



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-40/2006/33.

Ikt.sz.: Vj-040/2006/037.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Euronics Magyarország Kft.** Budapest eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma miatt indított eljárás során tartott nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács 2006. szeptember 29-én kelt 20. számú határozatát az alábbiak szerint módosítja:

Megállapítja, hogy a 2005-2006. évi vizsgált időszakban az eljárás alá vont vállalkozás fogyasztómeztévesztésre alkalmas magatartást tanúsított az ECS6320 típusú hordozható számítógép, a Samsung 25MO64 tv, a Polar PDT-519 mosógép, a Samsung SP 43T projektor, a Samsung CW2923065 tv, a Gorenje K177XB hűtőgép, a Nokia mobiltelefon, a Polar 650-es mosógép árkedvezménye meghirdetésével, valamint a „Tud ennél olcsóbbat?” szlogen használatával.

Vele szemben 5.000.000.- (azaz Ötmillió) Ft bírságot szab ki, melyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül köteles megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételei számlájára.

A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozás a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérheti a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel.

I n d o k o l á s

Az eljárás tárgya: az eljárás alá vont vállalkozás (a továbbiakban: Euronics) nyolc termék népszerűsítését, valamint a „Tud ennél olcsóbbat?” jelszó használatát 2005. májustól 2006. március közepéig vizsgáló fogyasztómegegyezésre alkalmas magatartása tárgyában 2006. szeptember 29-én hozott Vj-40/2006/20. sz. határozat módosítása.

I.

A Versenytanács a Vj-40/2006/20. sz., a Vj-149/2006/39. sz. és a Vj-102/2006/37. sz. határozata alapján a következő tényállást állapította meg:

Az érintett piac

A műszaki cikkek (háztartási nagy és kisgépek, szórakoztató elektronikai, telekommunikációs stb. termékek) széles választékú hazai forgalmazásának éles versenyében a legnagyobb kínálatot a nagy alapterületű, szakosodott üzletekben (Electro World, Media Markt), s ezeken belül is a szakosodott áruházláncokban (Elektropont, Saturn, Euronics) és az ugyancsak széles választékban műszaki cikket kínáló, de alapvetően élelmiszer profilú vegyes kereskedelmi láncokban (Tesco, Cora, Auchan) forgalmazzák.

A Vj-49/2005. számú eljárásból ismert a GFK jelentése alapján a műszaki cikkek forgalmazására nagyobb üzlettérrel rendelkező versenytársak hazai piaci részesedése:

Media Markt	18,7 %
Tesco	16,5 %
Euronics	12,1 %
Metro	8,2 %
Auchan	7,7 %
Elektro World	6,3 %
Elektropont	4,3 %
Cora	3,4 %
Interspar	2,4 %

I. Az Euronics

Az európai EURONICS nemzetközi láncot (lényegét tekintve beszerzési társulást) 1990-ben hozták létre, és a lánc ma már Ausztráliában és a Távol-Keleten is működik. A beszerzési társulás méreténél fogva előnyös feltételekkel tud szerződni a gyártókkal és az így szerzett

előnyt, vagy annak egy részét a hálózathoz tartozó kereskedők, illetve a náluk vásárló fogyasztók kaphatják meg. Üzleti filozófiájához tartozik, hogy elsősorban a kistélepléseken élő, alacsonyabb jövedelmű vásárlókat kívánja kiszolgálni. E fogyasztók márkaérzékenysége általában kisebb, az azonos funkciójú eszközök közül a választás legfőbb szempontja a termék ára.

Az Euronics az azonos elnevezés alatt működő mintegy 136 üzlettel az egész ország területén megtalálható. Az alapító Vöröskő Kft, az Elektro-Quality Kft., a Bravotech Kft. (korábban Műszaki Áruházlánc Kft.) vállalkozások üzleteit foglalja magában; az üzletek 70 %-a 40.000 lélekszám alatti településen található. Így a vidéki kistélepléseken az egyik vezető.

Az Euronics 2001. március 8. óta működő vállalkozás. Fő tevékenysége az alapítók által folytatott háztartási elektromos és elektronikus gépek, számítástechnikai és telekommunikációs eszközök kiskereskedelméhez, illetve az e tevékenység elősegítéséhez szükséges reklám és marketing tevékenység. 2001. április 10-e óta nemzetközi szerződésben foglaltak szerint szerzi be az árut, használja a márkanévet, nemzetközi akciókban vesz részt, alkalmazza az európai Euronics International kipróbált "know-how"-ját.

Nem folytat kereskedelmi tevékenységet, hanem elsősorban koordinációs feladatokat lát el. Összehívja azokat a találkozókat, amelyeken a Vöröskő Kft. és az Elektro-Quality Kft. az akciós termékek körére és az akciós árak mértékére nézve megállapodik, majd koordinálja az reklám újságokban hirdetett termékekre és azok árára tett javaslatokat.

A Vöröskő Kft. és az Elektro-Quality Kft. üzletei mind az Euronics márkanévet viselik, ezért azonos tartalmú reklámújságot terjesztenek mindkét cég működési területén.

A társaság árbevételi adatai: 2004-ben 154.900.000,-; 2005-ben 176.877.000,- Ft.

Az alapító tagok 2004. és 2005. évi közös marketing és reklámköltsége üzleti titok.

II. A Vöröskő Kft.

A Euronics egyik alapító tagja, jelenleg 55 saját üzlete és 2 franchise partnere van, amelyek szintén az Euronics üzlethálózathoz tartoznak.

Fő tevékenységi köre műszaki cikkek kiskereskedelme (szórakoztató elektronika, háztartási gépek). Terjeszkedése során a vidéki frekvenciált, jól megközelíthető helységeket választotta.

III. A Bravotech Kft.

Nagykereskedelmi tevékenységet folytat. Fő tevékenységi köre a villamos és híradástechnikai termékek nagykereskedelme, önálló üzlethálózattal nem rendelkezik. Számos jogi személyiséggel rendelkező franchise partnere van. Ezek a franchise partnerek az Euronics hálózathoz tartoznak, azonban önálló jogi személyek és önálló üzletpolitikát folytatnak.

A Bravotech és franchise partnerei között nincs tulajdonosi viszony, a felek kapcsolatát a franchise szerződések határozzák meg. Amennyiben a szerződés valamely kérdésről nem rendelkezik, a Bravotech javaslattal élhet, de irányítási joga nincs.

IV. Az Elektro Quality Kft.

Az Elektro-Quality Kft-t a Bravotech Kft. tulajdonosai hozták létre, mint a Bravotech kiskereskedelmi hálózatát. Ezáltal a Bravotech Kft. és az Elektro-Quality Kft. által üzemeltetett üzletek között tulajdonosi és irányítási kapcsolat van.

Kelet-Magyarországon fejti ki kereskedelmi tevékenységét, kereskedelem politikai célja, hogy üzleteivel és annak 30 km-es hatósugarú vonzáskörzetével lefedje a fent említett régiót. 2001-ben csatlakozott az Euronics beszerzési társuláshoz. Ettől az időponttól üzletei a fenti márkanév alatt működnek.

A boltjaiban forgalmazott termékek beszerzési forrása szinte kizárólag a Bravotech Kft, így a társaság a Bravotech Kft. kiskereskedelmi hálózatának tekinthető, és a cég tulajdonosi köre azonos. 2006. novemberben 41 saját üzletet üzemeltetett, melyek mindegyikének tulajdonosa és amelyek felett önálló irányítási jogokat is gyakorol.

Az áruforgalmazás népszerűsítése

Az eljárás alá vontak a fogyasztók tájékoztatására, érdeklődésük felkeltésére, döntéseik befolyásolására folyamatos, széleskörű reklámtevékenységet folytatnak.

Mivel az Euronics-hez tartozó üzleteket működtető vállalkozások részben önálló üzletpolitikát folytatnak, mind a beszerzés, mind pedig az értékesítés terén, a többi Euronics hálózatbeli vállalkozástól függetlenül, önállóan állapítják meg az akcióba be nem vont termékeik eladási árait.

A reklámújságokban meghirdetett akciók közösen megállapított feltételeit azonban valamennyi Euronics üzletben egységesen alkalmazzák. A reklámújságokat a tagok a saját

terjesztési területeiken saját maguk szerzik be, állítják elő és terjesztik saját postaköltségükön.

