



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

F O G Y A S Z T Ó V É D E L M I I R O D A

Ügyszám: **Vj-174/2006.**

A Gazdasági Versenyhivatal a Forgács és Kiss Ügyvédi Iroda dr. Sz. Gy. által képviselt Klapka Üzletház Kft. eljárás alá vont vállalkozás (a továbbiakban elsőrendű eljárás alá vont) és Klapka Árverési Csarnok & Centrum Zálogház Rt. (a továbbiakban másodrendű eljárás alá vont) ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

v é g z é s t.

A Gazdasági Versenyhivatal az eljárást megszünteti.

E végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsához címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni. A jogorvoslati kérelem előterjesztésének e végzés foganatosítására halasztó hatálya nincs.

I n d o k o l á s

A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy az elsőrendű eljárás alá vont vállalkozás több országos televízióadóban a szolgáltatását népszerűsítő reklámokat jelentetett meg, az alábbi felsőfokú jelzőkkel: „*A legszebbet, a legolcsóbbat a Klapkától.*”. Felsőfokú jelzőket az eljárás alá vont nem csak a televíziós reklámjaiban, hanem a www.aranyember.hu internetes honlapján is használ: „*Legmagasabb zálogkölcsönt adjuk a legalacsonyabb kamatra!*” „*Autózalog nálunk a legegyszerűbb!*” „*...mindenféle járművét a legjobb kondíciókkal zálogba adhatja!*” A reklámokban szereplő állítások vélelmezhetően nem igazolhatóak. Ezzel valószínűsíthetően megsértette a Tpvt. 8.§ (1) és (2) bekezdés a.), c.) és d.) pontját.

A vizsgálat során a GVH megállapította, hogy a „*Legmagasabb zálogkölcsönt adjuk a legalacsonyabb kamatra!*” „*Autózalog nálunk a legegyszerűbb!*” „*...mindenféle járművét a legjobb kondíciókkal zálogba adhatja!*” szöveggel hirdetett tevékenységet nem a Klapka Üzletház Kft., hanem a Klapka Árverési Csarnok & Centrum Zálogház Rt. folytatta, ezért a vállalkozást a már folyó eljárásba 2007. február 8-án ügyfélként bevonta.

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

A (2) bekezdés c.) pontja szerint megtévesztésnek minősül különösen, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztói döntést befolyásoló körülményekről — így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről — megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A (2) bekezdés d.) pontja szerint megtévesztésnek minősül különösen, ha különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

A jogsértési vélelemmel érintett reklámhordozón keresztül az eljárás alá vontak elérhették a potenciális fogyasztók széles körét, ezért a közérdek érintettségét nem lehetett kizárni.

A vizsgálat során megállapítást nyert, hogy 1993. december 6-án létrejött a Klapka Sztárszínház Művészeti Kft., amely a cégbíróság által 1994. április 8-án lett bejegyezve. A Kft. neve 1995. május 2-án, Klapka Üzletház Kereskedelmi és Vállalkozási Kft.-re változott. A Kft. ügyvezetője az alapítástól a névváltoztatásig R. Gy. volt, majd ezt a tisztséget K. Gy. vette át, vezető tisztségviselő K. M. A társaság székhelye 2000. február 29-e óta Budapesten, asz. alatt található, a ... szám alatt lévő telephelyének működését 2006. év júniusában beszüntette, jelenleg más telephellyel, illetve fiókteleppel a Kft. nem rendelkezik. A Kft. fő tevékenysége a máshova nem sorolt, egyéb gazdasági szolgáltatás. A Kft. képviseletét az ügyvezető önállóan látja el. A Kft. fő bevételi forrását nagymértékben az antikvitás forgalmazása, illetve az arany ékszer forgalmazása határozza meg, az ezüst forgalom minimális. A Kft. használt ékszer forgalmazásával nem foglalkozik.

Az elsőrendű eljárás alá vont folyamatosan hirdette nemesfém forgalmazási tevékenységét, különböző televíziókban és internetes honlapján, a www.aranyember.hu web-lapon.

➤ Televíziós megjelenések

A televíziós hirdetések az alábbi csatornákon kerültek sugárzásra:

- M1 és M2 — Nap-kelte és a Nap-nyugta c. műsorban, naponta 1-1 alkalommal, 2005. év január 1-től 2006. év december 31. napjáig.
- VIASAT3 — 2005. év január 1 és november 30 között, összesen 184 alkalommal.
- HIR TV — 2005. évben, napi rendszerességgel
- NATIONAL GEOGRAPHIC — 2005. év április 1-től december 31-ig, összesen 306 alkalommal.
2006. év január 1-től november 30-ig, összesen 368 alkalommal.
- Budapest TV — JAKO Sporthíradó műsorában 2005. év május 23 és június 24 között, összesen 100 alkalommal.
2005. év október 3 és november 4 között, összesen 100 alkalommal.

