



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-164/2005/8.

Ikt.sz: AM/372/2006.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Expressz Magyarország Média Zártkörűen Működő Részvénytársaság** (Budapest) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indított eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

A határozat felülvizsgálatát annak kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtandó – illetékköteles – keresettel kérheti az eljárás alá vont vállalkozás.

Indokolás

**I.
Tényállás**

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, többször módosított, 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve a 70. § alapján 2005. szeptember 30-án versenyfelügyeleti eljárást indított annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont által az Újpressz elnevezésű hirdetési újságban közzétett felhívás és az eljárás alá vont ahhoz kapcsolódó piac magatartása a Tpv. 8. §-ában megfogalmazott tilalomba ütközik-e.
2. A GVH 2005. december 22-én az eljárást a Tpv. 63. § (6) bekezdése alapján 60 nappal meghosszabbította.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. Az Expressz Magyarország Média Zártkörűen Működő Részvénytársaságot (a továbbiakban: Expressz Zrt.) 2000. január 11. napján jegyezte be a Fővárosi Bíróság, mint Cégbíróság. Az Expressz Zrt. tulajdonosa a hollandiai illetőségű Trader Classifield Media Group B.V. (NL 1062 Amszterdam, Overschiestraat 61.) Az eljárás alá vont vállalkozás fő tevékenységi körei: napilapkiadás és adatbázis-tevékenység, valamint on-line kiadás.
4. Az eljárás alá vont vállalkozás belföldi nettó árbevétele 2004-ben 8113,6 millió forint volt.

A vizsgált magatartás

5. A GVH piaci információk alapján értesült arról, hogy az eljárás alá vont vállalkozás által kiadott Újpressz elnevezésű hirdetési újságban közzétett „hirdetési kupon” olyan információt tartalmaz, amely szerint a megrendelő által feladott hirdetés „már a következő számban olvasható lesz”. Ennek feltétele volt, hogy mellékelni kellett az eredeti feladóvevényt is. (lsd. Vj-164/2005/6.)
6. A GVH-hoz a versenyfelügyeleti eljárás megindítása előtt bejelentés érkezett, amely szerint a 2005. május 5. napján – a „hirdető kupon” segítségével – feladott hirdetés a feladást követően több mint egy hónapon keresztül nem jelent meg, annak ellenére, hogy az újság hetente kétszer is megjelenik.
7. A rendelkezésre álló adatok szerint a „hirdetése már a következő számban olvasható lesz” kijelentés 2004. december 1-től 2005. június 13-ig szerepelt a „hirdetési kuponon”. 2005. június 13-tól az eljárás alá vont vállalkozás önként felhagyott a sérelmezett szöveg további megjelentetésével.
8. A GVH észlelte továbbá, hogy a „hirdetési kuponon” megjelölt díjon felül az Expressz Zrt. további összegeket számlázott ki a bejelentőnek.

II.

A vizsgálati jelentés

9. A vizsgálati jelentés a versenyfelügyeleti eljárás során az alábbi következtetéseket vonta le a rendelkezésre álló adatokból.
10. A vizsgálati jelentés bár fogyasztóvédelmi kifogásokat megfogalmaz, arra a megállapításra jut, hogy a kifogásolt magatartásnak a versenyre nincsen érzékelhető kihatása és az adott magatartás még akkor sem gyakorolna érdemleges piaci hatást, ha az általános gyakorlat lenne, nem pedig egyedi eset.
11. A fentebb kifejtettek alapján a vizsgálati jelentés az eljárás megszüntetését indítványozza.

III. Az eljárás alá vont álláspontja

12. Az eljárás alá vont vállalkozás általános gyakorlata, hogy a hirdetési kuponon beérkező megrendeléseket a beérkezést követően feldolgozza, majd – a lapzártát és az esetenként szükséges pénzügyi ellenőrzést is figyelembe véve – a soron következő számban megjelenteti. Ezt alátámasztja az is, hogy az Expressz Zrt. nyilvántartása szerint egyetlen esetet kivéve – késedelmes megjelenésekkel kapcsolatos jogos reklamáció az Újpressz szelvényen feladott hirdetésekkel kapcsolatban nem merült fel.

13. Ahhoz, hogy egy hirdetés egy adott számban megjelenjen, annak feldolgozásra kell kerülnie lapzártáig, azaz legkésőbb a megjelenést megelőző napig. Tekintettel arra, hogy a fogyasztók tisztában vannak azzal, hogy a postai úton történő hirdetésfeladás néhány napot vesz igénybe, a kuponon hivatkozott következő szám az átlagos fogyasztó számára is úgy volt értendő és érthető, hogy a hirdetések beérkezéséhez, majd feldolgozásához és az esetleges pénzügyi vizsgálathoz szükséges idő elteltéhez képest a következő számban jelenik meg a hirdetés.

14. Az egyetlen reklamáció a kuponokkal kapcsolatosan annak következménye, hogy sajnálatos tévedés történt, ugyanis az ügyfelük egy nem sokkal korábbi tartozás miatt adósként volt nyilvántartva. Az Expressz Zrt. gyakorlata ilyen esetekben az, hogy fokozottabb pénzügyi ellenőrzést hajtanak végre. Emiatt az ellenőrzés miatt azonban a bejelentő ügye jelentősen elhúzódott. Ugyanezen okból a kibocsátott számlákon tévedésből nem került feltüntetésre, hogy azokat már rendezték.