A versenyfelügyeleti eljárások

A Gazdasági Versenyhivatal az elmúlt két évben több eljárást folytatott le az eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt:

- A Vj-52/2005. sz. eljárást a Bravotech Kft-vel szemben folytatta le; a Versenytanács 2005. szeptember 20-án kelt 25. sz. határozatával vele szemben 2.000.000 Ft bírságot szabott ki, mert 2005. január 11. és 31. között érvényes reklámújságjában azt állította, hogy az akciós JVC-DVD lejátszó „mindent” lejátszik, illetve az újságban szereplő valamennyi termékre a „legjobb” árakat alkalmazza. Ezt meghaladóan az eljárást megszüntette.
- A Vj-73/2005. sz. eljárást a Bravotech és az Elektro-Quality eljárás alá vontakkal szemben folytatta le a 2005. február 12. és 28. között érvényes reklámújságjában közzétett tájékoztatása miatt, de a Versenytanács jogsértés hiánya miatt megszüntette az eljárást 2005. szeptember 27-én kelt 23. sz. határozatával.
- A Vj-40/2006. sz. eljárást az Euronics Magyarország Kft-vel szemben folytatta le; a Versenytanács 2006. augusztus 29-én kelt 20. sz. határozatával marasztalta a 2005. májustól 2006. március közepéig egyes termékekről közzétett reklámújságbeli tájékoztatásai miatt. Vele szemben 3.000.000 Ft bírságot szabott ki, mert megnehezítette az ECS6320 típusú hordozható számítógépre adott árengedménye megítélését, a Samsung CW2923065 és a 25M064 típusú televíziót a valósánál nagyobb árkedvezménnyel hirdette meg, valamint a „Tud ennél olcsóbbat?” szlogent alkalmazta. Ezt meghaladóan a jogsértés hiányát állapította meg.

A Versenytanács e határozatában rögzítette, hogy az eljárás alá vont egyes kifogásolt reklámbeli állításait az eredeti, azaz az akciós árat megelőző ár érvényesülésével igazolta, míg másokat nem tudott bizonyítani. A csatolt árbizonyítékok nem közvetlenül az akciós árakat megelőző időből származtak, hanem korábbi keletűek voltak, de az Euronics előadása szerint egy-egy akció kezdetéig érvényesültek, vagyis olyan árak voltak, amelyekből a fogyasztók közvetlenül megtakarítást tudtak

elérni. Miután a Versenytanács bizonyíték hiányában az Euronics ezen nyilatkozatát kétségbe vonni nem tudta, elfogadta a hivatkozást és a jogsértés hiányát részben megállapította.

Az Euronics a határozatot tudomásul vette, amely ennek ellenére további intézkedésig bírói felülvizsgálat alatt áll, mert az egyik versenytárs kezdeményezte a felülvizsgálatot.

- A Vj-149/2006. sz. eljárást mind a négy eljárás alá vonttal szemben folytatta le a Gazdasági Versenyhivatal; a Versenytanács 2007. február 22-én kelt határozatával velük szemben összesen 45 millió Ft bírságot szabott ki, mert 2006. április 10. és augusztus 17. között az Euronics Magyarország Kft. által megjelentetett reklámújságok az akciós árakhoz kapcsolódó árkedvezményekről a fogyasztók megtévesztésére alkalmasan tájékoztattak.

A jogsértő tájékoztatás lényege az volt, hogy az árkedvezmények mértékét a forgalmazó által javasolt fogyasztói ár és az akciós ár különbözete képezte, holott az ajánlott ár, mint nem akciós, azaz eredeti ár, legfeljebb véletlenszerűen érvényesülhetett az egyes üzletekben, mert a nem akciós árak az Euronics hálózati üzletekben nem azonosak, hanem különbözőek az önálló üzletpolitika okán. A nem akciós árak akár üzletenkénti eltéréseinek ténye korábban, így a Vj-40/2006. sz. eljárásban nem jutott a Gazdasági Versenyhivatal, s így a Versenytanács tudomására sem.

A Versenytanács a Vj-149/2006/39. sz. határozatból a jelen eljárásra is irányadóan idézi az alábbiakat, annak hangsúlyozásával, hogy míg a Vj-40/2006. sz. eljárásban az „eredeti” ár megjelölést használta a reklámokban az eljárás alá vont vállalkozás, addig helyette a Vj-149/2006. sz. eljárásbeli reklámokban a „forgalmazó által javasolt ár” kapott teret, illetve a Vj-102/2006. sz. eljárásbeli reklámokban mind a kettő előfordult. E kifejezés-használatbeli eltérésnek fogyasztói szempontból, s így a kifogásolt magatartás megítélésében semmiféle jelentősége nincs, mert a szóhasználattól függetlenül, semmilyen nem akciós közölt árból a fogyasztók nem tudnak intézményesítetten elérni közvetlen megtakarítást az üzlettulajdonosok akciós árra kiterjedő önálló árpolitikájának okán.

„A Tpv. III. fejezetben foglalt tilalmak megsértésekor, a Tpv. 9. § szerint, a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az

irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e. Az árkedvezmény viszonyítási alapja szokásszerűen ugyanazon termék nem akciós vagy akción kívüli ára. Az árkedvezmény vagy a vele jelen esetben azonos tartalommal használt árengedmény megtévesztésre való alkalmasságát annak alapján kell megítélni, hogy annak viszonyítási alapját a fogyasztó, a mindennapi életben, illetve a szakmában elfogadott általános jelentéseként értékeli. Ezen általánosan elfogadott jelentéstartalom alapján az akciós árkedvezmény vagy árengedmény mértékét a fogyasztó ahhoz a helyzethez képest értékeli, hogy ugyanazt a terméket mekkora áron vehetné meg, ha nem él az akció kínálat, időben korlátozott lehetőséggel.

Az eljárás alá vontak az akciókhoz kapcsolódó árkedvezmények, illetve -engedmények viszonyítási alapjául a forgalmazó által javasolt fogyasztói árat tüntették fel. Ez a gyakorlat az alábbiak szerint alkalmas a fogyasztók megtévesztésére:

A "forgalmazó által javasolt ár" jelentéstartalma a fogyasztó számára csak akkor lehetne azonos az adott termék akción kívüli eladási árával, ha számára általánosan ismert gyakorlatként lenne az, hogy a Euronics lánc üzleteiben az akción kívül értékesített eladási ár szokásszerűen megegyezik a forgalmazó által javasolt árral. Az eljárás alá vontak nyilatkozata és adatszolgáltatása alapján azonban megállapítható, hogy akár az egyes boltok saját eladási árait, akár azok valamilyen átlagát vesszük, *az akción kívüli eladási árak nem egyeznek meg a forgalmazó által javasolt árral.*

A két árkategória jelentéstartalma már csak azért sem egyezhet meg, mert miközben a forgalmazó által javasolt ár valamennyi Euronics üzlet számára egységes, addig a tényleges eladási árakat ettől eltérően, önállóan állapítják meg a vállalkozások, illetve az egyes franchise üzletek tulajdonosai, amint arra az eljárás alá vontak több ízben is utalást tettek.

A forgalmazó által javasolt ár nem azonos a kereskedelmi gyakorlatban ugyancsak használatos "listaár" tartalmával sem, amelynek jelentéstartalmával az átlagos fogyasztó valószínűsíthetően tisztában van. Például mobiltelefon készülékek vásárlása gyakran olcsóbb egy-egy akció keretében. A fogyasztó azonban meggyőződhet arról, hogy ugyanazt a készüléket mennyiért tudná akción kívül megvenni, amelyről rendszerint az ún. listaár tájékoztatja. A listaár fontos tulajdonsága, hogy ezen az áron a termék ténylegesen megvehető, még abban az esetben is, ha egyébként ezen az áron a fogyasztók ritkán vásárolnak, mert előnyben részesítik az éppen aktuális kedvezményes lehetőségeket. A forgalmazó által javasolt áron viszont a fogyasztó nem, vagy csak véletlenszerű esetben tudná megvásárolni az akciós terméket a Euronics üzletekben akción kívül.

A reklámújság valóban feltünteti, hogy az akciós ár viszonyítási alapja a forgalmazó által javasolt fogyasztási ár, ez azonban még nem jelenti automatikusan azt is, hogy a két árkategória közötti jelentésbeli különbség számára egyértelmű lesz, hiszen ez számára a reklámújságban sehol sincs közzétéve, kiemelve, megmagyarázva. Ennek hiányában a fogyasztó nem tud érdemi különbséget tenni közöttük, különösen abban az esetben, ha a teljes reklámkampány a forgalmazó által javasolt fogyasztói ártól való eltérésre, illetve annak mértékére alapszik. Az eljárás alá vontak által említett Metro-újságok esetében nem volt szükség hasonló külön magyarázatra, mert a reklámkampány egésze az akciót megelőzően korábban alkalmazott áraktól való eltéréseken alapult. Az egyik újság esetében kettő, a másik esetében négy olyan termék is szerepelt az újságban, amelyek esetében az akciós árak viszonyítási alapja valóban a gyártó által javasolt fogyasztási ár volt, ezen körülmény feltüntetésével, illetve az árcsökkenést jelző áthúzott "régi ár" említése nélkül. Az Euronics reklámkampányai azonban nem az akciót megelőzően korábban alkalmazott áraktól, hanem a gyártó által javasolt ártól való eltéréseken alapult. Ráadásul az eljárás alá vontak által követett árfeltüntetési gyakorlat kiemelt eleme volt az akciós ár és a gyártó által javasolt ár közötti különbség százalékos mértékének jelzése, amelyet a Metro csak akkor alkalmazott, ha a viszonyítási alap a korábban alkalmazott tényleges eladási ár volt. Az Euronics ezért nem hivatkozhat alappal arra, hogy az általa követett akciós árfeltüntetési gyakorlat a hazai gyakorlatban általánosan elterjedt.

