



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Vj-34/2007/39

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa az Autocentrum AAA AUTO Gépjármű-Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság (Fót) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárás során tartott tárgyaláson meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t**

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére az eljárás alá vontnak az alábbi tárgyú 2006. évi reklámjai:

- a különböző újságokban, internetes honlapján, internetes keresőprogramokban és szabadtéri reklámfelületen megjelentetett „Közép-Európa legnagyobb használtautó kereskedője”, illetve az „Európa legnagyobb használtautó kereskedője” szlogen,
- az eljárás alá vont honlapján közölt 0%-os kezdőrészlettel történő vásárlásról adott tájékoztatás és
- a különböző újságokban és honlapján megjelentetett „a lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogen.

A havi törlesztő részletekről a legalacsonyabb kezdő érték feltüntetésével adott tájékoztatásról, és a „Minden márkájú és típusú gépkocsit megvásárolunk” szlogenről az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az nem ütközik a törvénybe.

Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontat 4.000.000.- Ft (Négymillió forint) bírság megfizetésére kötelezi, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kell megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi 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 indításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy az Autocentrum AAA Auto Kft.<sup>1</sup> a piacon való megjelenésétől alkalmazott reklámkommunikációs tevékenysége során a különböző reklámhordozókon

- piacelsőségi szlogeneket, pl. „Közép-Európa legnagyobb használtautó kereskedése”, „Európa legnagyobb használtautó kereskedője”, „Lehető legmagasabb árat fizetjük.” és
- a „Minden márkájú és típusú gépkocsit megvásárolunk” szlogent alkalmazza, valamint
- a hitelkonstrukciós vásárlás havi törlesztő részletének nagyságáról ad hiányos tájékoztatást.

A használtautó piacon jelenlevő éles piaci versenyre tekintettel azonban nem valószínűsíthető, hogy az Autocentrum AAA Auto Kft. által alkalmazott piacelsőségi jelzők tényekkel alátámaszthatók, valamint az sem, hogy a hitelkonstrukciós vásárlás meghirdetett törlesztő részletével a fogyasztók gépkocsihoz jutnának, továbbá nem valószínűsíthető, hogy a vállalkozás minden esetben a „Minden márkájú és típusú gépkocsit megvásárolunk” szlogennek megfelelően jár el.

A versenyfelügyeleti eljárás kiterjedt az eljárás alá vont fogyasztói tájékoztatási gyakorlatának vizsgálatára.

### II. Ügyfél

2. Az eljárás alá vont az AAA AUTO kereskedelmi lánc tagjaként működik. Főtevékenysége gépjármű-kereskedelem (2/2/1. sz. irat).

A 2006. augusztusban bejegyzett Autocentrum AAA Auto Kft.-t az AAA Auto Kft. hozta létre - melynek alapítója a prágai székhelyű AAA AUTO a.s., illetve a holland székhelyű Automobile Group B.V.

3. Az eljárás alá vont 2006. évi előzetes nettó árbevétele 2.461.708.000 Ft.

4. Az Autocentrum AAA Auto Kft. fenntartja a [www.aaauto.hu](http://www.aaauto.hu) honlapot (16. sz. irat).

Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a honlap elsődleges célja, hogy bemutassa a cégcsoportot, illetve, hogy a Magyarországra vonatkozó kereskedelmi adatokat és információkkal szolgáljon a fogyasztóknak (16. sz. irat). A honlap elvileg lehetőséget biztosít cégcsoporton belül a más országbeli autók árának összehasonlítására, a gyakorlatban azonban Magyarországon a regisztrációs adó miatt nagyon kevesen vásárolnak más országból használtautót (16. sz. irat).

5. Az eljárás alá vont honlapjának nyitóoldalán többek között az alábbiak olvashatók a 2007. 04. 17-én letöltött adatok alapján (19/2. sz. irat).

„Üdvözljük az AAA AUTO- nál”

„Értékesítési központok 14xCZ, 6xSK, 2HU, 2XPL, 1XRO”

---

<sup>1</sup> Az ügyintéző végzésben és számos későbbi iraton az eljárás alá vont nevében található „Autocentrum” és „Auto” kifejezések - a magyar helyesírás követelményeinek megfelelően – „ó” betűvel írva, azaz „Autócentrum”-ként ill. „Autó”-ként szerepelnek.

