



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-190 /2007/21.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Jakab András (Budapest) eljárás alá vont egyéni vállalkozó ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárás során tartott nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t.

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vontnak a gyöngyösi cipőboltjában értékesített termékekkel kapcsolatos 2007. március 12-től 2007. november 28-ig közzétett egyes reklámjai alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére.

Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontat 150.000.- Ft (Egyszázötvenezer forint) bírság megfizetésére kötelezi, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kell megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételei számlájára.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó keresettel lehet kérni.

INDOKOLÁS

I.

A vizsgálat elindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy Jakab András magánvállalkozó (a továbbiakban eljárás alá vont) 2007. szeptember 18-án a Heves Megyei Hírlapban az alábbi hirdetést tette közzé: „VÉGKIÁRUSÍTÁS! – Időpont – Világmarkás Olasz-spanyol Női-Férfi-Gyermek Bőrcipők-Sportcipők! Minden második pár bőrcipő vagy sportcipő ingyen! - 90 %! Helye: Gyöngyös, Mátyás király út 1.” Tevékenységét ugyanezen időszakban szórólapokon és plakáton is hirdette. A GVH rendelkezésére álló adatok alapján az üzletében forgalmazott áruk vélelmezhetően nem olasz-spanyol eredetűek és vélelmezhetően nem bőrből készültek, valamint a cég több hónapig folyamatosan üzemelt. Felmerült annak gyanúja is, hogy az

eljárás tárgyát képező cipőboltban az eljárás alá vont nem értékesített 90 %-al drágábban cipőket, ezért a hirdetésben ígért árengedmény mértéke fiktív lehetett.

Ezzel a magatartásával eljárás alá vont valószínűsíthetően megsértette a Tpvt. III. fejezetében foglaltakat.

2. Az eljárás kiterjedt az eljárás alá vont Gyöngyösön, a Mátyás király u. 1. szám alatt található cipőboltjával kapcsolatosan közzétett valamennyi marketing kommunikációjára.

3. A közérdek a versenyfelügyeleti eljárás elindítását indokolta, mert az eljárás alá vont piaci részesedése az érintett regionális piacon valószínűsíthetően nem volt elhanyagolható, valamint az általa közzétett marketing kommunikációk elérhették a potenciális fogyasztók jelentős részét.

II.

Az eljárás alá vont

Az eljárás alá vont adatai

4. Név: Jakab András

Cím: 1035 Budapest, Miklós u. 3.

Cégtörténet

5. Az eljárás alá vont vállalkozó 2000. óta tevékenykedik vállalkozóként. Fő tevékenységi köre lábbeli forgalmazás. A jelen eljárással érintett 2007. évi gyöngyösi cipő árusítási tevékenységet megelőzően 2004-ben Budapesten működtetett cipőboltot.

6. A Gazdasági Versenyhivatal jogsértés vélelme miatt még nem folytatott eljárást az eljárás alá vont ellen, bár számos panasz érkezett az eljárás alá vont által Budapesten üzemeltetett boltok ellen, amelyek az azóta eltelt időben megszűntek.

Árbevételi adatok

7. A vállalkozás 2006. évi nettó árbevétele 1.500.000 Ft volt.

III.

Az érintett piac

8. Az érintett piac jelen eljárásban a Gyöngyösön és vonzáskörzetében forgalomba hozott lábbelik piaca. Az érintett termékkörnek nincs helyettesítő terméke.

Keresleti oldal

9. A GFK Hungária Piackutató Intézet felmérése¹ alapján az alábbi vonások jellemzik a cipővásárlókat.

- A potenciális vásárlók 33 %-a csak kétfévente vásárol lábbelit, míg a vásárlók 62 %-a évente többször is. A választott boltoknál a kisboltok, piacok szerepe visszaszorult a harmadik helyre, míg a hipermarketek előretörték a rangsorban.

- Az adott piaci szegmensen a vásárlók többsége az alacsony ár miatt dönt a vásárlásról, azt nem mindig tervezi előre. Ez a vásárlói réteg reklámokkal és egy-egy jól sikerült eladáshelyi reklámmal vásárlásra csábítható különösebb előzetes vásárlási igény nélkül.

- A női fogyasztók fogyasztói szokásaira jellemző, hogy sokkal impulzívabbak, gyakoribb náluk a nem tervezett vásárlás, és jóval fogékonyabbak az akciókra. Férfi fogyasztók esetében az adott piaci szegmensen található boltok jellemzően az utcán is viselhető edzőcipőkből nyújtanak széles választékot, hasonlóan az eljárás alá vont által üzemeltetett boltok választékához.