15. Hangsúlyozandó, hogy az említett eset egyedi és semmiképpen sem tekinthető az Expressz Zrt. gyakorlatának.

IV. A Versenytanács döntése

16. A Tpvt. 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. A (2) bekezdés alapján fogyasztók megtévesztésének minősül többek között az áru lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon történő állítása, illetve ha az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságáról bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak, továbbá ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

17. A Tpv. 9. §-a alapján a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
18. A versenyfelügyeleti eljárás során a Versenytanács elsősorban azt vizsgálta, hogy a kifogásolt magatartás alkalmas-e a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására, a versenyfelügyeleti eljárás során ugyanis nem közvetlenül a fogyasztó a védelem tárgya, hanem a fogyasztó döntési szabadsága. (Vj-200/2000.) A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indított versenyfelügyeleti eljárás szempontjából kiemelkedő jelentőséggel bír, hogy a vállalkozói magatartás versenyjogilag releváns legyen, azaz a piaci viszonyok torzulásához vagy annak lehetőségéhez vezethessen. (Vj-127/2003.) A Versenytanács rámutat arra, hogy a megtévesztés akkor következik be, amikor a fogyasztó a döntését megfontolja és e tekintetben, valótlan, pontatlan, olyan információkra alapozza, amelyek bekövetkeztét a vállalkozás garantálni nem tudja, és amely alkalmas arra, hogy az adott piacon tevékenykedő versenytársakat méltánytalanul hátrányos helyzetbe hozza. (Vj-80/2001.)
19. A Versenytanács gyakorlata szerint az újságkiadási piacon elkülönült piacot alkotnak azok a lapok, amelyeknek a tartalmát főként hirdetések töltik ki. A Versenytanács ezúton utal a korábbi határozatára, amelyben részletesen kifejti az adott piac jellemzőit. (Vj-168/2002.) Jelen eljárással kapcsolatosan azonban kiemelendő, hogy az ún. apróhirdetési lapok lényeges tulajdonságai elsősorban a lapterjesztési jellemzők, a forgalmazási és az értékesítési adatok, továbbá az olvasottsági mutatók. Az ezekre vonatkozó piaci közlések azok amelyek elsősorban a lapokban hirdető fogyasztók számára választásukat befolyásoló körülmények. A folyamatban lévő eljárással kapcsolatban ennek annyiban van jelentősége, hogy a vizsgált – az eljárás alá vont által közreadott – tájékoztatás nem ezekre a lényeges tulajdonságokra vonatkozik. Ez nem jelenti azonban azt, hogy adott esetben a kifogásolt magatartás ne ütközhetne a Tpv. 8. §-ába. Mint azt a vizsgálati jelentés is megfogalmazza, a hirdetési újságok piacán a fogyasztók egy része tekintetében mind a gyors megjelenés, mind a közzétett ár alapvetően befolyásolhatja a vásárlási szándékot és az ezekkel kapcsolatos tájékoztatás e fogyasztók esetében a fogyasztók választását tisztességtelenül befolyásoló eszköz lehet.
20. A tényállás felderítéséhez további adatok beszerzése lenne szükséges, de tekintettel arra, hogy a további adatok beszerzése esetében sem valószínűsíthető olyan információ ismertté válása – különös tekintettel arra, hogy a feladott hirdetéseknek elenyésző részét adták fel a „hirdetési kuponon” ígért feltételek keretében -, amely miatt a Versenytanács indokoltan látná az eljárás folytatását, ezért a Versenytanács az eljárás megszüntetéséről határozott.
21. A Versenytanács a döntése meghozatalánál tekintettel volt arra is, hogy az eljárás alá vont vállalkozás önként felhagyott a kifogásolt magatartással.

22. A fentebb kifejtetteken túlmenően a Versenytanács azonban megjegyzi, hogy aggályosnak tartja a kifogásolt magatartást és felhívja az eljárás alá vont vállalkozás figyelmét arra, hogy a vállalkozások felelősséggel tartoznak a hirdetésekben közölt állítások valóságtartalmáért és az azokban ígértek megtartásáért. A Versenytanács nem ért egyet az eljárás alá vont vállalkozásnak a 13. pontban kifejtett értelmezésével. A jogsértés megállapíthatósága szempontjából ugyanis a kifejezéseket a fogyasztók szempontjából kell értelmezni, a kifogásolt magatartás pedig egyértelmű ígéretet tartalmaz arra vonatkozóan, hogy a következő számban megjelenik a feladott hirdetés.
23. A fentebb kifejtettek és a rendelkezésre álló adatok alapján a Versenytanács a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontja első fordulatainak és a 77. § (1) bekezdés j) pontjának együttes alkalmazásával a rendelkező részben foglaltak szerint határozott és az eljárást megszüntette.
24. A Versenytanács a határozatát a Tpv. 73. §-ára tekintettel tárgyalás tartása nélkül hozta meg.
25. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2006. február 8.