Az eljárás alá vontak arra hivatkoztak, hogy a forgalmazó által javasolt árak gazdasági racionalitást tükröznek, mivel egy anyagilag érdekelt harmadik személy (a gyártó) által kalkulált árat jelenítik meg, akik valamely új árunak adott ország piacára való bevezetése során "pozícionálják". Ennek során figyelembe veszik az adott ország fogyasztóinak vásárlóerejét (pl. ugyanaz a termék gyakran más áron van pozícionálva Nyugat-Európában mint Magyarországon és megint más áron Romániában), a verseny erősségét stb. A forgalmazó által javasolt ár tartalmazza a kiskereskedő árrését, *tükrözi az adott termék tényleges piaci értékét* és segítséget nyújt a piaci viszonyokat esetleg kevésbé ismerő kiskereskedőnek abban, hogy a legalkalmasabb árat határozza meg a terméknek.

A Versenytanács szerint azonban valójában a többnyire külföldi gyártó vagy forgalmazó (a kiskereskedőhöz képest) sokkal kevésbé ismerheti azt, hogy egy-egy termék a magyar piacon, különösen annak egy-egy regionális részterületén, mennyiért adható el, azaz, mennyi a piaci értéke. Lehetséges, hogy a forgalmazó által javasolt ár segít a kiskereskedőnek abban, hogy a saját eladási árait meghatározza, hiszen ezáltal fogalma lehet arról, hogy a gyártó vagy a forgalmazó – más országok piaci viszonyaihoz képest – hogyan

értékeli a saját termékének magyarországi eladhatóságát. Ez az információ-tartalom azonban semmit nem jelent a fogyasztó számára, hiszen nem ismerheti annak meghatározási módját, szempontjait, alapját.

A forgalmazó által javasolt ár nem hordozza ugyanazt a jelentést a fogyasztó számára, mint a listaár – egyszerűen azon okból, hogy míg a listaárakon egy-egy termék ténylegesen megvásárolható, és ez a körülmény ismert a fogyasztó előtt, addig a forgalmazó által javasolt áron a termék nem vagy csak véletlenszerűen vásárolható meg.

A forgalmazó által javasolt árnak lényegét tekintve semmilyen olyan jelentéstartalma nincs, amelynek alapján a fogyasztó megítélhetné annak a kedvezménynek a mértékét, amelyet ehhez képest az akciós ár számára jelent. A forgalmazó által javasolt ár semmi többet nem jelent, mint azt, hogy a forgalmazó ezen az áron javasolja a termékének forgalomba hozását. Ez a dolog természetéből következően is csak egy javaslat, amelytől a kiskereskedők (az egyes üzletek) bármikor, bármilyen irányban és mértékben eltérhetnek. Ezért még csak az sem állítható alappal, hogy a forgalmazó által javasolt ár valamilyen átlaga, vonzási centruma, meghatározó eleme lenne a tényleges kiskereskedelmi fogyasztói áraknak.

Az "akcióban: xxxx,- helyett yyyy,-", illetve a hozzá kapcsolódó százalékos eltérés kiemelése és központi üzenetként való megfogalmazása azt a hamis képzetet keltheti a fogyasztóban, hogy az akció számára konkrétan mérhető megtakarítást tesz lehetővé, holott valójában a tényleges megtakarítás mértékéről fogalma sem lehet. Az eljárás alá vontak által említett Metro-újságbeli példákban az akciós árak a gyártó által javasolt fogyasztási ár töredékét (kevesebb mint a felét) tették ki, amely körülmény is jelzi a fogyasztó számára a gyártó által javasolt fogyasztási ár piaci árként való alkalmazhatóságának hiányát, annak irrealitását.

A gyártó által javasolt fogyasztási ár viszonyítási alapként az árendeményt fikcióvá változtatja. Az Euronics üzletláncához tartozó vállalkozások, illetőleg az azokhoz tartozó egyes üzletek maguk is a többiektől függetlenül, önállóan hozzák üzletpolitikai döntéseiket, beleértve azt is, hogy a közös, "Euronics" akciókba be nem vont termékeket milyen árakon hozzák forgalomba. Ebből az is következik, hogy valamely akciós terméknek az akciót megelőző vagy az azt követő időszakban érvényes tényleges eladási árai egymástól különbözőek lehetnek és ténylegesen azok is voltak.

A "Euronics" akciókba bevont termékek "akciós árai" ugyanakkor valamennyi Euronics üzletben egységesen alkalmazásra kerültek. Tekintettel arra, hogy az akción kívüli árak

viszont nem voltak egységesek, a reklámkampányokban feltüntetett árkedvezmények, illetve árengedmények ténylegesen üzletenként különböző, a reklámújságokban közölt információk alapján a fogyasztók számára értékelhető tartalommal nem bírtak. A reklámújságokban feltüntetett árak mindössze egyetlen valódi jelentéstartalmat hordoztak: *a reklámok idején az abba bevont termékek valamennyi Euronics üzletben ugyanazon az egységes akciós áron kerültek forgalomba.*

A reklámújságokban az akciós termékekhez kapcsolódóan valamennyi ezen túlmenően közölt ár, árkedvezmény, árengedmény a fogyasztók által nem értékelhető jelentéstartalmú fikciók voltak, amelyek fiktív jellegükből eredően nyilvánvalóan alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére. Az átlagos fogyasztó ugyanis nincs és nem is lehet tisztában a "forgalmazó által ajánlott ár" tényleges jelentéstartalmával. A "xxxx,- helyett yyyy,-" típusú árfeltüntetési gyakorlat a fogyasztó számára az akciók szokásos jelentéstartalmának látszatát kelti, azt a üzenve számára, hogy az akcióban az adott termékhez jelentős árkedvezménnyel juthat.

A műszaki kiskereskedelemben a fogyasztók különösen fogékonyak az árkedvezmények, -engedmények ígéretére. *Az akcióban elérhető árkedvezmény ígérete* önmagában is alkalmas arra, hogy a fogyasztók vásárlási döntéseit befolyásolja, anélkül is, hogy tisztában lenne azzal, hogy ténylegesen mekkora kedvezményt is jelent az akció számára.

A Versenytanács nem osztotta az eljárás alá vontak azon védekezését, hogy a Vj-40/2006. sz. ügyben a Versenytanács elfogadta a forgalmazó által javasolt fogyasztói árat, mint az árengedmények valódiságának bizonyítékát. A Versenytanács Vj-40/2006/20. sz. határozatának 8. oldalán valóban szerepel az eljárás alá vontak által hivatkozott mondatrész, az alábbiak szerint: "Az eljárás során az Euronics egyrészt egyes állításainak (a táblázatban 3., 4., 6., 7., 8. számú jelölésűek) versenyjogszerűségét hitelt érdemlően bizonyította, *eleget téve a Versenytanács felhívásának, ...*" A mondatrész itt kiemelt folytatását az eljárás alá vontak elmulasztották megemlíteni, t.i. a Versenytanács arra hívta fel, hogy bizonyítsa: a jelen eljárásban vizsgálthoz hasonló reklámokban közzétett kedvezmények viszonyítási alapjául megjelölt "eredeti ár"-akat az akciót megelőzően ténylegesen alkalmazta. Az eljárás alá vont valójában a forgalmazó által javasolt fogyasztói árakat csatolta be a Versenytanács fenti felhívására, de a Versenytanács határozata nem a becsatolt árakon, hanem az eljárás alá vont azon nyilatkozatán alapult, amelyről a fenti határozat 11. oldalának utolsó bekezdése

tanúskodik: "A Versenytanács a 3., 4., 6., 7., 8. sz. esetben a jogsértés hiányát állapította meg (Tpv. 77. § (1) bekezdés i. pont). Ez részben a vizsgálói megállapítással való egyetértésen, részben a bizonyítékok mérlegelésén alapult. Ugyanis a csatolt árbizonyítékok nem közvetlenül az akciós árat megelőző időből származtak, hanem korábbi keletűek voltak, de az *Euronics előadása szerint egy-egy akció kezdetéig érvényesültek*, vagyis olyan árak voltak, amelyekből közvetlenül a fogyasztók megtakarítást tudtak elérni. Miután a Versenytanács bizonyíték hiányában az Euronics ezen nyilatkozatát kétségbe vonni nem tudta, ezért elfogadta a hivatkozást.