A nyitóoldal az AAA AUTO-ra vonatkozó információkat tartalmaz, amely szerint a Csehországban 14 telephelyen, Szlovákiában 6 telephelyen, Magyarországon és Lengyelországban 2 telephelyen, és Romániában 1 telephelyen, azaz 25 telephelyen összesen 4.000 autóból álló készletéből lehet választani.

6. A honlap „Rólunk” linkje többek között az alábbiakat tartalmazza (3. sz. irat):

Ø Csehország legnagyobb autókereskedelmi hálózatát az AAA Auto a.s. vállalkozást 1992-ben hozta létre az alapító cseh származású ausztrál állampolgár az USA-ból importált autók értékesítésére.

Ø 2001-ben a csaknem 1 millió látogatóval a második leglátogatottabb autós honlappá vált Csehországban a [www.aaaauto.cz](http://www.aaaauto.cz), melynek 2002-ben már 2,5 millió látogatója volt.

Ø „Összesen 67.200 m<sup>2</sup> területen 4000 különböző márkájú, ellenőrzött eredetű, jó minőségű gépkocsit kínál.”

Ø „Már 250.000 elégedett ügyfél vásárolt nálunk új autót.”

Ø „2005-ben egyetlen nap alatt új rekordként 247 gépkocsit értékesített.”

Ø 2006-ban 300.000 autót értékesít.<sup>2</sup>

Ø „Havonta kb. 3.500 gépkocsit értékesítünk, amivel az AAA Auto a cseh használt gépjárműpiac több, mint egyötödét uralja.”

7. A „Rólunk” link alatt „elérhetőségi adat”-nak a bejelentett telephelye van feltüntetve, illetve a telephelyre vonatkozó online webkamerával maga a telephely is megtekinthető (19/9. sz. irat).

8. Az „Értékesítési központok” link 24 telephelyet jelöl meg, melyek közül két telephelyen csak gépjármű felvásárlás van, míg 22 telephelyen - köztük az eljárás alá vont Budapestről az M3 autópálya kivezető szakasza mellett a főti Cora Áruház közelében levő telephelye is - felvásárlás és értékesítés is (19/3. sz. irat).

9. A „Sajtótájékoztatók” linket megnyitva (19/8. sz. irat) a következő olvasható:

2007.02.27-én megjelent Prágai sajtóhír:

- Az AAA AUTO Közép-Európa és az ország legnagyobb használtautó-kereskedése.<sup>3</sup>

-Az európai piacon 61.939 darab használt és új gépjárművet értékesített, melyből 9,89 milliárd CZK bevétele keletkezett.

-A Csehországban 41.612 járművet értékesített ... az AAA AUTO piacvezetőnek számít a közép-európai régióban.

-Jelenleg 5 országban - Csehország, Szlovákia, Románia, Magyarország, Lengyelország - 24 telephely működését koordinálja a cseh központ.

### III. Az érintett piac és általános jellemzése

10. A vizsgált magatartás a használtautók hazai forgalmazásának piacát érinti. E piacon számtalan szereplő van jelen. Piaci szereplők a márkakereskedői hálózatok, amelyek az új autó értékesítése során a vevő régi autóját átveszik<sup>4</sup>, továbbá az ország különböző részén működő használtautó piacok, valamint a használtautó kereskedések.

---

<sup>2</sup> Tervezett értékesítési adat.

<sup>3</sup> Aláhúzással jelöljük a jogsértőnek minősített állításokat.

<sup>4</sup> Az autógyárak márkakereskedői hálózatai az új autó vásárlójától visszaveszik annak régi használt autóját. Az EU tagállamokban a használtautó kereskedelem a márkakereskedőknél koncentráltan van jelen, mely hálózatok lefedik az adott ország területét. A márkakereskedők a használt gépjárműveket azzal a feltétellel vásárolják meg,

Használtautónak tekinthető minden forgalomba helyezett autó a 0 évestől egészen az oldtimer, már nem gyártott, de még működő autókig.