10. Az érintett termékek jellege jellemzően tapasztalati, hiszen a fogyasztó a használat során tapasztalja meg, hogy a választott termék megfelel-e az általa elvárt minőségi követelményeknek. A különböző egyedi igények mellett a potenciális fogyasztó a minőség és legfőképpen az ár függvényében választ terméket. A minőség összetevő elemei: a lábbeli anyaga, származási helye, divatossága. A termék kiválasztásakor a tartósság egyre kevésbé fontos szempont. A választék bővülésével és a divattrendek gyors változása miatt előtérbe kerültek a divatos lábbelik. A trend gyors lefutása miatt sok fogyasztó nem a drágább, jobb kidolgozású terméket választja. Az olcsóbb kategóriában ezért sokkal gyorsabban bővült a kínálat, különösen a távol-keleti és kínai import megjelenésével. Az olcsó árkatégória megjelenésével a cipőkínálatban is hódítanak a divatszínék.

11. A fogyasztó az adott piaci szegmensen elsődlegesen a piaci szereplők által kibocsátott szórólapokból és esetlegesen a sajtóból szerez információt vásárlói döntésének meghozatala előtt.

¹ Vj-60/2007/9. sz. irat

12. Eljárás alá vonton kívül több vállalkozás foglalkozik lábbelik forgalmazásával az érintett földrajzi piacon. A Vj-60/2007. számú ügy eljárás alá vontjának nyilatkozata szerint, az ilyen típusú boltok legnagyobb konkurensei a különböző piacok, illetve a kínai boltok. A vásárlók többsége impulzív fogyasztó, akik valószínűleg nem is vásárolnának cipőt, ha nem alacsony áron² forgalmazná azokat, így a vásárlók köre megegyezik a kínai boltokéval és piacokéval. Néhány hipermarket választékában, illetve akciói során is vásárolható hasonló árfekvésű lábbeli.

13. A piacon jelen levő kommunikációs eszközök jellemzően újsághirdetések vagy szórólapok, esetleg egy-egy image TV-, vagy rádióreklám. A konkurens vállalkozókra nem jellemző, hogy konkrét árakat hirdetnének, sőt az alacsony árfekvésű szegmensek tekintetében egyáltalán nem volt jellemző a hirdetési tevékenység.

14. 2004 őszétől az eljárás alá vont hirdetéseikhez nagyon hasonló tartalmú szórólapok jelentek meg az eljárással érintett „olcsó cipő” szegmensen. Ezek a szórólapok először a fővárosban terjedtek el, majd a vidéki nagyvárosokban is feltűntek. A szórólapok egyéni vállalkozók által üzemeltetett egy vagy két üzletet reklámoztak a jogsértési vélelemmel érintett szlogenekkel. A kis boltok áruválasztéka szinte teljesen azonos volt. A több mint 10 önálló cég vagy vállalkozó között üzleti kapcsolat nem volt, néhányukat baráti szálak fűzték össze, de a jogsértési vélelemmel érintett szórólapot olyan cégek is alkalmazták tevékenységük népszerűsítésére, akik nem tartoztak ehhez a körhöz.

15. Újsághirdetéssel első alkalommal - a GVH tudomása szerint - az eljárás alá vont és ismerősei (utóbbiak közül ketten a Vj-59/2007. és a Vj-60/2007. sz. versenyfelügyeleti eljárások eljárás alá vontjai) jelentek meg vidéki, a város lakosságához képest nagy példányszámban megjelenő lapokban. (Debreceni Szuperinfo, Dunántúli Napló stb.)

16. Az eljárás alá vont piaci részesedése – saját becslése szerint - kb. 3-4 %.³ Ez vélhetően egy igen óvatos becslés, figyelemmel arra, hogy eljárás alá vont a Gyöngyösön működő cipőboltok számát 80-ra becsülte. A cipőboltokon kívül a vonzáskörzethez tartozó hipermarketek is forgalmaznak lábbelit. Gyöngyös lakossága 20.000 fő.

17. A Fogyasztóvédelmi Főfelügyelőség 2006 májusában lábbelik vásárlási tájékoztatóit ellenőrizte. Az ellenőrzésről készült összefoglaló jelentése alapján megállapítható, hogy az

² A fogyasztót sokszor a merészen alacsony ár (500 Ft) készlet vásárlásra, holott nem is akart lábbelit vásárolni.

³ Az eljárás alá vont piaci részesedését a gyöngyösi piacon egy alkalommal 3 %-ra, másik beadványában pedig 4 %-ra becsülte.

ellenőrzött egységek 80-90 %-ában találtak valamilyen szabálytalanságot. A legtöbb fogyasztóvédelmi jogszabályba ütköző szabálytalanságot a kínai üzletekben találták. A lábbelik eljárásban érintett szegmensében gyakrabban fordulnak elő kisebb-nagyobb szabálytalanságok, mint a magasabb árkategóriában található terméket forgalmazó üzleteknél. (Vj-59/2007/6. sz. irat)

IV.