A határozat ezen megfogalmazásából egyértelműen kiviláglik, hogy a Versenytanács abban a hitben fogadta el a becsatolt árbizonyítékot (a forgalmazó által javasolt árakat az ott megjelölt öt termék esetében), hogy azokat az eljárás alá vont az akciót megelőzően érvényesítette, azaz alkalmazta. A Vj-40/2006. sz. eljárás során végig rejtve maradt az a lényeges körülmény (a Versenytanács és a vizsgáló előtt egyaránt), hogy az Euronics hálózatához tartozó üzletek a nem akciós időszakban nem egységes árpolitikát követnek, hanem a termékek árait önállóan, egymástól függetlenül állapítják meg. Nem a jelen eljárás során eldöntendő kérdés az, hogy e lényeges körülményt az eljárás alá vont miért nem tette egyértelművé a GVH számára. Az azonban egyértelműen megállapítható a határozat szövegezéséből, hogy a Versenytanács nem a forgalmazó által javasolt fogyasztói árat mint olyat fogadta el eredeti árként, hanem mint olyat, amely – az eljárás alá vont nyilatkozata szerint – ténylegesen alkalmazásra is került. A jelen eljárásban a nem akciós ár meghatározás egységességének hiánya már ismert volt a Versenytanács számára, ezért a Vj-40/2006. sz. eljárásban lefolytatott bizonyítási eljárás sem tartalmában, sem pedig eredményében nem lehetett irányadó a jelen eljárásban elfogadható bizonyítékokra nézve.

A jogsértő magatartás szempontjából az sem lehet mentő körülmény, hogy az eljárás alá vontak, ill. üzleteik önálló társaságok, szemben az azonos tulajdonosi körbe tartozó más versenytársak üzleteivel. Nem teheti jogszerűvé a valós tartalommal nem bíró árkedvezmények ígéretének gyakorlatát az eljárás alá vontak által választott tulajdonosi és működési forma. A fogyasztó ugyanis nincs és nem is kell, hogy tisztában legyen ezzel a körülménnyel, nem várható el, hogy ezt mérlegelésének tárgyává tegye, amikor az Euronics reklámújságjaiban ígért árkedvezmények tartalmát értékeli. Ha az eljárás alá vontak szerint az árkedvezményeken alapuló akciós kampányok elengedhetetlen eszközei az érintett piacon zajló versenynek, akkor ennek megfelelő tulajdon- és/vagy működési formát kellett volna választaniuk. Az Euronics licensz ugyanis csak azt követeli meg, hogy legalább két

önálló vállalkozás vegyen benne részt. Az eljárás alá vontak azonban ennél lényegesen szélesebb tulajdoni szerkezetben működtetik a rendszert, hiszen csak az egyik franchise jogosult, a Bravotech Kft. maga is saját, mintegy 30 tagból álló franchise hálózatot hozott létre, amelynek tagjai ugyancsak önálló üzletpolitikát folytatnak. Kevesebb (mondjuk két) tagból álló hálózat esetében már nem lett volna megvalósíthatatlan az egységes arculat megőrzése mellett a reklámújság két változatban való megjelentetése, amelyek az árkedvezmények viszonyítási alapjaként már közölhetők volna a tagok üzleteiben egységesen alkalmazott nem akciós időszakbeli tényleges eladási árait.

Az eljárás alá vontak jogalap nélkül hivatkoznak arra is, hogy az egységes listaár alkalmazása szükségszerűen versenyjogsértő lenne. Az erre vonatkozó esetleges megállapodás ugyan valószínűsíthetően versenykorlátozónak minősülne, de nem zárható ki, hogy a franchise-rendszerből eredő egyéb előnyök a megállapodás egyedi mentesülését alátámaszthatnák volna.

A jelen határozatból nem vonható le az a következtetés, hogy egy akciós reklámkampányban az akciós ár viszonyítási alapjaként a forgalmazó által javasolt fogyasztói ár jogszerűen nem alkalmazható. A Versenytanács azt a konkrét megvalósítási módot minősítette jogsértőnek, ahogyan az eljárás alá vontak az akciós ár és a viszonyítási alapként szolgáló forgalmazó által javasolt fogyasztói ár különbözetét mint árkedvezményt tüntették fel és emelték a reklámkampány központi elemévé, ahelyett, hogy a fogyasztóra bízták volna annak megítélését, hogy miképpen értékeli a forgalmazó (gyártó) által javasolt ártól való eltérést (amint azt tette például a hivatkozott Metro-újság).

A fent leírt jogsértésekkel összefüggésben a Versenytanács bírságot szabott ki, amelynek során meghatározta az eljárás alá vontak felelősségét is a reklámújság tartalmának kialakításában. Ennek során az alábbi körülményeket vette figyelembe:

Az Euronics Magyarország Kft. a másik három eljárás alá vont vállalkozás által közösen irányított vállalkozás tekintettel arra, hogy többségi döntés egyik tulajdonos vállalkozás nélkül sem hozható.

A Euronics Magyarország három ügyvezetője közül az egyik egyben a Vöröskő Kft., a másik egyben az Elektro Quality Kft. ügyvezetője, ez utóbbi minőségében a Bravotech Kft-t is képviselve, illetve van egy független ügyvezetője is, aki részt vesz a kereskedelmi igazgatókkal azokon a megbeszéléseken, amelyeken az akciókra vonatkozó döntéseket hozzák. Az eljárás alá vontak szerint ezeken a megbeszéléseken nem voltak formális döntési

szabályok, a 2007. február 22-i tárgyaláson a képviselő megfogalmazása szerint sokkal inkább "baráti" jellegű találkozóról lehet beszélni.

A reklámújságok felelős kiadója az Euronics Magyarország Kft. A terjesztés módja és körülményei, beleértve a szükséges példányszámok meghatározását is, a tulajdonos tagvállalkozások saját, egyéni döntésein alapulnak.

A reklámújság tartalmának kialakítására vonatkozóan az eljárás alá vontak a vizsgálati szakaszban azt hangsúlyozták, hogy az erre irányuló döntéseket az Euronics Magyarország Kft. által rendszeresen összehívott megbeszélések a tulajdonos vállalkozások közösen hozzák. A versenytanácsi szakaszban – megismerve a Versenytanács előzetes álláspontját – már azt emelték ki, hogy a reklámkampány tartalmáért végső soron az Euronics Magyarország Kft. felelős, mert véleményeltérés esetén döntési joga van, illetve ő határozza meg az akciók arculatát, formátumát, beleértve a jelen eljárásban vizsgált árfeltüntetési gyakorlatot is.

Az Euronics Üzletlánc lényegét tekintve elsősorban beszerzési társaság, amelyhez járul az azonos arculat és megjelenés mint marketing eszköz használata. Ezen belül az akciók során alkalmazott árfeltüntetés módja – az eljárás alá vontak állításával szemben – nem közös, nemzetközi gyakorlat, az egyes országokban eltérhet egymástól.

Az Euronics Magyarország Kft. éves árbevétele 150 és 200 millió forint közötti, miközben a tulajdonos vállalkozások éves forgalma milliárdos nagyságrendű.

A fentiek mérlegelése alapján a Versenytanács nem fogadta el hitelt érdemlőnek az eljárás alá vontak azon nyilatkozatát, miszerint az árfeltüntetési gyakorlatra vonatkozó döntésért kizárólag az Euronics Magyarország Kft-t terheli a versenyjogi felelősség. Az árfeltüntetési gyakorlatra vonatkozó döntés a Versenytanács szerint nem választható el teljes mértékben az akciós termékek körére, illetve az akciós árakra vonatkozó döntésektől, amelyek nyilvánvalóan a tulajdonosok érdekkörébe tartozónak minősülnek. Az eljárás alá vontak – a Versenytanács előzetes álláspontjának megismerését megelőzően – egybehangzóan és egyértelműen úgy fogalmaztak, hogy az akciós termékekre vonatkozó döntést az Euronics Magyarország Kft. tulajdonosai hozzák, szó sem esett arról, hogy az általuk irányított vállalkozásnak – vita esetén – döntési joga lenne.