11. A nem nyilvános piaci adatok, illetve a statisztikai adatok hiányában a piac mérete becsléssel állapítható meg. A BM Központi Okmányiroda autópiaci kirendeltségének adatai alapján a Datahouse Kft. megállapításai szerint 2006-ban 536.482 használt gépkocsi átírás történt (18. sz. irat).

12. Az eljárás alá vont - 2/9. számon becsatolt irat adatai - szerint a becsült magyarországi használtautó piac körülbelül 400 ezer darab autót jelent, amely magába foglalja a magánszemélyektől magánszemélyek részére történő közvetlen értékesítést is. Az eljárás alá vont a 2007. évi tervezett 10.100 autó értékesítését figyelembe véve a piaci részarányát 2,5%-ra becsüli.

13. A használtautó piacon éles verseny van a piaci szereplők között. Ez – többek között – annak a következménye, hogy az autógyártók nagyjából azonos tulajdonságú termékeket kínálnak nagyjából azonos áron az új autó piacon. Ezek az árak – alapvetően az amortizálódás mértékétől függően csökkentve – jelennek meg a használtautó piacon.

14. Az új és használtautók vonatkozásában a különböző gépkocsi márkák között egyaránt fennálló éles verseny kihat a fogyasztási, köztük a gépkocsi finanszírozási kölcsönök piacára is. Ezen a piacon a különböző hitelintézetek és pénzügyi vállalkozások versengenek a készpénzzel nem, vagy nem kellő mennyiségben rendelkező, gépkocsit vásárolni szándékozó fogyasztókért.

15. A gépjárműhitelekhez jellemzően az autókereskedésekben lehet hozzájutni, ahol adott esetben több finanszírozó által kínált szolgáltatás is igénybe vehető. Az autóvásárlási kölcsönöket kínáló vállalkozások jutalékot fizetnek a kereskedőknek annak érdekében, hogy az ő finanszírozási ajánlatukat kínálják a gépkocsi vásárláshoz a nem kellő mennyiségű készpénzzel rendelkező vásárlóknak.

16. A gépjárművásárláshoz adott kölcsön futamideje általában 12-72 hónap, míg a teljes hiteldíj mutató (THM) a kamatmérték mellett függ az igényelt kölcsön összegétől, illetve a futamidő mértékétől.

17. Az érintett piacon valamennyi szereplő rendszeresen közzétesz reklámokat. A hirdetések leggyakoribb formái a különböző országos megjelenésű napilapok mellett a különböző szakmai lapok, illetve az internetes megjelenésekkel párhuzamosan a honlapokon elhelyezett tájékoztatások. Hirdetéseik általában az autó irányárát, a hitel felvétele esetén a minimális önerő nagyságát - hitel X% önerőtől – tartalmazzák, és nem tartalmazzák egyéb a hitelre vonatkozó – pl. THM, futamidő, finanszírozó pénzügyi intézet neve, havi törlesztő részlet, stb. – adatokat, pl. a 26/1. sz. iratként becsatolt Képes Autó Expressz adatai szerint.

18. Az eljárás alá vont hirdetéseit az ország egész területén eljutnak a fogyasztókhoz.

---

hogy az eladó náluk új gépjárművet vásárol. A márkakereskedők vásárlás helyett használtautó kereskedőhöz is irányíthatják az eladót.

#### IV. A kifogásolt magatartás

19. Az eljárás alá vont a nyomtatott médiában, közterületeken és az interneten jelentetett meg hirdetéseket, valamint honlapja is tartalmazott olyan közléseket, amelyek versenyjogi szempontú értékelésére sor került.

A) Nyomtatott médiában megjelent hirdetések

20. Az eljárás alá vont a vizsgált időszakban ötféle hirdetést jelentetett meg, melyek költségét az üzleti titokként kezelt 2/4. sz. irat tartalmazza.

A hirdetések első típusa

21. A hirdetések első típusa az alábbi szöveget tartalmazza:

„A legnagyobb európai használtautó kereskedés<sup>5</sup> megnyitja kapuit Magyarországon”

„Kik vagyunk, és mit ajánlunk-....