A kifogásolt magatartás

18. A Heves megyei Hírlap tájékoztatása szerint az eljárás alá vont ötféle hirdetést tett közzé. A szórólap terjesztésére munkatársat kereső hirdetés tartalmánál fogva kívül marad jelen vizsgálat keretein.⁴ A gyöngyösi bolt árukészletét népszerűsítő reklámok négyféle szövegezéssel kerültek kinyomtatásra. Az eljárás alá vont hirdetéseit összesen 39 alkalommal jelentek meg a Heves Megyei Hírlapban 2007. március 12-től 2007. november 22-ig. A hirdetések egy héten hatszor jelentek meg, hétfőtől péntekig a 23.000 példányban megjelenő lapban.

19. A hirdetések jelen eljárásban vizsgált első négy típusa⁵ az alábbi közös, vagy nagyon hasonló elemeket tartalmazta:

- végkiárusítást⁶, vagy csődeljárás⁷ miatti kiárusítást hirdetett,
- a reklámok egy része 1-3 napos akciós időszakra szólt, vagy a készlet erejéig hirdette a kedvezményt,
- 90 %-os⁸, illetőleg 95 %-os⁹ árleszállítást tartalmazott, vagy minden második cipőt ingyen kínált¹⁰,
- világmárkás¹¹, ill. márkás¹² cipőkről szólt,
- olasz-spanyol cipőket hirdetett¹³,
- bőrcipőket¹⁴ reklámozott.

⁴ Az egyik ilyen tárgyú hirdetés - dátuma alapján - a gyöngyösi bolt működési idejének meghatározásához felhasználásra került.

⁵ Az ötödik típusú hirdetés nem a bolti árukszelletet reklámozta, hanem szórólap terjesztéséhez keresett munkatársakat.

⁶ A hirdetések első, harmadik és negyedik típusa

⁷ A hirdetések második típusa

⁸ A hirdetések harmadik és negyedik típusa

⁹ A hirdetések első típusa

¹⁰ A hirdetések második típusa

¹¹ A hirdetések első, második és harmadik típusa

¹² A hirdetések negyedik típusa

¹³ A hirdetéseknek mind a négy típusa

¹⁴ A hirdetéseknek mind a négy típusa

20. A teljes reklámköltség az érintett időszakra 1.356.828 Ft volt.

V.

Eljárás alá vont álláspontja

21. Az eljárás alá vont a vizsgálati szakban kijelentette, hogy szórólapot nem alkalmazott reklámcéllal az eljárásban vizsgált bolt környékén, és három alkalommal hirdetett a Heves Megyei Hírlapban. A tárgyaláson elismerte, hogy 2-3 napig szórólapokon is reklámozta induló vállalkozását, állította, hogy plakátokat nem használt hirdetés céljára.

22. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint azért tartott kiárusítást, mert olyan cégektől kapta árukészletét, akik megszűnnek, vagy profilt váltanak, és ezeknek a cégeknek az árukészletét árulták ki.

23. Kijelentése szerint az összes általa forgalmazott cipő bőr és Olaszországból származik, amit - állítása szerint - számlákkal igazolt. Az olasz eredetre a cipők olaszosan hangzó elnevezéséből következtetett.

24. Boltjában Adidas és Nike cipőket is forgalmazott, amelyek beszerzéséről az eredeti számlákat szintén csatolta az ügy panaszos szakaszában.

25. Üzletében 80-féle különböző lábbelit forgalmazott. A 2007. áprilisi nyitó készlet 4-5.000 Ft-ért megvásárolt, a gyöngyösi boltban eredetileg 20-22.000 Ft-ért kínált, majd két hónap elteltével a beszerzési áron, vagy kicsivel ez alatt értékesített jobb minőségű áruból állt. 40-féle – olcsón beszerzett, alacsony minőségű - bőrcipő 500 Ft-os áron szerepelt a kínálatában.

26. Eljárás alá vont az általa megjelentetett hirdetésekkel kapcsolatosan kijelentette, hogy azoknak hatása nem volt a versenyre, mert nem érzékelt nagyobb forgalmat a hirdetések megjelenésének időszakában.

27. Gyöngyösi cipőboltja – a vizsgálat során tett kijelentése szerint - 4 hónapig üzemelt, azt 2007. december elején bezárta. A tárgyaláson tett nyilatkozata szerint a bolt 2007. április 1-jén nyitott és 2007. december 31-én zárt be.

28. Eljárás alá vont jogsértés hiányában kérte az eljárás megszüntetését. Előadta, hogy 2007. december 31. napja óta nem foglalkozik cipőkereskedelemmel, gondolkozik vállalkozói igazolványának visszaadásán.

VI.

A jogszabályi háttér

29. A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban Tpv.) 8. § (1) bekezdése értelmében tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A törvény alkalmazásában fogyasztónak tekintendő: a megrendelő, a vevő és a felhasználó.

A (2) bekezdés szerint fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha

„a) az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak;

b) elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli;

c) az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak;

d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.”

VII.

Hasonló ügyekben hozott versenytanácsi határozatok

30. A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Vj-59/2007. és Vj-60/2007. számú versenyfelügyeleti eljárások során a jelen eljárás során is vizsgált tényálláshoz nagyon hasonló esetekben megállapította a vizsgált marketing kommunikációk a Tpv. III. fejezetében foglalt rendelkezéseinek megsértését, és 500 ezer forint, illetve 1 millió Ft bírságot szabott ki.

