelelően nem bír jelentőséggel, hogy az eljárás alá vont által hivatkozott árak „reális piaci” jellege igazolást nyer-e vagy sem, annak megjegyzésével, hogy az eljárás alá vont az adott konkrét termékekre vonatkoztatva még azt sem bizonyította egyértelműen, hogy a saját értelmezése szerinti (a fogalom értelmezését tekintve egyébként önmagában is bizonytalan) reális piaci ár pontosan megegyezik az étlapokban feltüntetettekkel, erre vonatkozó bizonyítékokat még a Versenytanács előzetes álláspontjának kézhezvételét követően sem terjesztett elő.

54. Az ún. nyári ételek egy része esetén az eljárás alá vont adatszolgáltatásában feltüntetett egy olyan árat, amely csak megközelítőleg azonos az adott étellel (17. pont). A Versenytanács ezen részletesen alá nem támasztott előadást figyelmen kívül hagyta, tekintettel arra, hogy a

fogyasztóknak nyújtott tájékoztatás meghatározott ételekre vonatkozta, így az adott ételek korábbi áraival kellett volna igazolni, hogy a tájékoztatás megfelelt a valóságnak.

### **Az „akciós”, illetve „akciós ár” közlések alkalmazása az étlapokban**

55. Az eljárást kiterjesztő végzés értelmében a Versenytanácsnak azon kérdésben kellett állást foglalnia, hogy az eljárás alá vont megsértette-e az Fttv. rendelkezéseit, amikor egyes termékei kapcsán az „akciós ár” és az „akciós” kifejezéseket tüntette fel a heti étlapjain. Ennek megfelelően a Versenytanács kizárólag az „akciós ár” és az „akciós” kifejezéseknek az eljárás alá vont heti étlapjaiban történő szerepeltetését értékelve, mellőzve a más kommunikációs eszközökben tett állítások vizsgálatát.

56. A saját márkás termékek esetén a 35-40. heti étlapokban fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az eljárás alá vont az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt. Az étlapok az ár akciós jellegéről az alábbiak szerint adtak további tájékoztatást:

35. heti étlap: „Továbbra is akciós áron kaphatóak ... saját termékeink”

36. heti étlap: Nálunk minden megrendelő az akciós (piros színű) áron rendelheti meg ételeinket a megszokott mennyiségben és minőségben! Hiába növekednek az árak, pl.: ÁFA, üzemanyag, élelmiszer-alapanyag, közművek stb. (lásd fekete színű ár)! Továbbra is akciós áron kaphatóak nyári menüink, kúránk és saját termékeink!”

37-39. heti étlap: „A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű „AKCIÓS” áron rendelhet!”

40-41. heti étlap: „Minden ételünket és italunkat ez év végéig továbbra is akciós áron rendelhetik meg ügyfeleink!”

41-43. heti étlap: a nem bevezető áron kínált termékek esetében szerepeltetésre került az „akciós ár” kifejezés

57. Az ún. nyári ételek kapcsán az eljárás alá vont étlapjai a 30. héttől kezdve utaltak az árak akciós jellegére (a 34. hét kivételével), miközben a 30-36. heti étlapokban fekete színnel, áthúzással volt jelölve az az ár, amelyhez képest az eljárás alá vont az árkedvezményt nyújtotta, a ténylegesen fizetendő ár pedig piros színnel szerepelt. A 35-36. heti étlap első oldala a nyári menük árait akciós árak minősítette („Továbbra is akciós áron kaphatóak nyári menüink...”).

58. Az eljárás alá vont a 36. héttől az ún. „nem nyári ételeket” is kedvezményes áron kínálta, a 36-40. heti étlapokban feltüntetve a magasabb, fekete színnel, áthúzással jelölt árat, s a ténylegesen alkalmazott, piros színű alacsonyabb árat. Az étlapok az ár akciós jellegéről e mellett az alábbiak szerint adtak további tájékoztatást:

37-39. heti étlap: „A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű „AKCIÓS” áron rendelhet!”

40-41. heti étlap: „Minden ételünket és italunkat ez év végéig továbbra is akciós áron rendelhetik meg ügyfeleink!”