Ø A Cseh Köztársaságban, Szlovákiában, Romániában, Lengyelországban és Magyarországon működő ausztrál cég vagyunk.

Ø A több mint 60.000 értékesített gépkocsi évente, a 300 millió eurós forgalom és a 2.5000 alkalmazott tesz bennünket az európai piac vezetőjévé.

Mindennap 5.000 gépkocsi található ajánlatunkban az érintett országokban.”

22. A hirdetések első típusa többek között a Népszabadságban 2006. július 25-én, augusztus 25-én és szeptember 1-én jelent meg (26/2-4. sz. irat).

A hirdetések második típusa

23. A hirdetések második típusa az alábbi szlogeneket tartalmazza:

„A z A A A A U T O - v a l  
mindenki nyer!”

- „500 darab minőségi autó!”
- Finanszírozási konstrukciók széles választéka!”

Az „Áll az alku?” kérdést követően egy ismert TV-s személyiség fotója alatt 3 sorban összesen 12 darab autó fotója látható. Minden egyes autónál feltüntetésre került többek között az autók ára és a „havi X Ft-tól” megjegyzés. A gépkocsinként változó havi összegek 5000 Ft és 8.000 Ft közötti nagyságúak.

Az autókat bemutató rész alatt az elérhetőséget mutató illusztrált térképen az M3 kivezető szakaszához közeli helyen az AAA AUTO van feltüntetve, amely az eljárás alá vont székhelyének felel meg.

A térkép mellett a következők olvashatók

- „A lehető legmagasabb árat fizetjük.”
- „Minden márkájú és típusú gépkocsit megvásárolunk”

Az alatta levő szövegrészben a következők olvashatók

„Közép-Európa legnagyobb használtautó-kereskedés megnyitotta kapuit Magyarországon.”

„AAA AUTO – 23 telephely 5 országban – évi 60.000 autó értékesítése – 2.800 alkalmazott”

---

<sup>5</sup> Aláhúzással jelöljük a továbbiakban is a versenyjogi szempontból aggályos kijelentéseket.

„Budapest - M3 kivezető, a Fóti Cora  
mellett –H-V9-21  
Hívja a 06 1 999 6 999 számot!

AAA AUTO

Az elérhetőségre vonatkozó adatok és megjelenési forma minden nyomtatottan megjelenő hirdetésben azonos.

24. A hirdetések második típusa 2006. november-decemberben a Blikk, az Expressz, a Metro, a Képes Autó, az Auto Bild és az Auto Motor nevű újságban összesen 61 alkalommal jelent meg (2/6/A. sz. irat).

A harmadik típusú hirdetés

25. A harmadik típusú hirdetés 2006. november-decemberben a Népszabadság, a Blikk, az Expressz, a Metro, a Képes Autó, az Auto Trader, az Auto Motor nevű újságban összesen 39 alkalommal jelent meg (2/6/B. számú melléklet) – többek között - az alábbi szlogeneket tartalmazva:

„ A A A A U T O ”

„MEGNYITÓ!

MÁR ÉRTÉKESÍTÉS IS!”

„Választék – 500 minőségi autó készleten - Finanszírozási konstrukciók széles választéka!”

„Közép-Európa legnagyobb használtautó-kereskedése megnyitja kapuit Magyarországon.”

„AAA AUTO – 23 telephely 5 országban – évi 60.000 autó értékesítése – 2700 alkalmazott”

26. A 2/6/B. számú iratként csatolt hirdetésekben szereplő szlogenekkel gyakorlatilag azonos szlogeneket tartalmaznak a 2/6/D. számú iratként csatolt hirdetések is, amelyek összesen 26 alkalommal jelent meg 2006. októberben a Népszabadság, a Blikk, az Expressz, a Metro, a Képes Autó, az Auto Motor, az Auto Bild nevű újságban.

A hirdetések negyedik típusa

27. A hirdetések negyedik típusa többek között az alábbi szlogeneket tartalmazza.

„Megvesszük az autóját!”

„500 gépkocsiból választhat”

28. A hirdetések negyedik típusa a 2006. október-november, és 2007. február, március hónapban a Blikk nevű újságban összesen 11 alkalommal, illetve az Expressz hirdetési újságban 2006. október és 2007. március közötti időben összesen 23 alkalommal jelent meg (2/6/C. sz. melléklete).