31. A Vj-59/2007. és Vj-60/2007. számú ügyek érdemi határozata az alábbiakat mondta ki a jelen eljárásban is alkalmazott reklámszlogenek tekintetében:

Csődeljárás

„A csőd fogalmához a magyar fogyasztó a működés befejezését és az árukészlet záros határidőn belüli, a valós értéknél jóval kisebb áron történő eladását társítja. A szlogen használata azt a látszatot kelti a potenciális fogyasztóban, hogy a cég a rendkívüli kedvezményeket kínálja, azok csak a reklám által határolt időszakban állnak a fogyasztók rendelkezésére.

A „CSŐDELJÁRÁS” szlogen alkalmazásával eljárás alá vont megsértette a Tpv. 8. (2) bekezdés c) és d) pontját, mert megtévesztő tájékoztatást adott az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő körülményekről, és különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltette.

Végkiárusítás

A végkiárusítás - a Tpv. 9. §-a szerinti értelmezésben - az átlagos fogyasztó számára azt jelenti, hogy a boltban található árukészlet a bolt bezárása miatt igen kedvező áron értékesítésre kerül, alkalmi vételre nyílik lehetőség, de csak a készlet erejéig. A két információ együttesen arra ösztönzi az átlagos fogyasztót, hogy a boltot azonnal keresse fel, hiszen az árukészlet korlátozott. Az azonnali vásárlásra történő ösztönzés minimalizálja az előzetes tájékozódásra szánt időt, azt, hogy a fogyasztó összehasonlítsa az eljárás alá vont által közzétett ajánlatot a konkurencia által kínált választékkal és árakkal.

Az eljárás alá vont üzletét 7 hónapig üzemeltette, s azt folyamatosan látta el áruval, folyamatosan feltöltve az árukészletet. A fogyasztói kommunikációban szereplő „végkiárusítás” kijelentés, tehát nem felelt meg a valóságnak.

Rövid időtartamú ajánlat

Az újsághirdetésben szereplő „A kiárusítás időtartama: február 20-21.” mondat erőteljesen ösztönzi a potenciális fogyasztót a gyors vásárlásra.

A hirdetésben megjelent „A kiárusítás időtartama: február 20-21-ig” szöveggel szemben a fogyasztói kommunikációban szereplő feltételeket az eljárás alá vont nem csak ezen a két napon alkalmazta. Az ajánlat időbeli korlátozottságára vonatkozó tájékoztatás nem felelt meg a valóságnak.

Árleszállítás

Az árkedvezmény valótlanságát a százalékok és az abszolút értékek különbsége is mutatja. Az eljárás alá vont arra sem fordított figyelmet, hogy ezt a két körülményt számtanilag összehangba hozza a fizetendő árral.

VIII.

Jogi értékelés

A reklámokban használt kifejezések versenyjogi értékelése

Csődeljárás, végkiárusítás, rövid időtartamra szóló ajánlat

32. Csődeljárás egyéni vállalkozóval szemben nem folyhatott, mivel az 1991. évi XL. törvény (csődtörvény) hatálya az egyéni vállalkozóra nem terjed ki. Ennek megfelelően a csődeljárás állítása a reklámokban mindenképpen valótlan tartalmú.

33. Nem tekintette valósnak az eljáró versenytanács a „végkiárusítás” kifejezés használatát az első és harmadik típusú reklámokban. Az első típusú reklámokkal a 2007. március-májusi időszakban egy frissen megnyitott bolt árukészletét reklámozták. A 2007. szeptember-novemberi reklámok idején részben az igen intenzív újsághirdetési kampány, részben az a körülmény szól a boltbezárás ellen, hogy 2007. augusztus 15-én eljárás alá vont még „Gyöngyösre utcai szórólap terjesztéséhez keresünk kollégákat” szövegű reklám közzétételét rendelte meg. Elfogadta viszont az eljáró versenytanács a 2007. november 22-i reklám tekintetében a végkiárusításra utalást valóságosnak, tekintettel a gyöngyösi bolt decemberi bezárásának időbeni közelségére.

34. Eljárás alá vont hirdetési a Heves Megyei Hírlapban 2007. március 12-től 2007. november 28-ig¹⁵ jelentek meg. Ezért a reklámban szereplő, az ajánlat időbeni korlátozottságára vonatkozó kijelentések – két-három napra szóló ajánlat, „a készlet erejéig” - nem feleltek meg a valóságnak. Kivételt képez a 2007. november 22-i reklám, amely tekintetében a „készlet erejéig” kitételt az eljáró versenytanács elfogadta valóságosnak, tekintettel a bolt decemberi bezárásának közelségére.