Ugyanakkor az sem állapítható meg egyértelműen, hogy a reklámkampányokkal, illetve a reklámújságban alkalmazott árfeltüntetési gyakorlatra vonatkozó döntést kizárólag a tulajdonosok hozták volna. Az Euronics Magyarország Kft. egyik feladata az egységes marketing-arculat kialakítása, amelybe beletartozhat az árfeltüntetési gyakorlat kérdése is.

A döntési kompetenciák megállapítását nehezíti, hogy az eljárás alá vontak nem nyújtottak be olyan szerződést vagy megállapodást, illetve bármilyen olyan dokumentumot, amely az Euronics Kft. kizárólagos felelősségét – vagy annak ellenkezőjét – alátámasztaná. Az eljárás alá vontak nyilatkozatai a Versenytanács szerint részben egymásnak ellentmondóak voltak, részben pedig jelentősen befolyásolta az a körülmény, hogy az eljárás melyik szakaszában került arra sor. Ugyanakkor alappal feltehető, hogy az Euronics Magyarország Kft. a Vj-40/2006. sz. eljárás során megtévesztő nyilatkozatot tett, amikor nem tette világossá, hogy a nem akciós időszakban egységes árak nem érvényesülhettek. Mindezek alapján a Versenytanács az eljárás alá vontak nyilatkozatát – az azt alátámasztó egyéb bizonyíték nélkül – nem fogadta el.

Az Euronics és a másik három vállalkozás közötti irányítási-döntési felelősség megoszlásának pontos meghatározását továbbnehezíti az a körülmény is, hogy az Euronics ügyvezetői közül kettő egyben a tulajdonos vállalkozásokat is irányítja, ugyanakkor a harmadik ügyvezető "független".

Mindezek alapján a Versenytanács arra az álláspontra helyezkedett, hogy az eljárás alá vontak közötti döntési kompetenciák – a vállalkozások közötti személyi, irányítási és üzletviteli kérdések jelen eljárás tárgyát képező árfeltüntetési gyakorlat tekintetében – nem választhatók szét, ezért valamennyi eljárás alá vont felelősségét megállapította a jogsértéssel összefüggésben.”

- A Vj-102/2006. sz. eljárást mind a négy eljárás alá vonttal szemben folytatta le a Gazdasági Versenyhivatal; a Versenytanács 2007. március 29-én kelt határozatával megállapította, hogy 2006. január 1. és április 10. közötti reklámújságokban a nem akciós árakból számított árkedvezmények mértékéhez kapcsolódó árfeltüntetési, valamint a vele együtt értelmezhető ÁFA csökkentés feltüntetési gyakorlata fogyasztómeztévesztésre alkalmas.

Az ÁFA csökkentéshez kapcsolódó kifogásolt tájékoztatási gyakorlat folytatását megtiltotta.

Ezt meghaladóan a jogsértés hiányát állapította meg.

II.

A Tptv. 44. §-án keresztül hatályosuló 2004. évi CXL. tv. (Ket.) 114. § (1) bekezdése szerint, ha a hatóság megállapítja, hogy a közigazgatási ügyekben eljáró bíróság által el nem bírált döntése jogszabályt sért, a döntését módosíthatja vagy visszavonhatja. Az (1)

bekezdés szerinti eljárásra, a kivételeket nem tekintve, a hatóság csak egy ízben, és ha a törvény eltérően nem rendelkezik, a határozat közlésétől számított egy éven belül jogosult úgy, hogy nem sérthet jóhíszeműen szerzett és gyakorolt jogot.

III.

Az Euronics jóhíszemű eljárásvitelének hangsúlyozásával elsődlegesen a módosítás jogszabályi feltételeinek hiányában a Vj-40/2006/20. sz. határozat hatályban tartását, másodlagosan a Vj-40/2006/20. sz. határozat módosítása esetén is a kiszabott 3.000.000.- Ft bírság változatlan összegben való fenntartását kérte.

A 20. sz. határozat hatályban tartását, azaz a módosítás mellőzését azért kérte, mert a módosítás

- sérti a jogbiztonságot, a hivatal gyakorlatában példátlan a határozat visszavonása, módosítása;
- a Versenytanács módosítással kíván mesterségesen összhangot

teremteni a Vj-40/2006. sz., valamint a Vj-102/2006. sz. és a Vj-149/2006. sz. eljárásbeli döntései között, mert szerinte árfeltüntetési gyakorlatának a 20. sz. határozatbeli megítélése ellenkezik a Vj-102/2006. sz. és a Vj-149/2006. sz. eljárásokban hozott határozatok érvelésével. A hivatal kizárólag azt vizsgálta a Vj-40/2006. sz. eljárásban, hogy jogosan tüntette-e fel az Euronics a magasabb eredeti árat; nem merült fel az eredeti ár értelmezésének az a problémája, ami a másik két eljárásban felszínre került

- a 20. sz. határozat alapján jogot szerzett arra, hogy versenyfelügyeleti eljárásban – jogerős bírói döntés hiányában – még egyszer ne kelljen számot adnia a Vj-40/2006. sz. eljárás tárgyáról. Úgy vélte jóhíszemű eljárásával jogot szerzett arra, hogy további költségeit ne okozza a határozat módosításával kapcsolatos eljárás lefolytatása.

A korábban kiszabott versenyfelügyeleti bírság emelését indokolatlannak tartotta, mert

- a bírság kiszabása kizárólag mérlegelésen és nem jogszabályi kötelezettségen alapul;
- az Euronics a Vj-40/2006-os eljárás során jóhíszeműen járt el;
- az Euronics az árfeltüntetési gyakorlata során úgy járt el, ahogyan az az adott helyzetben elvárható volt, tekintettel a magyarországi gyakorlat hiányára és a nemzetközi gyakorlatra;
- a Versenyhivatal az Euronics-szal szemben korábban nem folytatott le versenyfelügyeleti eljárást;

- az Euronics árteltüntetési gyakorlatát a Vj-102/2006-os eljárásban és a Vj-149/2006-os eljárásban 2006-ra vonatkozóan már vizsgálta és értékelte;
- a Vj-40/2006-os ügyben a Versenyhivatal nyolc termék vonatkozásában vizsgálta az árfeltüntetési gyakorlatot; most az előzetes álláspont 1. Mellékletének 3., 4., 6., 8. pontjában bemutatott termékeket érintő magatartások tekintetében szándékozik jogsértést megállapítani, ez a magatartás azonban 2006. január 1. előtt csak három termék vonatkozásában valósult meg;
- a Versenyhivatal a Vj-149/2006-os eljárásban magas összegű bírsággal sújtotta az Euronics-tagvállalkozásokat a 2006. április 10. és augusztus 17. között alkalmazott árfeltüntetési gyakorlatuk miatt, amely azonos volt a Vj-40/2006-os ügyben vizsgált árfeltüntetési gyakorlattal;
- a Vj-149/2006-os eljárást követően az Euronics és a tagvállalkozások változtattak a korábbi árfeltüntetési gyakorlaton.
- indokolatlannak tartotta a Vj-40/2006-os eljárásban megállapított tényállás alapján versenyfelügyeleti eljárást indítani a másik három tagvállalkozás ellen, hiszen a jogsértést a Versenyhivatal ugyanazon magatartás vonatkozásában már a Vj-102/2006-os és a Vj-149/2006-os ügyekben megállapította és annak folytatását megtiltotta. Ennek a kötelezésnek az Euronics és a tagvállalkozások eleget is tettek.

IV.

A Versenytanács szerint a jelen eljárásban a 20. sz. határozat módosításának jogszabályi feltételei fennálltak. Határozata jogszabálysértő, mert a döntéskor mérlegelt tények nem feleltek meg a valóságnak, amelynek felismerése következtében a közigazgatási szervnek alkalmaznia kellett a Ket. 114. §-t.

A döntés visszavonás, módosítás jogintézményének célja, hogy a fellebbviteli, bírósági jogorvoslatot megelőzve, a hatóság maga küszöbölje ki döntésének felismert jogszerűtlenségét és így ne hárítsa a kiküszöbölés terhét és felelősségét szükségtelenül a jogorvoslati eljárásra.

Éppen ezért a jogintézmény, továbbá alkalmazásának törvényi feltételei a jogbiztonság növelése, s nem a jogbizonytalanság irányába hatnak.