2005. év november 7 és december 31 között , összesen 160 alkalommal.

2006. év január 2 és február 6 között, összesen 150 alkalommal.

Az eljárás alá vont vállalkozás a televízióadókkal kötött sugárzási szerződéseket az eljárás anyagához csatolta (8/6.sz. irat), azokat kéri titkosan kezelni. A vizsgálat megállapítja, hogy a sugárzási szerződésekből pontosan nem lehet meghatározni, hogy melyik típusú reklámfilm, melyik TV csatornán, hány alkalommal került vetítésre.

A sugárzott reklámok:

(lásd DVD lemez I. A reklámok azonosításánál a DVD-n szereplő számozás vettük át, és a vélelmezett jogsértést nem tartalmazó reklámokat figyelmen kívül hagytuk.)

Reklám 6

„Új arany ékszer, ezüstékszer, briliáns, drágakő!

Legolcsóbban a Klapkánál. Vámház krt. 9.

Jöjjön el! Nézze meg! Óriási választék! Arany ékszer már 2980 Ft-tól!”

Reklám 7

„A legszebbet, a legolcsóbban a Klapkától. Vámház krt. 9.

Uram, ne a nőt, az ékszert nézze. A legszebb, legolcsóbb

a Klapkánál. Vámház krt. 9. Arany ékszer.”

Reklám 12

„Karácsonyra briliáns ékszert szeretnék!

Briliáns és arany ékszer. A legszebbet a legolcsóbban a Klapkától. Vámház krt. 9. Váci u. 13.”

- A honlapon olvasható tájékoztatás

A Klapka Árverési Csarnok és Centrum Zálogház Rt. népszerűsítésére az alábbi szöveg olvasható a www.aranyember.hu honlapon:

„ Legmagasabb zálogkölcsönt adjuk a legalacsonyabb kamatra!”

„ Az első 30 nap kamatmentes!”

„Autózalog nálunk a legegyszerűbb!”

„ mindenféle járművét a legjobb kondíciókkal zálogba adhatja.”

Az eljárásban érintett piacokról az alábbiak voltak megállapíthatóak:

1. Az ékszer piac potenciális fogyasztói körébe gyakorlatilag bárki beletartozhat, aki ajándék jelleggel vagy kifejezetten egy-egy alkalomra ékszert vásárol. Befektetésként az ékszervásárlás ma már nem jellemző. Ezen a piacon leginkább a fogyasztók anyagi körülményei határozzák meg a vásárlási képességüket, tekintettel arra, hogy a termék nem köznapi, sőt luxuscikknek minősül, így

megvásárlása halasztható s megvásárlására csak jó anyagi helyzet esetén kerül sor.

