



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

Áruházláncokat marasztalt el a GVH

Az elmúlt egy hónapban három hipermarketláncot érintő határozatot is hozott a Gazdasági Versenyhivatal (GVH). A három eljárás közül kettőnek a Tesco, egynek pedig az Auchan volt a „főszereplője”. Két eljárásban összesen 80 millió forint bírság kiszabására került sor.

Megtévesztő akciók

A GVH határozatában megállapította, hogy az Auchan Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor egyes akciós termékek a reklámújságok által adott tájékoztatással ellentétben nem voltak megvásárolhatóak egyes áruházaiiban, illetve voltak olyan termékek, amelyekért a fogyasztóknak a reklámújságokban közöltekénél többet kellett fizetniük. Az Auchan jogsértő magatartásáért 30 millió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére köteles. A bírság összegének meghatározásakor a GVH súlyosítóként értékelte, hogy az Auchan-nal szemben nem első alkalommal került megállapításra, hogy a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított.

(Az ügy hivatali nyilvántartási száma: Vj-143/2006.)

Az Auchan-hoz hasonló akciózási gyakorlata miatt a GVH elmarasztalta a Tesco-t is. A GVH döntésében megállapította, hogy a kiskereskedelmi vállalkozás 2006. májusa és szeptembere között megtévesztette a fogyasztókat, amikor egyes termékek esetében a pénztárnál nem az akciós újságban meghirdetett, hanem annál magasabb árat számlázott. Kiderült az is, hogy ezen időszak alatt egyes termékek az akciós időszak elején vagy az akció ideje alatt nem voltak megvásárolhatóak. A jogsértő magatartásért a Tesco-nak 50 millió forintos bírságot kell fizetnie. A bírság összegének meghatározásakor a GVH súlyosbító körülményként értékelte, hogy a Tesco esetében már tizedik alkalommal került megállapításra, hogy a vállalkozás a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított.

(Az ügy hivatali nyilvántartási száma: Vj-145/2006)

A fogyasztó befolyásolásában egy áruház (áruházlánc) akcióiról való tájékoztatás a fogyasztó érdemi választását befolyásoló tényezőnek tekintendő. A magatartás kétségtelenül hatást gyakorol a gazdasági versenyre, mely hatást fokozza az, hogy az akciók alkalmasak a fogyasztók áruházba történő „becsábítására”, s az áruházba ily módon betért fogyasztók vásárlásai nem szorítkoznak az akcióban résztvevő termékekre. A széles körben meghirdetett akcióknak forgalomnövelő hatásuk van.

Az akciótartás tisztessége azt követeli meg, hogy egyrészt az akciós termék a reklámújságban közölt első naptól kapható legyen az áruházakban, másrészt a vállalkozás ne irreálisan alacsony készlettel bonyolítsa le az akciót. Az önmagában nem ütközik a versenytörvénybe, ha valamely akciós termék nem az akció teljes ideje alatt áll rendelkezésre, azonban jogsértés állapítható meg, ha az adott termék egyáltalán nem áll rendelkezésre, vagy irreálisan alacsony volt az induló akciós készlet.

Amikor egy vállalkozás reklámújságjában reklámoz valamely terméket, akkor arról tájékoztatja a fogyasztókat, hogy a termék az adott időszak első napjától megvásárolható áruházaiiban, s az akció lebonyolításához megfelelő készletekkel rendelkezik minden áruház. A GVH megállapította, az Auchan és a Tesco a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsítottak, amikor voltak olyan akciós termékek, amelyeket a reklámújságokban nyújtott tájékoztatással szemben a fogyasztók az akció első napjaiban, esetleges az akció egyetlen napján sem vásárolhattak meg valamely áruházban.

Megszüntetett eljárás a Tesco ellen

2007. február 13-án, ugyancsak a Tesco reklámújságjainak tartalmával kapcsolatos eljárásban született döntés. A GVH megszüntette a Tesco-Global Áruházak Zrt.-vel szemben indított versenyfelügyeleti eljárást, mivel a kiskereskedelmi társaság kötelezettséget vállalt arra, hogy módosít tájékoztatási gyakorlatán. A GVH azért indított eljárást, mert a Tesco által értékesített kerékpárokról a reklámújságokban adott tájékoztatás kapcsán mellőzésre került: a jótállás feltétele az, hogy a kerékpárokat az első használat előtt (a jótállási jegyen feltüntetett) szakszervizben további költséget vállalva üzembe kell helyezni. A Tesco az eljárás során kötelezettséget vállalt arra, hogy minden olyan termék esetén, amelyknél a garancia feltétele, hogy a fogyasztók a termékek üzembe helyezés céljából a gyártók/szállítók által megjelölt szakszervizeket külön díjazás ellenében igénybe vegyék, 2007. március 2-től a konkrét termék árához kapcsolódóan a fogyasztókat számukra érzékelhető módon tájékoztatja erről a feltételről reklámjaiban, a termék eladási helyén, valamint a vevőszolgálati pulton.

(Az ügy hivatali nyilvántartási száma: Vj-148/2006.)

A GVH a Tesco kötelezettségvállalása elfogadásának mérlegelésekor egyebek között figyelemmel volt arra, hogy a kötelezettségvállalás elfogadása esetén mód nyílik az aggályos tájékoztatási gyakorlat piacról történő kiiktatására, méghozzá nem egy tilalom kimondása, hanem egy pozitív módon meghatározott magatartás vállalása révén, s a Tesco önkéntes kötelezettségvállalása nemcsak egy-egy konkrét reklám, hanem egy egész tájékoztatási gyakorlat megváltoztatását eredményezi. Az eljárás kiterjesztése, illetve új eljárás megindítása nélkül módosul a fogyasztók tájékoztatása során követett gyakorlat más termékkör (pl. tűzhelyek) vonatkozásában is, így a kötelezettségvállalás elfogadásával a fogyasztók felé irányuló tájékoztatási gyakorlatban bekövetkező kedvező változás túlmutat a jelen eljárás keretein. A kötelezettségvállalást elfogadó végzés megfelelően közvetíti más vállalkozások felé is, hogy a GVH milyen tájékoztatási gyakorlatot tart kívánatosnak. A kötelezettségvállalás teljesítését utóvizsgálat fogja ellenőrizni, s ha a Tesco vállalásai nem valósulnak meg, akkor a vállalkozásnak számolnia kell ennek törvényi következményeivel. A Versenytanács összességében úgy értékelte, hogy a kötelezettségvállalás elfogadásával a közérdek védelme hatékonyan biztosítható.

Budapest, 2007. március 20.

További információ:
Gazdasági Versenyhivatal

Kommunikációs Csoport

További információ:

Mihálovits András

Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: +36-30 618-6618
email: Mihalovits.Andras@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>