Ettől megkülönböztetendő a jogintézmény alkalmazásának gyakorisága, amely annak a függvénye, hogy egy hatóság rendszeresen hoz-e jogszerűtlen döntéseket, a jogszerűtlenséget felismeri-e, s ennek megfelelően cselekszik-e. A jelen esetben, a vázolt korábbi eljárások ellenére, a hivatal tudomására csak a Vj-149/2006. sz. eljárásban jutott az Euronics hálózatban üzlettulajdonosonként önállóan folytatott árpolitika ténye akciós

időszakon kívül. Háttérben maradását elősegítette az akciós ár hálózatbeli egyöntetű érvényesülése, s így rejtve maradt, hogy az árengedmények viszonyítási alapja, már az „eredeti ár” szóhasználat és összegszerű megjelölése is versenyjogi kifogás alá esik. Annak ismételt hangsúlyozásával, hogy téves az Euronics arra hivatkozása, hogy a hivatal a Vj-40/2006. sz. eljárásban árfeltüntetési gyakorlatot vizsgált, az eredeti ár kapcsolatának az önálló üzletpolitikával nemcsak a Vj-149/2006. és a Vj-102/2006. sz. eljárásban volt alapvető jelentősége. A Versenytanács a jelen eljárásban nem ismerte fel és nem is kellett felismernie, hogy az Euronics csatolt árbizonyítékai és a kétségbe nem vont állításai, azaz, hogy a csatolt árak érvényesültek a kifogásolt akciók kezdetéig – alkalmatlanok bizonyításra, aminek sikertelensége az Euronics-et terheli (Grtv. 17. § (3) bekezdés). Ugyanis az eredeti árral azonosított ajánlott árak csak véletlenszerűen érvényesülhettek, és nem intézményesített egyöntetűséggel, ahogy az mind a nyolc termék esetén a fogyasztó szempontjából a Tpv. 9. § alapján értelmezhető volt.

Az önálló üzletpolitika tényének korábbi ismeretében a Versenytanács a csatolt árbizonyítékokon alapuló Euronics állításokat sem fogadta volna el, ami által szükségtelenné is vált volna a termékenkénti kedvezményértékelés, hiszen mind a nyolc terméket érintette „az eredeti ár” feltüntetésének felismert jogellenessége, amely által mind a nyolc termék kedvezményközlése alapjaiban dőlt meg.

A Versenytanács a határozat módosítás tényét átvezette a 20. sz. határozat mellékletét képező táblázatban, amely a jelen 33. sz. határozat melléklete is.

A Versenytanács értelmezhetetlennek tartotta az Euronics azon újbóli felvetését, hogy határozat módosítást legfeljebb három terméke vonatkozásában tartotta megalapozottnak, mert eljárásbeli átfedések vannak. E kérdésben a Versenytanács a Vj-102/2006. sz. eljárásban már állást foglalt, s rögzítette, hogy egyetlen más eljárás a Vj-40/2006. sz. eljárást átfedéssel nem érinti, mert nem gyakorlatot, hanem egyes áruk kedvezményeit vizsgálta.

A módosítás során a Versenytanácsnak ki kellett térnie arra, hogy az Euronics rosszhiszeműen közrehatott-e a valós tényállás feltárásának megghiúsulásában kifejezetten vagy mulasztással, amelyre a Vj-149/2006/39. sz. határozat utalt és jelen eljárásbeli szankcionálását a Tpv. 61. §-a lehetővé teszi.

A 20. sz. határozatból levonhatóan a Versenytanács tényállás feltárása arra irányult, hogy érvényesültek-e az eredeti árak mondott forgalmazói ajánlott árak a hálózatban, miközben fogalmilag fel sem merült az eredeti árak akár üzletenkénti eltérésének ténye. Az Euronics eljárásbeli védekezéséből, miszerint azt állította, hogy a forgalmazók ajánlott árai

érvényesülnek a hálózatban, mert eredeti árak, nem következett rosszhiszeműsége, azaz az akár üzletenkénti önálló árpolitika tényének elhallgatása. Az Euronicsnak, mivel a forgalmazói ajánlott árakat mindenhol érvényesülőnek tartotta, nem kellett felmérje, hogy az önálló üzletpolitika léte önmagában cáfolja vagy legalábbis gyakorlatilag lehetetlenné teszi az ajánlott árak hálózatbeli egyöntetű érvényesülését.

A határozat módosításának nem törvényi eleme a jó vagy rosszhiszeműség, ami azt jelenti, hogy a hatóság az eljárásvitel minősítésétől függetlenül alkalmazhatja a jogintézményt.

Az eljárásvitel nem azonosítható a jóhiszeműen szerzett és gyakorolt jogokkal sem, amely a döntésmódosítás törvényileg kizárt esete (Ket. 114. § (3) bekezdés).

Az Euronics idevonatkozó hivatkozása téves jogértelmezés, mert az Euronics semmiféle jogot az eljárás következményeként nem szerzett jóhiszeműen és ennél fogva szerzett jogainak gyakorlására nem is indíthatta.

Az eljárásban aggálymentes volt a kifogásolt magatartás („Tud-e olcsóbbat?” táblázat 19.) Tptv. 8. § (2) bekezdés a) pontja szerinti minősítése, valamint a nyolc termék árkedvezményének minősítése a Tptv. 8. § (2) bekezdés c) pontja szerint (táblázat 1-8.), miután az Euronics az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő engedményekről megtevesztésre alkalmas tájékoztatást adott.

A kérdés az volt, hogy az „eredeti ár” kifogásolható voltát külön az a. pont alá tartozónak is minősíthette-e, mint az áru áráról adott tájékoztatást, vagy a c. ponttal együtt a d. pontot is alkalmazza-e, miután a c. pontbeli előnyös vásárláshoz képest tartalmilag különösen előnyös vásárlás hamis látszata is keletkezett.

A Versenytanács szerint a kifogásolt árureklámok hangsúlya az árkedvezményen van, amelynek viszonyítási alapja ugyan az „eredeti ár”, de csupán az adott esetekben kedvezményfeltüntetési elem, nem önállóan minősíthető árkijelentés, amely a vásárlás különösen előnyös voltának hamis látszatát elősegíti (d. pont).

A Gazdasági Versenyhivatal az eljárást a Vj-40/2006. szám alatt kizárólag az Euronics-sal szemben indította meg, s nem vonta eljárás alá a másik három vállalkozást. Ennek oka az volt, hogy az Euronics önálló piaci szereplő, amelynek jogsértését vélelmezte.

A határozat módosítása során betartandó ügyazonosság követelménye meggátolta, hogy a jelen eljárásba a hivatal utólag bevonja a másik három tagvállalkozást, de nincs akadálya, hogy velük szemben is, a Tptv. 70. § (1) bekezdésben írt feltételek fennállása esetén eljárást indítson a Vj-40/2006. sz. eljárásban kifogásolt magatartás miatt.

Mivel a Versenytanács a táblázatban megjelölt 3.4.6.7.8. esetben is jogsértést állapított meg, a korábbi indokolást részben módosította és a korábban kiszabott bírságot magasabb összegben határozta meg.

A bírság kiszabásánál az Euronics indokai közül figyelmen kívül hagyta a bírságkiszabás mérlegelhető voltát, az Euronics eljárásvitelének minősítését, a hivatkozott eljárásátfedéseket, a gyakorlatváltoztatást (az eljárás tárgyánál fogva közömbös).

A bírság növelése irányába hatott, hogy az eljárás teljes mértékben jogsértés megállapítására adott alapot (Tpvt. 77. § (1) bekezdés d) pont); az eredeti ár feltárt bizonytalansága az összes közölt árengedményt alapjaiban döntötte meg és fokozta a kifogásolt tájékoztatás megtévesztésre alkalmasságát a nyolc terméket illetően.

Enyhítő körülményként vette a Versenytanács figyelembe, hogy az eljárásokból ismertén a többi három tagvállalkozás is közreműködik a marketingdöntésekben, amely ténynek tükröződnie kell a hozzájuk képest csekélyebb bevétellel rendelkező vállalkozás marasztalásában.

A Tpvt. szerinti határozat elleni jogorvoslati jogot a 83. § biztosítja az Euronics számára.

Budapest, 2007. június 21.