- 90 %, illetve – 95 %

35. Az eljárás alá vontnak a GVH-hoz 2007. október 9-én érkezett beadványa szerint 50 fajta lábbeliből¹⁶ 40-et értékesített 90 % árengedménnyel, a legtöbb cipőt már veszteséggel adta el. Nyilatkozata szerint a cipőket kezdetben annyiért árulta, mint azok a cégek, akiktől vásárolta

¹⁵ November 22-én jelent meg először az utolsó reklám, ami hat napon keresztül került közzétételre.

¹⁶ Eljárás alá vont más alkalommal 80 fféle lábbeliből állította, hogy 40 fajtát 500 Ft-ért értékesített. (vö. 25. pont).

azokat, tehát 25.000-30.000 Ft-ért.¹⁷ A tárgyaláson tett nyilatkozata szerint viszont nem volt tudomása arról, hogy más kereskedők mennyiért árulják ezeket a cipőket. Az eljáró versenytanács a tárgyaláson tett nyilatkozatát fogadta el arra nézve is, hogy 20-22.000 Ft-ért próbálta árusítani ezeket a cipőket, de az első két hónapban gyakorlatilag nem volt árbevétele a boltnak. Állítása szerint Gyöngyösön nem volt igény ilyen drága cipőkre, ezért a nagykereskedő cégekkel egyeztetve akciót hirdetett, s így értelmezve saját áraihoz viszonyította az újsághirdetéseiben és szórólapokban kommunikált kedvezmény mértékét. A magasabb áron történő korábbi forgalmazást nem igazolta eladási számlákkal.

36. A reklámban szereplő árkedvezményt a fogyasztó – joggal – úgy értelmezi, mint a korábban az adott vállalkozás által ténylegesen alkalmazott árak csökkentését. Az a körülmény, hogy a reklámozott terméket esetleg más városban, más körülmények között drágábban árulták, nem ad alapot arra, hogy a vállalkozás saját újonnan alkalmazott, vagy a korábbival azonos árait engedményes árként hirdesse, azt a látszatot keltve, mintha saját árait csökkentette volna. Azt a körülményt, hogy az akciós árú cipőket ugyanabban a boltban korábban magasabb áron értékesítette eljárás alá vont nem igazolta eladási számlákkal, így fenti kijelentései nem alkalmasak a reklámkijelentések bizonyítására. Még ha adott is el 20-22.000 Ft-ért cipőt korábban, az új 4-5.000 Ft-os ár nem 90 %-kal, és nem 95 %-kal olcsóbb.

Világmarkás és markás termékek

37. Az eljárás alá vont 2007. október 9-én a GVH-hoz érkezett nyilatkozatához csatolt számla¹⁸ szerint 25 pár cipőt vásárolt az ADIDAS Budapest, Boráros tér 7. szám alatti boltjában.

Az eljárás alá vont által becsatolt számla nem alkalmas a reklámkijelentések igazolására.

- A pénztárgép által kinyomtatott számla nem tünteti fel a vevőt, így nem bizonyítja, hogy Jakab András volt a vásárló, és azt, hogy a megvásárolt cipők a gyöngyösi boltban kerültek értékesítésre. A számla kiállításának dátuma – 2007. február 20. – korábbi, mint a gyöngyösi bolt nyitásának időpontja. Utóbbi körülmény akkor is a számla bizonyítékként való felhasználhatósága ellen szól, ha azt lehetne megállapításra, hogy a számlára kézzel rávezetett adatok¹⁹ az eladótól, az eladás időpontjában származtak.
- Eljárás alá vont nem bizonyította, hogy az 5.990-8.590 Ft közötti áron beszerzett termékeket 95 %-os kedvezménnyel, 1.500 Ft-ért árusította volna. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a reklámok valóságtartalmának bizonyításához nem elegendő

¹⁷ A versenyfelügyeleti eljárásban a vizsgálók idézésére az eljárás alá vont helyett – az ő meghatalmazásával - Bánki Artúr jelent meg, de – jogszabályi korlátozás miatt – meghatalmazottként nem járhatott el az ügyben. Bánki Artúr azt nyilatkozta, hogy az eljárás alá vont soha nem árulta 30-40.000 Ft-ért a felszámolásra kerülő, illetve kiárusított cégektől vásárolt cipőket. Akiktől az eljárás alá vont vásárolt, azok a vállalkozások árulták ennyiért a cipőket, tehát a vevő ténylegesen 90 %-kal olcsóbban juthat hozzá ezekhez a cipőkhöz (Vj-190/2007/004).

¹⁸ A számlán a vevő neve azonban az eljárás alá vont kézírásával került feltüntetésre, a gyöngyösi bolt címének feltüntetésével.

¹⁹ „Jakab András, Gyöngyös, Mátyás Király u. 1.”

annak igazolása, hogy a boltban kapható volt világmárkás cipő is. A reklám²⁰ ugyanis világmárkás cipők 95 %-os árleszállítását és 1500 Ft-ért való árusítását ígerte.