2. Magyarország területén megközelítőleg 5000 vállalkozás foglalkozik ékszer kereskedelemmel és ezek közül körülbelül 1400 kiskereskedő van Budapesten. (becsült adatok) Az eljárás alá vont vállalkozás kijelentése szerint a legnagyobb konkurensei az Auchan és a Tesco áruházláncok, amelyek folyamatosan ékszer-akciók keretein belül értékesítik arany és ezüst ékszereiket. Az ékszer-kereskedelmi piacon feltételezhetően a hipermarketek által kínált akciós ékszerek a legolcsóbbak. A Nemesfémeselek Országos Szövetségének adatai szerint, a 2005. év során hazánkban 7 tonna magyar származású arany került kereskedelmi értékesítésre, ezen kívül ehhez még hozzájön a lengyel, cseh és szlovák, már Magyarországon is engedélyezett fémjelű 2 tonna mennyiségű arany ékszer. Az előzőekben említett 7 tonna adat pontos számítások alapján felel meg a valóságnak, a 2 tonna pedig csak becsült összeg, hiszen pontosan nem lehet tudni, hogy mekkora az import mennyisége. Az eljárás alá vont vállalkozás a 2005. évben 26.001,7 gramm, a 2006. év szeptemberéig pedig 13.102,5 gramm aranyat értékesített.(8/2.sz. melléklet) Ezen adatok alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozás piaci részesedése az arany ékszer forgalmazási piacon minimális.
3. A fogyasztói információk szempontjából megállapítható, hogy annak ellenére, hogy sok szereplő van jelen a piacon, a reklámok szerepe nem jellemző. A fogyasztók a fogyasztói döntés meghozatala előtt általában katalógusokból és szórólapokból tájékozódhatnak a kínálat adta lehetőségekről. Az ékszerek esetében jellemző az impulzív fogyasztói döntés, azaz a vásárlás helyén hozza meg a döntését a fogyasztó a rendelkezésre álló választék és ár alapján. Az eljárásban érintett piacon a televíziós reklámok nem jellemzőek, ezért az eljárás alá vont vállalkozás magatartása egyedinek tekinthető a kommunikációs eszközök használata tekintetében. Az AC Nielsen piackutató vállalat 41 országban, Internet használók körében végzett felméréséből kiderül, hogy *a magyar fogyasztókat az európai átlagnál jobban befolyásolják a hagyományos hirdetések — sajtóhirdetés vagy televíziós szpot — egy-egy termék vagy szolgáltatás megvételekor. A felmérés szerint az ékszereknél a kirakat a tájékozódás legfontosabb forrása.* (Kreatív Online – 2007.02.01., 7.sz. irat)
4. Az érintett földrajzi piac Budapest és vonzáskörzete. Az eljárás alá vont vállalkozás televíziós reklámjai az ország bármely fogyasztójához eljuthattak, de tekintettel arra, hogy az eljárásban érintet ékszerüzlet Budapesten található, ezért nem valószínű, hogy kifejezetten ékszervásárlás céljából, a vidéki településekről a fogyasztók jelentős többsége felutazna.
5. A jelzálog-kölcsön folyósítási és közvetítői tevékenység engedély-köteles, valamennyi ilyen tevékenységgel foglalkozó vállalkozás megtalálható a PSZÁF honlapján, így az eljárás alá vont Klapka Árverési Csarnok és Centrum Zálogház Rt. is. A piacon több mint 2000 ügynök tevékenykedik. (Lásd www.pszaf.hu)

Az elsőrendű eljárás alá vont jogi álláspontja szerint az eljárás tárgyát képező tényállással nem valósult meg a Tptv. 8. § (2) bekezdés c) pontjának megsértése, tekintettel arra, hogy a nemesfém ékszer kereskedelmi piacon fő konkurenseinek az Auchan és Tesco áruházakat tekinti, amely vállalkozások árpolitikáját folyamatosan figyeli, s árait ezen áraknál kedvezőbben, alacsonyabban állapítja meg, így gondoskodva arról, hogy a reklámban

szereplő kijelentés „a legolcsóbban”, megfeleljen a valóságnak. Ennek igazolására ármegfigyeléseit és beszerzéseiről szóló feljegyzéseit csatolta az eljárás anyagához. Kijelentette azonban, hogy nincs lehetősége arra, hogy a piacon tevékenykedő valamennyi – országosan kb. 5000, Budapesten 1500 ékszerkereskedő – tevékenységét, választékát és árait figyelemmel kíséresse.

Kijelentette, hogy jóhiszeműen járt el, és nem volt tisztában azzal, hogy a reklámban szereplő felsőfokú árjelző versenyjogi bizonyíthatóságának mik az elvárásai.

Írásban és szóban is önkéntes jogkövetést vállalt, nevezetesen a jogsértési vélelemmel érintett reklámfilmeket a továbbiakban nem sugározták a televíziók, új reklámfilmeket készítettek, amely 2006. december közepétől népszerűsíti a cég termékeit. (Lásd CD melléklet II.)

A másodrendű eljárás alá vont ügyvezetőjének nyilatkozata szerint a cég jelenleg ilyen jellegű tevékenységet nem folytat. A tájékoztatás 1997. óta van fenn a honlapon, de fél év után a Centrum Zálogház Rt. felhagyott ezzel a tevékenységgel, mert az nem volt rentábilis. Az eljárás alá vont cég nyilatkozata szerint tudomása sem volt arról, hogy ez a tájékoztatás még fent van a honlapon, amelyet csak életútjának, szerteágazó tevékenységének bemutatására szán, nem reklámeszköznek. Mindezek ellenére az eljárás alá vont vállalta, hogy haladéktalanul intézkedik arról, hogy az aktualitását veszített információ lekerüljön a honlapról.

A Tptv. 71/A. § alapján a vizsgáló a hivatalból indított versenyfelügyeleti eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70. § (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

A vizsgálat során feltárt tények, adatok és információk alapján megállapítható, hogy a vizsgálat elrendelésére okot adó, a Tptv. 70. §-ának (1) bekezdésében megállapított körülmények a vizsgált magatartással összefüggésben nem állnak fenn. A vizsgált cselekményről ugyanis megállapíthatóak az alábbiak:

A „*legszebb*” piacelsőségi jelző alkalmazása a vizsgált reklámokban.