Termékek és a vélelmezett jogsértés	Euronics álláspont	Vizsgálói álláspont	Versenytanácsi álláspont
1.) Notebook ECS G320 2005. május 20. EURONICS akciós újság és óriásplakát hirdetése: 149.999,- helyett 99.999,- + áfa.	Notebook 2005. május 20-i szórólap A szórólapon jól olvashatóan megállapítható, hogy a 149.999,- Ft-os ár bruttó ár, továbbá hogy a 99.999 + ÁFA ár 124.999,- Ft összesen. A GVH számára zsinórmértékül szolgáló fogyasztó az ésszerűen eljáró fogyasztó. Mint azt a VJ-34/1999. sz. határozatában a Versenytanács megállapította a reklám esetén a vizuális és szöveges megjelenítés együttesen értékelendő. Elvárható, hogy a fogyasztó, amikor egy reklámot megtekint, annak teljes szövege alapján hozza meg döntését. Márpedig az akciós felhívás és a mellette levő szöveg egyértelműsíti a fogyasztó számára, hogy a 99.999 + ÁFA a bruttó ár. (Ez abból is kiderülhet, hogy a + ÁFA megjelölés külön feltüntetésre került.) A VJ-106/2005 határozat szerint a Versenytanács különbséget tesz a kis értékű ügyletek és a nagy értékű ügyletek között: „... a mindennapi, nem nagy értékű, gyakran vásárolt fogyasztási cikkek reklámozásakor tanúsítandó magatartással szemben, ahol a fogyasztótól nem várható el, hogy a kapott információhalmazt a vásárlás előtt alaposan megvizsgálja, azaz pl. az áru címkéjén szereplő információkat hosszadalmasan tanulmányozza – a huzamosabb, nagyobb értékű ügylet esetén a fogyasztókkal szemben is magasabb elvárás támasztható, főként akkor, ha nem valótlán (...) számukra esetleg ellentmondó információval találkozik. Ebből következik, hogy egy 100.000,- Ft összegű, nagy értékűnek nevezetett vásárlás esetén a fogyasztótól elvárható, hogy tájékozódjon, olvassa el az apró betűs tájékoztatást és fogyasztói döntést ezt követően hozzon. A 2005. május 20-i szórólapon megjelenített notebook-kal kapcsolatos információk nem tévesek, a valóságnak megfelelőek és széleskörűek. Így a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolásáról nem lehet szó. Óriásplakát kampány. Az óriásplakáton is feltüntetésre került az ár: 99.999 + ÁFA, továbbá a bruttó vételár: 124.999,- Ft is olvasható. Összhangban a Versenytanács VJ-106/2005. sz. határozatával, mivel nagyobb értékű berendezésre vonatkozik a reklám, a fogyasztótól a szélesebb körű tájékozódás elvárható. A 2005. szeptember 1-i reklámmal kapcsolatos elmondottak megegyeznek a 2005. május 20-i szórólappal kapcsolatosan elmondottakkal. A VJ-68/1997. sz. határozatában a Versenytanács kimondta, hogy a kedvezményes ár feltüntetése, ha az alacsonyabb a korábbi árnál, nem alkalmas a fogyasztó megtévesztésére. A 2006. január 2-i szórólappal kapcsolatosan ismét utal a 2005. május 20-i szórólappal kapcsolatban elmondottakra. Ha 2006. januárjától a termék árát emelték 2005. szeptemberéhez képest, úgy jogosan tüntethették fel a 173.280,- Ft-ot.	2005. május 20. EURONICS akciós újságban: 149.999,- helyett 99.999,- + ÁFA. A kiskereskedelmi értékesítésben a nettó ár feltüntetés az adott módon, az engedményt nem tartalmazó bruttó árhoz viszonyítva lehet jogsértő. Mivel az alkalmazott grafikai megoldásban a „+ÁFA” kitétel harmadnagyságú betűvel szerepelt a szórólapon, a fogyasztó – első ránézésre – az alacsonyabb, nagyméretű nettó árat gondolhatta a termék fogyasztói árának, ezért a megtévesztésre való alkalmasság jelen esetben megállapítható. Az óriásplakát kampányban – 2005. szeptember (VJ-40/2006/12/9 sz. melléklet) csak a 99.999,- + ÁFA megjelölés szerepel, a megtévesztésre való alkalmasság itt egyértelmű.	Az eredeti ár egységesen eleve nem érvényesül. Az eredeti árról azt sem tudni, hogy bruttó ár, mivel az akciós ár egyértelműen nettó ár. A fogyasztó ezért az eredeti árat is nettó árnak vélheti, amelyből következően a kedvezmény nagysága még kedvezőbb. A Versenytanács álláspontját erősíti, hogy más esetekben az eredeti és a kedvezményes árat az Euronics egyaránt bruttó árként adta meg. A 2006. január 2-i szórólap tájékoztatás nem lelhető. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
2.) Samsung televízió 25M064 2005. november 10-i és november 18-i szórólapon a termék ára, illetve az engedmény mértékének feltüntetése. 2005. november 10.: 69.999,- helyett csereakcióban 59.999,- 2005. november 18.: ráadás porszívóval 79.999,- helyett – 25%, így 59.992,- 2006. február 1.: 79.990,- helyett 30%, így 56.976,-	Samsung televízió. A 2005. november 18-i szórólapon foglaltak megfeleltek a valóságnak. A 2005. november 18-i szórólapon a fogyasztót nem tévesztik meg. A televízió árát (69.999,- Ft) megnövelték a porszívó árával (79.999,- Ft) és ebből vontak le 25% kedvezményt. Az árengedmény így valós volt. A 2005. november 10-i szórólapon feltüntetett akció csereakció volt, ahol az engedmény nem azáltal valósult meg, hogy a cég az árat közvetlenül csökkentette, hanem azáltal, hogy az eredeti ár alkalmazásakor figyelembe vette a beszállított és leadott használt termék árát, így juthatott az alacsonyabb árra. 2006. során a termék árát az Euronics Kft. megemelhetette, így elfogadható a 30% árengedmény érvényesítése is.	Megállapítható, hogy a három akciós újságban közölt tájékoztatásban csak az eladási ár (fogyasztói ár) - 59.999,- Ft – azonos vagy hasonló. Az adatokból az állapítható meg, hogy a 2005 novemberi „ráadás porszívó” akciókban alkalmazott árból adta 2006 februárjában a 30% engedményt. A megtévesztésre való alkalmasság megállapítható.	A Versenytanács egyetért a vizsgálói megállapítással, akként, hogy az Euronicsnak bizonyítania kellett volna a terhére esően, hogy a Samsung televízió eredeti ára minden üzletben önmagában volt 69.999,- Ft, illetve 79.999,- Ft 2005. végén, 2006. elején. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
3.) Polar PDT-519 mosógép 2005. novemberi szórólapokban az árfeltüntetés és a Whirlpool logo használata. 2005. november 2.: csereakcióban hirdeti 59.999,- Ft helyett 49.999,- Ft-ért. 2005. november 10.: 59.999,- Ft helyett 49.999,- Ft. 2005. november 18.: 25% kedvezménnyel 66.666,- Ft helyett 49.999,- Ft.	Nem sugallja azt a szórólap, hogy az Euronics Kft-nél 20% az ÁFA. Az ÁFA 5%-os csökkenése a 2005. novemberében már bejelentett kormányzati intézkedésre utal. A szórólapon mindenhol fel van tüntetve a tényleges ár és a csökkentett ár, így a fogyasztó pontos tájékoztatást kap a tényleges árcsökkenés mértékéről. Igazából a fogyasztót nem az ÁFA mértékének csökkentése érdekli, hanem az, hogy az eredeti árhoz képest mekkora az árcsökkenés: erről pedig pontos információt kap a szórólappól. 2005. október 1-én 66.900,- Ft volt az írásbeli bizonyítékkal igazolt eredeti ár, a fogyasztó javára tévedett, ami nem jogsértés.	A szórólapokból megállapítható, hogy a november 10-i csereakcióban 59.999,- helyett 49.999,- Ft-ért adják a készüléket. 2005. november 18-án 66.666,- helyett – 25%-kal értékesítik ugyanezen az áron. Az eljárás alá vont által csatolt Vj-40/2006/10/ számú irat 21 számú mellékletében szereplő számla szerint a gépet a Whirlpool „Polar” márkanéven (elnevezéssel) értékesíti. A Polar termékeket a Whirlpool csoporthoz tartozó gyártók állítják elő, ebből következően a reklámújságban a termék képe alatt a „Whirlpool” és a „Polar” logo egymás melletti feltüntetése – a gyártó, illetve a technológia azonossága miatt - nem valósítja meg a megtévesztést. A Whirlpool gyári garancia nem erősíti a megtévesztés hatását.	A Polar-PDT-519 mosógép 2005. november 10-ig csereakció nélkül állítólag 59.997,- Ft-ba került, november 18-án pedig az akció nélküli árat 66.666,- Ft-ban tüntették fel. Az Euronicsnak bizonyítania kellett volna a terhére esően, hogy a mosógép 66.666,- Ft-os ára 2005. november 10. és 18. között érvényesült mindenhol. Ennek hiányában az árengedmény megjelölése 25%-ban valótlan. A Versenytanács sem kifogásolta a Whirlpool logo használatát. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
4.) Samsung projektor SP43T 2005. november 10-i szórólapon csereakcióban és 2005. november	A november 10-i és 18-i szórólapos megjelenítés között üzletpolitikai változás következett be. Korábban csereakcióban hirdették a terméket, ezt követően árengedményt alkalmaztak. Nem megtévesztő a 249.999,- Ft-os ár, mert bizonyítottan 2005. február 10-én 249.999,-	A terméket a 2005. november 10-i szórólapon csereakcióban 249.999,- helyett, a 2005. november 18-i szórólapon 239.990,- helyett – 25% kedvezménnyel, de ugyanazon az áron értékesítették	Az Euronics 2005. november 10-én 249.999,- Ft eredeti árral, november 18-án pedig 239.990,- eredeti árral jelölte ugyanazt a Samsung SP43T projektoros televíziót, de november 18-án az