41-43. heti étlap: a nem bevezető áron kínált termékek esetében szerepeltetésre került az „akciós ár” kifejezés

59. A 35-40. heti étlapok a fogyókúra étrendek esetén fekete színnel, áthúzással volt jelölték azt az árat, amelyhez képest az eljárás alá vont az árkedvezményt nyújtotta, s emellett „akciós árról” is tájékoztatást adtak:

35. heti étlap: „Továbbra is akciós áron kaphatóak ... kúráink...”

36. heti étlap: „Nálunk minden megrendelő az akciós (piros színű) áron rendelheti meg ételeinket a megszokott mennyiségben és minőségben! Hiába növekednek az árak, pl.: ÁFA, üzemanyag, élelmiszer-alapanyag, közművek stb. (lásd fekete színű ár)! Továbbra is akciós áron kaphatóak nyári menüink, kúráink és saját termékeink!”

37-39. heti étlap: „A fekete színnel jelzett (az elmúlt időszak áremelő hatásai miatt pl: üzemanyag, élelmiszer-alapanyagok, Áfa, közmű) reális piaci ár helyett minden megrendelőnk étlapunkról a piros színű „AKCIÓS” áron rendelhet!”

40-41. heti étlap: „Minden ételünket és italunkat ez év végéig továbbra is akciós áron rendelhetik meg ügyfeleink!”

41-43. heti étlap: a nem bevezető áron kínált termékek esetében szerepeltetésre került az „akciós ár” kifejezés

60. Az eljárás alá vont a nyugdíjas (zóna) menü mellett a 30. héttől alkalmazta az „akció”, illetve „akciós ár” kifejezéseket (a 34. hét kivételével):

30-33. és 35. heti étlap: „akció”

36-40. heti étlap: „akció” (az áthúzott fekete magasabb ár és fizetendő piros ár szerepeltetésével)

41-43. heti étlap: „akció”, „akciós ár”

61. Az étlapokban alkalmazott „akció”, illetve „akciós ár” kifejezések alkalmazása a 25-40. heti étlapok esetében szorosan kapcsolódott a nem akciós („fekete”) árak feltüntetéséhez. Ez a kapcsolat a 41-43. heti étlapok esetében is fennállt, hiszen

- az eljárás alá vont védekezésében az állítások megalapozása kapcsán ezen esetekben is a „reális piaci árakra” hivatkozott,
- a kereskedelmi kommunikációk fogyasztóknak szóló üzenete azonos volt a korábbiakkal: az eljárás alá vonti termékeket az akció keretében kedvezőbb áron vásárolhatják meg, mint az akción kívül.

62. Az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának lényeges eleme volt, hogy a fentiekben jelzett heti étlapjain kiemelten szerepeltette az „akció”, „akciós ár” közléseket, amelyek üzenete azonos volt az „eredeti ár”, a nem akciós ár megjelenítésével: a kedvezményes áron történő vásárlás lehetőségének ígérete. A kereskedelmi kommunikáció összhatása révén fel sem merülhet azon eljárás alá vonti előadás helytállósága, hogy az „akciós ár” kifejezés nem árkedvezményt ígértet hordozta, illetve az „akció” szó nem a pénz megtakarításának, a kedvezményes ár alkalmazásának lehetőségére utalt volna.



63. Az 50-54. pontokban kifejtettek alapján a Versenytanács megállapította, az „akciós ár” és az „akciós” kifejezéseket feltüntető, a 25-43.へtre vonatkozó étlapok által a fogyasztók nem kaptak reális képet a kedvezményes ár alkalmazásában megnyilvánuló akcióról, az eljárás alá vont által sugallt megtakarítás fiktívnek minősül, s ezáltal a kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a fogyasztói döntési folyamatot megzavarására, torzítására, a fogyasztók megtévesztésére.

## Összefoglalás

64. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009. június 15. és 2009. október 26. között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor étlapjaiban és internetes honlapján a fogyasztók megtévesztésére alkalmas információkat tett közzé egyes termékei árainak kedvezményes, „akciós” voltáról, ezzel [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének c) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsítva.

65. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-ának (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

A bírság összegének meghatározása során a Versenytanács figyelemmel volt arra a körülményre, hogy

- a jogsértő kereskedelmi gyakorlat megvalósítása során alkalmazott kommunikációs eszközök (étlap, saját internetes honlap) megjelentetésének, alkalmazásának költségei az eszközök sajátosságaikból adódóan nem adhattak reális képet a jogsértés súlyáról, ezért a Versenytanács az alábbi szempontok mellett az akciós termékek értékesítéséből származó árbevételre (Vj-133-002/2009. 3.1. és 3.2. számú melléklet, Vj-133-016/2009. 1-3. számú melléklet) volt tekintettel,
- a kereskedelmi kommunikációkkal elért fogyasztói kör jelentős volt (az étlapok üzleti titoknak minősülő példányszáma a Vj-133-015/2009. számú iratból ismert),
- a jogsértés időben elhúzódva, több hónapon át valósult meg (2009. június 15. és 2009. október 26. között).

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte továbbá, hogy

- az eljárás alá vont a jogsértő kereskedelmi gyakorlatot egy olyan piacon valósította meg, ahol az általa előadottak szerint igen éles verseny van a versenytársak között, s egy új piaci szereplőnek intenzív kampányt kell folytatnia (lásd a határozat 3. pontját), amely azt eredményezte, hogy az eljárás alá vont jogsértő magatartása az átlagosnál erőteljesebben veszélyeztette a piaci versenyt,
- az eljárás alá vont piaci tevékenységének igen hangsúlyos eleme volt a jogsértőnek minősülő kereskedelmi gyakorlat (a termékek ára kedvezményes, „akciós” jellegének kiemelése a fogyasztók felé irányuló kereskedelmi kommunikációban),
- az eljárás alá vont magatartása felróható volt, nem érte el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felelt meg a társadalom értékítéletének.

A Versenytanács nem tudta enyhítő körülményként figyelembe venni eljárás alá vont azon előadását, hogy kezdő vállalkozás. Egy, az adott piacon tapasztalatokkal nem bíró vállalkozás esetében valóban lehetnek jogsértést eredményező (amint azt az eljárás alá vont nevezte:) „gyermekbetegségek”, a jelen esetben azonban a Versenytanács nem látta bizonyítottnak,

hogy a jogsértés az üzleti életben való járatlanságának lenne betudható. A jelen és a Vj-89/2009. számú ügyből láthatóan az eljárás alá vont jelentős figyelmet és erőforrásokat fordított tevékenységének átgondolt módon megvalósított népszerűsítésére, a fogyasztói döntések befolyásolására, tudatos, átgondolt, intenzív kereskedelmi kommunikációban is megnyilvánuló kereskedelmi gyakorlatot valósított meg, ugyanakkor hasonló figyelmet nem fordított a tevékenységére irányadó jogszabályi rendelkezések tiszteletben tartására.

A figyelembe vett körülmények mérlegelését követően a Versenytanács a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 10.000.000 Ft-ban határozta meg.

66. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110. §-a (1) bekezdésének 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 Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot 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 Tpvt. 83. §-ának (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.

A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

## VI.

### Egyéb kérdések

67. A Tpvt. 75. §-ának (1) bekezdése értelmében ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a Tpvt. rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. Az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése értelmében a Tpvt. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megismétlésétől való tartózkodásra lehet kötelezettséget vállalni

Az eljárás alá vont az eljárás során előadta, kész kötelezettséget vállalni arra, hogy a versenyfelügyeleti eljárás egyidejű megszüntetésével a jövőben csakis olyan állítást, jelölést

alkalmaz az árak és a kedvezmények feltüntetése során, amelyből a fogyasztó kétséget kizáróan, egyértelműen tájékozódhat.

A Versenytanács a jelen esetben nem látott lehetőséget a Tpv. 75. §-ának az alkalmazására.

68. A Ket. 74. §-ának (1) bekezdése szerint ha a kötelezés jellege megengedi, a hatóság részletekben történő teljesítést is megállapíthat.