Az elsőrendű eljárás alá vont a CD-n szereplő 7. és 12. sz. reklámban alkalmazta az általa forgalmazott ékszerekre a *legszebb* jelzőt. A meghallgatás során a reklám kijelentés valóságtartalmát az általa bemutatott igen sok fajta ékszerrel kívánta illusztrálni. A meghallgatáson bemutatott ékszereken kívül a fogyasztó magából a reklámból is képet alkothatott arról, hogy az eljárás alá vont milyen stílusú ékszereket, milyen kivitelezésben árusít boltjában. Mind a meghallgatáson, mind a reklámfilmbe bemutatott választék igen széles, egyaránt képviselve volt a hagyományos stílus és a modern kivitelezés is.

A reklámfilm üzenete a fogyasztó számára a kínált termék kiemelkedő szépsége volt.

A fogyasztó döntéshozatala során – az ár mellett – mindenképpen figyelembe veszi a termék szépségét az érintett termék esetében, akár saját célra, akár ajándékba választja azt.

A tájékoztatás azonban nem minősíthető jogsértőnek, mert egy bizonyos ékszer szépsége minden egyes fogyasztó számára más és más kritériumot fogalmaz meg.

A Vj-64/2006. sz. ügyben a Versenytanács kimondta, hogy nem minősíthető jogsértőnek egy olyan felsőfokú állítás, ha „nem lehet olyan objektív, standard mércét felállítani, ami alapján akár az eljárás alá vont, akár a GVH bizonyítani, illetve ellenőrizni tudná annak valóságtartalmát.”

A „*legolcsóbb*” piacelsőségi jelző alkalmazása a vizsgált reklámokban

A vizsgálat megállapította, hogy az elsőrendű eljárás alá vont nem tudta bizonyítani, hogy az érintett piacon – új nemesfém ékszerforgalmazás – az általa alkalmazott árak voltak a legolcsóbbak a reklámfilmek sugárzásának időszakában.

A bizonyítási eljárás során az elsőrendű eljárás alá vont csatolta a Tesco Globál Áruházak Rt. és az Auchan Magyarország Kft. akciós újságjait, valamint egy „Heti Akciós Újság” elnevezésű szórólapot, amelyben ékszerárak szerepeltek (8.sz. irat). Kijelentése szerint az Auchan és a Tesco a legnagyobb konkurensei, árait ezekhez hasonlította, s ez alapján állította, hogy azok a legolcsóbbak. Folyamatosan figyeli konkurenseit alkalmazottain keresztül (két ötvös mester és egy ékszerész-aranyműves), az Orexet is. Kijelentéseit beszerzési számláival is igazolni kívánta arra hivatkozva, hogy ilyen beszerzési árak mellett a kereskedők nem tudnak olcsóbban forgalmazni.

A 8.sz. iratban azonban elismerte, hogy a magyar ékszer piacon országosan közel 5000, Budapesten pedig kb. 1400 ékszerkereskedő tevékenykedik, akik vizsgálata számára nem kivitelezhető azok nagy száma miatt.

Az eljárás elindulása után az eljárás alá vont 4.sz. iratban található jegyzőkönyvben önkéntes jogkövető nyilatkozatot tett, mely szerint az eljárás tárgyát képező reklámfilmek sugárzását haladéktalanul megszünteti. A nyilatkozatban szereplő kijelentésnek az eljárás ideje alatt eleget is tett, és 2006. december közepe óta a DVD II. mellékleten szereplő reklámmal népszerűsíti termékeit, amely piacelsőségi kijelentéseket nem tartalmaz.

A fentiek alapján a vizsgált cselekményekről megállapítható, hogy mégha figyelembe veszi a GVH az eljárás alá vontak aktív reklámtevékenységét és azt a tényt, hogy a kirakati kínálat mellett a fogyasztó a termék ára alapján dönt, az érintett piacokon levő éles verseny és a piacokon tevékenykedő nagyszámú konkurens vállalkozás jelenléte miatt a jogsértési vélelemmel érintett tevékenység nem befolyásolhatta jelentős mértékben a gazdasági versenyt, ezért a Tpvt. 70. § (1) meghatározott körülmények nem állnak fenn.

A GVH a rendelkező részben foglaltak szerint döntött.

A jogorvoslati jogosultság a Tpvt. 71/A. §-án alapul. A jogorvoslati kérelem előterjesztése illetékmentes.

A GVH hatáskörét a Tpvt. 45. §-a, illetékességét a Tpvt. 46. §-a szabályozza, mely rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, mely nem tartozik bíróság (Tpvt. 86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

Budapest, 2007. február 12.