A hirdetések ötödik típusa

29. A nyomtatott médiában megjelent hirdetések ötödik típusa az alábbi tartalommal jelent meg:

„ A z A A A A U T O - v a l  
m i n d e n k i n y e r !

500 darab minőségi autó!”

„Áll az alku?” ismert TV-s személyiség fotója mellett a következők olvashatók

„A lehető legmagasabb árat fizetjük. Minden márkájú és típusú gépkocsit megvásárolunk”

„Közép-Európa legnagyobb használtautó-kereskedése megnyitotta kapuit Magyarországon.”

„AAA AUTO – 23 telephely 5 országban – évi 60.000 autó értékesítése – 2800 alkalmazott”

30. A 2/6/E. számú iratként csatolt alábbi hirdetés összesen 81 alkalommal jelent meg 2007. január, február és március hónapban a Blikk, az Expressz, a Metro, a Képes Autó, és az Auto Trader nevű nagy példányszámú újságokban. Az eljárás alá vont által a Képes Autó 2007. 02. 08-án megjelent számában (23/1. sz. irat) megjelentetett hirdetésben még megtalálható a „Közép-Európa legnagyobb használtautó kereskedése” szlogen.

#### B) Közterületeken megjelent hirdetések

31. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint közterületeken, az alábbi helyeken jelentetett meg hirdetéseket (2/4. sz. irat):

M3, kivezető szakasz, backlight,

M3, kivezető szakasz, Miskolc felé,

M5, Szeged felé, versenytárs felé, Autópiac felé,

6-os út, Savoya park,

M1/M7, Balaton felől látható óriásplakáton,

melyek mindegyikén az alábbiak voltak olvashatók 2006.08.01 és 2007. február 15. között a 2/6/G. sz. irat szerint

A LEGNAGYOBBI EURÓPAI HASZNÁLTAUTÓ KERESKEDÉS	
A A A A U T O	↑
M I N Ő S É G	
VÁLASZTÉK SZAKÉRTELEM	
M3 KIVEZETŐ, A FÓTI CORA MELLETT 06 1 999 6 999	

32. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a versenyfelügyeleti eljárás kezdetétől – 2007. februártól – a „Legnagyobb Európai Használtautó Kereskedés”, és a „Közép-Európa legnagyobb használtautó-kereskedése” szlogent a közterületeken kint levő plakátokon letakarta (16. sz. irat), és az eljárás jogerős lezárásáig felfüggesztette azok használatát (2. sz. irat).

#### C) Internetes keresőprogramokban megjelent hirdetések

33. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint (2/4/1. sz. irat) az „AAA Auto Európa legnagyobb használtautó-kereskedése. Több mint 500 autóból választhat.” szlogen 2006. október-december hónapban jelent meg az alábbiak szerint:

- google.hu keresőprogramban, pl. az aaa, aaaauto, az aaa auto, az autó, az autók, az autók kereskedés, az autók kereskedések, a használt autók és a használtautó kulcsszóra, illetve az  
- origo.hu keresőprogramban, pl. az aaa, aaaauto, az aaa auto, az autobazar, a használtautó és a hasznaltauto kulcsszóra (2/4/1. sz. irat) keresve.

34. 2007. május 03-án az aaaauto kulcsszóra a google internetes keresőprogramban keresve az alábbi szlogen jelent meg (19/1. sz. irat):

„Közép-Európa

[www.aaaauto.hu](http://www.aaaauto.hu) legnagyobb használtautó-kereskedése”

#### D) Honlap

35. A 2007. 04. 17-én letöltött honlap több helyen is tartalmaz hirdetést.

a) A „gépjármű felbecsülése” linket megnyitva a következők olvashatók (19/2. sz. irat).

„AAA Auto Kft.