18-i szórólapon kedvezményel ugyanaz az ár.	Ft volt ez eredeti ár, a fogyasztó javára tévedett, ami nem jogsértés.	(179.999,- Ft, illetve 179.992,-ért). Az eltérő tartalmú (elnevezésű) akció (csere, kedvezmény) két egymást követő periódusban megfogalmazásában különbözik. Ami a megtévesztésre alkalmasságot alátámasztja, az az eredeti ár változtatása a két újságban.	SP43T jelölést kihagyta. Előbb csereakcióval, utóbb árengedménnyel az akciós ár 179.992, illetve 179.997,- Ft lett. Az Euronicsnak bizonyítani kellett volna terhére esően az eredeti árat, mert a kedvezmény ehhez képest jogszerű. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
5.) Samsung CW29Z306T Slim fit televíziót 2005. november 02-án 149.999,- Ft-os eredeti áron hirdette és 129.999,- Ft-ért adta csereakcióban, a 2006. február 1-i szórólapon ugyanezt 30% kedvezménnyel 173.280,- Ft helyett 119.876,- Ft-ért adta.	A termék eredeti ára 173.280,- Ft volt. A 2006. február 1-i szórólapon 173.280,- Ft helyett 119.876,- Ft-ért értékesítették a terméket. Ez 30%-os árengedményt jelent. A mínusz 5% ÁFA a 30%-hoz képest más színnel van feltüntetve és csupán azt jelenti, hogy a Euronics alkalmazza áraiban az 5%-os ÁFA csökkenést. 2005. során a termék ára 173.290,- Ft volt, a 149.999,- Ft eredeti ár megjelölés, ha nem felelt meg a valóságnak, a fogyasztót hátrány akkor sem érte, ezért a VJ-1/1993. sz. versenytanácsi határozat értelmében a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolását sem lehet megállapítani.	A tv-t 2005. november 02-án 149.999,- Ft-os eredeti áron hirdette és 129.999,- Ft-ért adta csereakcióban. A 2006. február 1. szórólapon ugyanezt a terméket 30% kedvezménnyel 173.280,- Ft helyett 119.876,- Ft-ért adta. Megállapítható, hogy a szórólapon az eredeti ár feltüntetése téves, és a téves tájékoztatás alkalmas a megtévesztésre.	Az Euronicsnak igazolnia kellett volna terhére esően, hogy az eredeti ár 2005. novemberétől februárig 173.290,- Ft volt. Ehhez tartozik, hogy miért jelölte 2005. november 1-én az eredeti árat 149.999,- Ft-ban. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
6.) A Gorenje K177XB hűtőgépet az Euronics 2005. szeptember-októberben az eredeti árat 59.999,- Ft-ban jelölte, csereakcióval 49.999,- Ft-ért adta. 2005. decemberében az eredeti árat 66.666,- Ft-ban jelölte, ami 25%-os árengedménnyel ugyancsak 49.999 Ft-os eladási árat eredményezett. 2006. február 1-vel az Euronics 69.990,- Ft-os eladási árat közölte, amelynek 30%-os kedvezményes vételára 48.975,- Ft lett.	A hűtőgép ára igazoltan 2005. májusától 66.900,- Ft volt. 2005. szeptember től december felé haladva az eredeti ár ezalatt, illetve az igazolt árral közel azonos volt. A fogyasztó javára tévedett, ami nem jogsértés.	Az eredeti ár változtatása a megtévesztésre alkalmasságot alátámasztja.	Az Euronicsnak terhére esően bizonyítania kellett volna, hogy 2005. decemberétől az eredeti ár valóban 66.666,- Ft volt. Ennek hiányában a 25%-os, illetve a 30%-os árengedmény valótlán. A Versenytanács nem kifogásolta a – 5% ÁFA jelölést, mivel a 30%-os árengedménybe egyértelműen beleértendő. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
7.) Nokia kártya független mobil telefon 2600-t 2006. február 16-án ezt a terméket -33%-al hirdették 29.990,- Ft helyett 19.975,- Ft-ért. Ez a termék már „bevezető áron” 2005. szeptember 30-án is ennyibe került. Csereakcióban 29.999,- Ft helyett 19.999,- Ft-ért.	2005. szeptember 30-a és 2006. között áremelésre került sor. 2005. folyamán az Euronics csereakcióról határozott, a kártyához (telefon) 19.990,- Ft-ért is hozzá lehetett jutni. 2005. végén 2006. elején a termék tekintetében a Euronics új árengedmény alkalmazásáról döntött. Az árengedmény –33%-ban valósult meg csereakció nélkül. Ez az árengedmény a csereakció hiánya miatt eltérő jellegű volt a 2005-ös árengedménytől.	Megállapítható, hogy az árfeltüntetés, pontosabban a 2006-os kiinduló árfeltüntetés téves. A megtévesztésre alkalmasság megállapítható. Rögzíteni kell, hogy a csökkentett fogyasztói ár 2006-ban sem magasabb a 2005. évinél.	Az Euronicsnak terhére esően bizonyítania kellett volna, hogy 2005. szeptemberében és 2006. februárjában is a Nokia kártya állított eredeti ára 29.999,- Ft, illetve 29.990,- Ft volt minden üzletben, amelyhez képest csupán a kedvezmény jellege változott szeptemberben cserével, februárban 33%-os árengedménnyel alakult ki a kedvezményes 19.999,- Ft, illetve a 19.975,- Ft-os eladási ár. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
8.) Polar 650-es mosógép. Ez a termék nem Whirlpool termék, ezért a logo sem használható. Megtévesztő lehet, hogy egy nem márkás terméket a piac ismert mosógépmárkájával hirdetnek és ezt megerősítik azzal, hogy Whirlpool garanciát adnak hozzá.	A Whirlpool logo használata nem kifogásolható, mert a Polar 650-es mosógép a Whirlpool csoport tagja.	A Whirlpool logo használata nem kifogásolható, mert a Polar 650-es mosógép a Whirlpool csoport tagja.	A Polar 650-es mosógép a Whirlpool csoport tagja valóban. Egyébként lásd ide a 16. sz. előzetes álláspont táblázatának 8. rovatát, amelyben a Versenytanács a bizonyítás szükségességére figyelmeztetett. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c+d) pont).
9.) A „Tud ennél olcsóbbat!” jelszó, amely a 2005. II. félévi és 2006. évi reklámújságok vezető szlogenje volt.	A „Tud ennél olcsóbbat!” téves kifejezés. Ténylegesen az alábbi szlogen hangzik el: „Tud ennél olcsóbbat?” Az ÁFA csökkentésre való hivatkozás pedig összhangban van a Kormány által a Euronics-nek adott védjeggyel. A Kormány ugyanis azokat a cégeket, amelyek tényleges ÁFA csökkentést alkalmaztak védjegy viselésével bízta meg. A Euronics ezért tünteti fel a –5%-os védjegyet szórólapjain megkülönböztetett színnel.	A „Tud ennél olcsóbbat!” jelszó, amely a 2005 végi és 2006 évi reklámújságok vezető szlogenje volt jogsértő. A választott figyelemkeltő kifejezés önmagában, a reklámeszközök környezetével összevetve (szórólapon, plakátokon, tévéreklámban) alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. Nem fogadható el az eljárás alá vont védekezésének az a része, hogy kérdés formában közölt figyelemfelkeltés nem alapozhatja meg a megtévesztésre való alkalmasság megállapítását. A szlogent ugyanis a vizsgálat szerint úgy kell és csakis úgy lehet értelmezni, hogyha a fogyasztó tud ennél olcsóbbat, akkor odamegy vásárolni, ha nem tud, mert a kisvárosban (településen) az Euronics-on kívül más üzlet (versenytárs) nincs, akkor a kérdés formájában közölt - kódoltan: „a legolcsóbb vagyok” - üzenet valóságtartalma, illetve az összehasonlítás realitása megkérdőjelezhető.	A Versenytanács fogyasztómegtévesztésre alkalmasnak tartotta a „Tud ennél olcsóbbat?” kifejezés használatát, függetlenül az alkalmazott írásjeltől, mert a közölt árak teljes skálájának a legalacsonyabb voltára utalt. A Versenytanács a jogsértést megállapította (Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pont). A jogsértés folytatásával 2006. március-április hó folyamán felhagyott.