Olasz-spanyol cipők

38. A reklámban szereplő állítást a reklámozónak, jelen ügyben Jakab Andrásnak kell bizonyítani. Az eljárás alá vont a Hettinger&Hettinger Kft. két eladási számlájával kísérelte meg igazolni, hogy az általa forgalmazott cipők Olaszországból illetőleg Spanyolországból származnak. Az eljárás alá vont által csatolt számlák a termék megnevezése rovatban azt tüntetik fel, hogy a megvásárolt 10 fajta lábbeli származási helye Olaszország, illetve Spanyolország. A Hettinger&Hettinger Kft. azt nyilatkozta, hogy az eljárás alá vont részére értékesített cipőket a Basic Editions Kft.²¹ adta el számára. Ezt az állítást - a vételről csatolt egy számla – nem igazolja²², de az eljáró versenytanács az eladó részéről fennálló bizonyítatlanság alapján nem látta eljárás alá vont, mint vevő rosszhiszeműségét megállapíthatónak.

39. Eljárás alá vont ugyan semmilyen bizonyítékot nem adott arra, hogy a számlák szerint 2006. szeptember 8. napján illetőleg 2006. október 13-án beszerzett cipőket a 2007. április 1. napján nyitó Gyöngyös, Mátyás Király u. 1. sz. alatti boltjában értékesítette, de a tárgyaláson erre vonatkozóan előterjesztett nyilatkozatban foglaltak – más boltnyitási elképzelések megghiúsulása, gyermek születés, a készlet raktárban való elhelyezése – cáfolatára nem állt rendelkezésre bizonyíték.

²⁰ A beszerzéséhez időben legközelebbi reklám (első változat) tartalma alapján került a reklámüzenet ismertetésre.

²¹ A Basic Editions Kft. székhelye Budapest, Szentmihályi út 171. (Pólus Center)

²² Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a Hettinger&Hettinger Kft. és a Basic Editions Kft. számlái nem bizonyítják az áru útját.

- A Basic Editions Kft. számlája 636 pár cipő vásárlásáról szól. A Hettinger&Hettinger Kft. által kiállított két számla összesen 620 cipő eladását igazolja.
- A Hettinger&Hettinger Kft. számláin csak női cipők szerepelnek, míg a Basic Editions Kft. számláján a márkajelzések inkább sportcipőkre utalnak.
- A Basic Editions Kft. számlájában a cipők 400-1500 Ft-os egységáron szerepelnek, míg a Hettinger&Hettinger Kft. számláin lévő cipők 4-6000 Ft-os árúak. Valószínűleg a jelentős árkülönbség sem magyarázható, de ennél is aggálykeltőbb az, hogy az egyik készletben közel hatszorosa, a másikban csak másfélszerosa a különbség a legolcsóbb és a legdrágább cipő között.
- A Hettinger&Hettinger Kft. számlái korábban lettek kiállítva²², mint a Basic Editions Kft. 2007. 09. 03. dátumú számlája, ami kizárja azt, hogy ez utóbbi számlával beszerzett bőrcipőket adta volna el a Hettinger&Hettinger Kft. az eljárás alá vontnak.

Összességében az eljáró versenytanács a számlák egyidejű vizsgálata alapján nem látja bizonyítottnak azt, hogy a Hettinger&Hettinger Kft.-nek eladott, és az eljárás alá vontnak továbbértékesített lábbelik Olaszországból illetve Spanyolországból származnak.

40. Az eredet tekintetében a valótlan reklámozás nem bizonyított, de ha a 4-6.000 Ft-ért beszerzett cipőket árusították 1.500 Ft-ért, akkor a reklámban ígért 90 %-os kedvezmény ezen áruk tekintetében sem valósult meg.

Bőrcipők

41. Az eljárás alá vont a Hettinger&Hettinger Kft. két eladási számláját csatolta annak bizonyítására, hogy az általa forgalmazott cipők bőrből készültek. Az eljárás alá vont által csatolt számlákkal kapcsolatos aggályok ugyanazok, amelyek az eljárás alá vont által forgalmazott lábbelik származási helye kapcsán már ismertetésre kerültek. Nem állt azonban az eljáró versenytanács rendelkezésére egyértelmű bizonyíték arra vonatkozóan, hogy a reklámozott cipők nem bőrből készültek.

Lényeges tulajdonság reklámozása

42. Az eljárásban vizsgált hirdetésekben szereplő kijelentések mindegyike a reklámozott termék lényeges tulajdonságára vonatkozott. A lábbeli valamely márkához vagy világmárkához tartozása lényeges körülmény a fogyasztói döntés meghozatalakor, ugyanúgy mint a termék megvásárlásakor elérhető árkedvezmény mértéke és időtartama, illetőleg a jelentős árengedményre és gyors készletfogyásra utaló „csődeljárás”, illetőleg „végkiárusítás” fogalmak használata.