Európa legnagyobb használtautó-kereskedése. Több mint 500 autóból választhat.”

b) A legfrissebb ajánlatot tartalmazó kereső oldalon az ajánlott gépkocsi tulajdonságainak felsorolása mellett a hitelre történő vásárlással kapcsolatban minden autónál a következőket tünteti fel: a kezdőrészlet névvel ellátott oszlop alatt „0%, 10% kezes nélkül” (19/6. sz. irat), amely a finanszírozás linken található „Miért érdemes részletre vásárolni az AAA Auto-nál? kérdés alatti szöveg szerint a kezdőrészlet kezes esetén 0%-tól, kezes hiányában 10%-tól lehetséges finanszírozási lehetőséget jelenti (19/5. sz. irat).

A honlap adataiból megállapítható, hogy az AAA AUTO hálózatából csak a budapesti telephelyre vonatkozó keresési linkek adatai érhetőek el.

### V. Az eljárás alá vont álláspontja

36. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a reklámokat az eljárás alá vont részére – annak megrendelése alapján – egy prágai média közvetítő vállalkozás rendelte meg (14. sz. irat). Markó Zoltán területi vezető 2007. április 20.-i meghallgatása során kijelentette, hogy az összes média megjelenésnek, beleértve a [www.AAAauto.hu](http://www.AAAauto.hu) honlapot is az eljárás alá vont a megrendelője. (Vj-34/2007/016)

Piacelsőségi szlogen

37. Eljárás alá vont arra hivatkozott, hogy az „Európa legnagyobb használt-autókereskedője” szlogen egy sajnálatos technikai tévedés következtében jelent meg. Mihelyt lehetett korrigálták a hirdetést. (2007. június 20-i beadvány 2.2. pont)

38. Az eljárás alá vont állítása szerint a piacelsőségi szlogenekben szereplő „kereskedő”, ill. „kereskedés” kifejezés az AAA AUTO cégcsoportot jelenti. (2007. június 20-i beadvány 2.1.1. pont)

39. 2005-ben mérték fel a piacot, illetve jelenleg már a 2006. évi adatok alapján állítják magukról a piacelsőséget (16. sz. irat).

40. Közép-Európai országnak elsősorban azt az 5 országot tekinti, ahol jelen van, de ide sorolja még Szlovéniát, Horvátországot, Szerbiát, és Bulgáriát is (21. sz. irat). E közép-európai relációban való piacelsőség bizonyítására eljárás alá vont a határozat 1. sz. mellékletében összegyűjtött állításokat tette.



41. Eljárás alá vont hivatkozott arra is, hogy a társaság által használt piacelsőségi kifejezés korlátozott jelentőséggel bír a fogyasztói döntéshozatal során. Véleménye szerint a kereskedő földrajzi közelsége fontosabb a fogyasztó számára. (2007. június 20-i beadvány 2.1.4. pont)

42. Az eljárás alá vont állítása szerint az Autocentrum AAA Auto Kft. Magyarországon a legnagyobb használtautó kereskedésnek számít a határozat 2. sz. mellékletében kifejtett érvek alapján.

A hitelkonstrukciós vásárlás havi törlesztő részletének nagyságáról adott tájékoztatás

43. Hetente mérik, hogy a telephelyükön milyen arányban vásárolnak hitelre autókat, ezért megbízható adatokkal rendelkeznek. Ennek alapján megállapítható, hogy az értékesített autók 70-75%-át hitel igénybe vételével vásárolták meg, 28-33%-os önrész befizetése mellett (21. sz. irat).

44. A hirdetésekben feltüntetett havi törlesztő részlet a konkrét autóra vonatkozó 70% önerő befizetése és a leghosszabb futamidő elérése mellett lehetséges, amely a fogyasztó számára a létező legkedvezőbb feltételeket biztosítja a legalacsonyabb havi díjjal.