Az eljárás alá vont előadta, súlyos gazdasági helyzetben van, bármilyen összegű bírság egész jövőjét veszélyezteti, s erre tekintettel az esetleges bírság kapcsán részletfizetés engedélyezését kérte.

Az eljárás alá vont jelen eljárásban semmilyen módon sem igazolta azon állítása valóságnak való megfelelését át, amely szerint gazdasági helyzete kedvezőtlen, arra vonatkozó bizonyítékokat nem terjesztett elő, hogy a bírság egy összegben, határidőre történő teljesítését rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene.

A Versenytanács előtt hivatalból ismert, hogy az eljárás alá vont a Vj-89/2009. számú ügyben hozott határozat bíróság általi felülvizsgálata iránt benyújtott keresetében kérte a határozat végrehajtásának felfüggesztését, illetve azt, hogy a bíróság a bírság megfizetésére részletfizetési kedvezményt engedélyezzen. A Versenytanács az ezzel kapcsolatban benyújtott dokumentumok alapján sem látta indokoltnak, hogy az eljárás alá vonttal szemben a jelen ügyben kiszabott bírság részletekben történő megfizetését engedélyezze.

69. A Tpv. 81. §-a szerint az ügyfél a vizsgálati eljárás szabálytalanságát a szabálytalannak tartott intézkedéstől számított három napon belül írásban kifogásolhatja. A kifogás figyelmen kívül hagyását a vizsgáló a jelentésben, az eljáró versenytanács az eljárást befejező döntésében köteles megindokolni.

Az eljárás alá vont sérelmezte, hogy vele szemben több eljárást is indított a Gazdasági Versenyhivatal, közel ugyanarra az időszakra szólóan, különböző, ám egymással szoros kapcsolatban álló reklámtevékenységek kapcsán.

A Versenytanács a nem a Tpv. 81. §-ában rögzített határidőn belül benyújtott, érdemben kifogásnak minősülő előadást figyelmen kívül hagyta, megjegyezve, hogy azzal érdemben sem értett egyet, mivel a jelen eljárás és a Vj-89/2009. számú eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat tanúsításának időszaka nem esik egybe (a Vj-89/2009. számú ügyben vizsgált jogsértőnek kereskedelmi gyakorlatot az eljárás alá vont 2009 márciusa és júniusa között tanúsította, míg a jelen esetben a jogsértő kereskedelmi gyakorlat folytatására 2009. június 15. és október 26. között került sor), illetve a két eljárás tárgya sem azonos, a vizsgált kereskedelmi gyakorlatok között az eljárás alá vont által hivatkozott értelemben vett szoros kapcsolat nem áll fenn (a Vj-89/2009. számú eljárásban vizsgált magatartás kapcsán lásd a jelen határozat 2. pontját).

70. A Versenytanács a vizsgálatot megindító, illetve kiterjesztő végzések által behatárolt körben vizsgálhatta az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatát, így nem értékelte az eljárás alá vontnak a Drogerie Markt kedvezménnyel és a Ticket Restaurant utalvánnyal fizető ügyfeleknek nyújtott kedvezménnyel kapcsolatos előadását, illetve magukat az ezen kedvezményekre vonatkozó kereskedelmi kommunikációkat.

71. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján. A 11. § (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát.

Az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat

- a fogyasztók széles körét elérő, országosan terjesztett heti étlapok, illetve interneten széles körben elérhető honlapok, valamint DM-levelek, Tesco utazási magazinok, beltéri kommunikációs eszközök, autós matricák, illetőleg országos terjesztésű időszakos (hetente, havonta és negyedévente megjelenő) lapok (Blikk Nők, Blikk Nők Konyha, Blikk Nők Romantika, Burda) útján,
- több hónapon keresztül,
- jelentős számú termék vonatkozásában

valósult meg.

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

Budapest, 2010. május 17.

dr. Zavodnyik József sk.  
előadó versenytanács tag

dr. Gadó Gábor sk.  
versenytanács tag

dr. Szántó Tibor sk.  
versenytanács tag