43. Az eljárás alá vont által közzétett megtévesztő fogyasztói kommunikációk nemcsak tartalmuknál, hanem megjelenésüknél fogva is alkalmasak lehettek a gazdasági verseny befolyásolására. A reklámok a város lakosságához mérten nagy példányszámban megjelenő Heves Megyei Hírlapban jelentek meg összesen 38 alkalommal, a hirdetés így eljuthatott a regionális piacon jelenlévő potenciális fogyasztók jelentős részéhez. A vizsgált reklám hatását növelhette, annak egyedüli volta, ezen a piaci szegmensen ugyanis nem jellemző az aktív reklámtevékenység.

44. Gyöngyösön a potenciális fogyasztó első alkalommal találkozott ezzel a megtévesztő magatartásfajtaival, ezért a reklámok különösen alkalmasak lehettek a gazdasági verseny befolyásolására, vásárlóerőt vonva el az azonos piaci szegmensen tisztességes piaci kommunikációt folytató vállalkozásoktól.

Jogsértés megállapítása

45. Fenti tényállás alapján az eljáró versenytanács a Tpv. 77. (1) bekezdése d) pontja alapján megállapította jogsértés elkövetését. Jakab András magánvállalkozó vizsgált kommunikációi a Tpv. 8. § (2) bekezdés a), c) és d) pontjába ütköznek. A gyöngyösi boltja árukészletének népszerűsítését célzó, 2007. március 12-től 2007. november 28-ig közzétett fogyasztói kommunikációinak többsége alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére.

- a) A „CSŐDELJÁRÁS” szlogen alkalmazása megsértette a Tpv. 8. (2) bekezdés c) és d) pontjait, mert valótlan tájékoztatást adott a vásárlás körülményeiről
- b) A „VÉGKIÁRUSÍTÁS” szlogen hosszú időn keresztül történő alkalmazása – kivéve a 2007. november 22. és 28. között közzétett reklámokat - megsértette a Tpv. 8. (2) bekezdés c) és d) pontjait, mert megtévesztő tájékoztatást adott a vásárlás körülményeiről.
- c) Az eljárás alá vont kommunikációiban – kivéve a 2007. november 22. és 28. között közzétett reklámokat - megtévesztő módon tájékoztatta a fogyasztókat az abban szereplő ajánlat időbeni korlátozottságáról, illetőleg készlettel való függőségéről. Azzal, hogy ilyen tartalmú tájékoztatását a bolt fennállása során folyamatosan eljuttatta a fogyasztókhoz, megsértette a Tpv. 8. § (2) bekezdés c) és d) pontjaiban foglalt rendelkezéseket.
- d) A forgalmazott lábbelik választékára (márkás, világmárkás) vonatkozó - bizonyítékokkal nem megfelelően alátámasztott - tájékoztatás kimerítette a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjában foglalt tényállási elemeket
- e) Az eljárás alá vont megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott a lábbelikre adott árkedvezmény mértékéről, mert nem tudta igazolni, hogy boltjában nem kedvezményes áron is hozott forgalomba lábbeliket. Az általa állított 20-22.000 Ft-os árhoz képest a 4-5.000 Ft-os akciós ár sem jelent 90-95 %-os mértékű árkedvezményt. Az eljárás alá vont nem tudta igazolni, hogy boltjában a nagyon kedvező áru - 500 Ft-os -, de gyenge minőségű lábbeliket valaha is forgalmazták tízszeres-húszszoros áron. Az árkedvezmény mértékéről adott valótlan tájékoztatással eljárás alá vont megsértette a Tpv. 8. § (2) bekezdés c) és d) pontjaiban foglaltakat.

Bírság

46. A jogsértés versenyre gyakorolt hatása indokoltá tette bírság kiszabását a Tpv. 78.§ (3) bekezdésében rögzített szempontok alapján az alábbiakban részletezettek figyelembe vételével.

Enyhítő körülmény

47. Az eljáró versenytanács enyhítő körülményt nem talált.

Súlyosbító körülmények

48. Az eljáró versenytanács az alábbi súlyosító körülményeket látta megállapíthatónak:

- az eljárás alá vont gyöngyösi boltja árukészletének reklámozása céljából viszonylag hosszú időn keresztül (2007. március 12-től 2007. november 28-ig), üzletpolitika jelleggel alkalmazta a megtévesztő hirdetéseket,

- az eljárás alá vont a versenyfelügyeleti eljárást megelőző több, az eljárás alá vont által Budapesten működtetett és csak szórólapokkal hirdető boltjára vonatkozó panasz tényfeltárása során tájékoztatást kapott arról, hogy az általa alkalmazott marketing kommunikációk sértik a Tpvt. III. fejezetében foglalt rendelkezéseket, és a versenyfelügyeleti eljárást a GVH csak azért nem indítja meg, mert Budapesten a piacon levő számos versenytárs megléte és a szórólapok viszonylag szűk körben történő terjesztése miatt a jogsértő tevékenység hatása a versenyre csekélynek mondható.

49. Az eljáró versenytanács azt a tényt, hogy az eljárás alá vontat a Gazdasági Versenyhivatal még nem marasztalta el a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásáért, enyhítő körülményként nem veszi figyelembe, hanem – kialakult gyakorlatának megfelelően – az adott esetben nem szerepelteti a súlyosító körülmények között a visszaesést. A korábbi elkövetés ténye ugyanis súlyosbító körülmény lenne.

50. A bírság mértékét a törvényi maximum korlátozta, e korlát hiányában magasabb összeg került volna megállapításra. Figyelemmel arra, hogy az utolsó évi árbevételről hiteles dokumentum nem állt rendelkezésre, az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. § (2) bekezdésének megfelelően a 2006. évi nettó árbevétel mértéke alapján határozta meg a bírság Tpvt. 78. § (1) bekezdésében meghatározott mértékű maximumát.

51. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpvt 45. §-án, illetékessége a Tpvt. 46. §-án alapul.

Budapest, 2008. április 1.

Melléklet: Az eljárás alá vont által közzétett hirdetések

a) Első változat

VÉGKIÁRUSÍTÁS

Világmarkás Olasz-spanyol

Női-Férfi-Gyermek Bőrcipők-Sportcipők!

- 95 %!

1500,-

A kiárusítás ideje: 2007. március 12-18-ig²³

Nyitva tartás: 8-18-ig

Helye: Gyöngyös, Mátyás király u. 1. (A Fő térnél)

b) Második változat

„CSŐDELJÁRÁS!

Üzletünk elleni csődeljárás miatt

KIÁRUSÍTÁST tartunk:

2007. június 4-6-ig²⁴

Világmarkás Olasz-spanyol

Női-Férfi-Gyermek Bőrcipők-Sportcipők

2000 Ft-tól 6000 Ft-ig

MINDEN MÁSODIK PÁR CIPŐ:

INGYEN!

²³ Az időpontok a hirdetésekben az alábbiak voltak: 2007. március 12-18-ig, 2007. március 21-25-ig, 2007. március 23-24., 2007. március 25., 2007. március 26-31-ig, 2007. március 28-április 1-ig, 2007. március 30-tól április 1-ig, 2007. április 2-8-ig, 2007. április 4-8-ig, 2007. április 6-8-ig, 2007. április 10-15-ig, 2007. április 16-tól-április 17-ig, 2007. április 18-19-ig, 2007. április 20-21-ig, 2007. április 23-24-ig, 2007. április 25-26-ig, 2007. április 27-28-ig, 2007. május 2-3-ig, 2007. május 4-5-ig, 2007. május 7-8-ig, 2007. május 9-10-ig, 2007. május 11-12-ig, 2007. május 14-15-ig, 2007. május 16-17-ig, 2007. május 18-19-ig és 2007. május 21-22-ig

²⁴ Az időpontok a hirdetésekben az alábbiak voltak: 2007. június 4-6-ig, 2007. június 11-13-ig, 2007. június 14-17-ig, 2007. június 18-20-ig, 2007. június 21-23-ig, 2007. június 21-27-ig, 2007. június 22-28-ig, 2007. június 25-27-ig, 2007. július 2-4-ig, 2007. július 9-11-ig

Cím: Gyöngyös, Mátyás király u. 1.

Nyitva: 8-18-ig

c) Harmadik változat

VÉGKIÁRUSÍTÁS

Világmarkás Olasz-spanyol

Női-Férfi-Gyermek Bőrcipők-Sportcipők!

- 90 %!

MINDEN MÁSODIK PÁR BŐRCIPŐ VAGY SPORTCIPŐ INGYEN!

A kiárusítás helye: Gyöngyös, Mátyás király u. 1. (A Fő térnél)

A kiárusítás ideje: 2007. szeptember 10-13-ig²⁵

8-18-ig

d) Negyedik változat

VÉGKIÁRUSÍTÁS!

- 90 %

Márkás női-férfi bőrcipők- sportcipők!

12000 Ft (áthúzva) helyett

500 Ft

Kiárusítás helye: Gyöngyös, Mátyás király u. 1. (A Fő térnél)

Kiárusítás ideje:

2007. november 22-től a készlet erejéig 8-17 óráig

e) Összesen négy alkalommal az eljárás alá vont a Heves megyei Hírlapban az alábbi szövegű hirdetést²⁶ tette közzé: „Gyöngyösre²⁷ utcai szórólap terjesztéséhez keresünk kollégákat napi bérezéssel: Telefonszám”

²⁵ Az időpontok a hirdetésekben az alábbiak voltak: 2007. szeptember 10-13-ig, 2007. szeptember 18-22-ig, 2007. október 8-tól a készlet erejéig, 2007. október 11-től a készlet erejéig, 2007. október 25-től a készlet erejéig, 2007. november 8-tól a készlet erejéig

²⁶ Ez a hirdetés arra utal, hogy az eljárás alá vont - kijelentésével szemben - gyöngyösi boltját szórólapokon is népszerűsítette. A hirdetések megjelenéséhez a Heves Megyei Hírlap által csatolt minták is a szórólapok létét igazolják.

²⁷ Egyes hirdetések Egerbe kerestek szórólapterjesztőket.