45. A hitelkonstrukciós vásárlással kapcsolatos tájékoztatás kapcsán kifejtette azon álláspontját, hogy minden fogyasztó tisztában van azzal, hogy a havi törlesztő részlet a finanszírozási konstrukció számos elemének meghatározása után kerül kikalkulálásra. Rámutatott, hogy nagyon sokféle futamidő létezik az értékesítés során. A futamidő hossza sok körülménytől függ, még attól is, hogy hány km futott a gépjármű és mikor melyik hónapban helyezték forgalomba. Ennek a sokféle futamidőnek a feltüntetése nehézségekbe ütközne a reklámokban. Véleménye szerint érthető, hogy a legalacsonyabb törlesztő részletet kommunikálják. Egy átlagos vagy tipikus törlesztő részlet megjelölése rengeteg kiegészítő magyarázatot igényelne a reklámban. Az utóbbi megoldás még inkább fogyasztó megtévesztő lehetne, mert a fogyasztók azt gondolnák, hogy ők is a tipikus eset hatálya alá tartoznak. (2007. június 20-i beadvány 2.5.1. pont)

46. Felhívta a figyelmet a beadvány mellékleteként csatolt új hirdetésekre, különösen hogy ezek a törlesztő részletek kapcsán tartalmaznak információt arra vonatkozóan, hogy a befizette önerő mértékétől és a futamidő hosszától függően változik a törlesztő rész. Megjegyezte, hogy ezek az új típusú reklámok a PSZÁF javaslatainak figyelembevételével kerültek megfogalmazásra. (2007. június 20-i beadvány 2.5.2. pont) Eljárás alá vont csatolta az új szövegű hirdetéseket.

Teljes finanszírozás

47. Eljárás alá von egyfelől elismerte, hogy a 0%-os önerő a bankok gyakorlata alapján nem jellemző (16. sz. irat), másfelől viszont arra hivatkozott, hogy ez is egy létező konstrukció (tárgyalási jegyzőkönyv).

„A lehető legmagasabb árat fizetjük ” szlogen

48. A felvásárlási ár kialakítása során figyelembe veszik az autó korát, műszaki állapotát, gyártmányát, típusát, keresletét, minőségét, egyedi jellemzőit, stb., melynek eredménye az ár,

amely a lehető legmagasabb összeg. Ez a fizetett összeg nem piaci ár, hanem az adott jármű egyedi állapotára utaló érték (2/11. sz. irat).

A „lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogen kapcsán előadta azt, hogy az eurotax rendszerben szereplő körülmények értékelésén túlmutató további körülményeket pozitív módon áremelőként veszik figyelembe. Ha egy gépkocsi karosszériáján az átlagosnál kevesebb karcolás látható ez áremelő körülmény, ezzel szemben, ha az átlagosnál sérültebb lenne a karosszéria azt az eurotax, mint sérült karosszériát rendeli figyelembe venni megfelelő árcsökkenés keretében.

A társaság konkurenseinél kisebb árréssel dolgozik így lehet elérni, hogy max. 30 napot tölt egy gépjármű a telephelyen, de átlagosan 2 hét alatt gazdára talál. A „nagy készlet kis haszon” elve alapján dolgoznak. Egyre több magyar használtautó tulajdonos adja el gépjárművét az eljárás alá vontnak. Tehát a tendencia az, hogy a fogyasztók érzékelik megfelelő ellenértéket kapnak a cégtől. (2007. június 20-i beadvány 2.3. pont)

49. Kérte enyhítő körülményként figyelembe venni, hogy

- még egy éves piaci tapasztalattal sem rendelkezik, a versenytársak hirdetéseit alapul véve pedig nem volt tisztában azzal, hogy a hirdetései a Tpv. rendelkezéseibe ütközhetnek (2007. június 20-i beadvány 3. pont),

- nem gyakorolhatott értékelhető hatást a magyar piacra. (2007. június 20-i beadvány 3. pont)

50. Kérte annak is kedvező elbírálását, hogy az eljárás megindulását követően haladéktalanul változtatott a hirdetések szövegezésén. (2007. június 20-i beadvány 3. pont)

## **VI. Versenyjogi értékelés**

Piacelsőségi szlogenek

Legnagyobb használtautó-kereskedő

51. A reklámokban szereplő piacelsőségi kijelentések közül először is meg kell vizsgálni, hogy kire is vonatkozik az a szlogen, amely szerint a reklámozott vállalkozás Európa ill. Közép-Európa legnagyobb autókereskedője.

52. Eljárás alá vont értelmezése szerint a piacelsőségi kijelentés a vállalatcsoport egészére vonatkozik, azaz a prágai székhelyű AAA AUTO a.s. és a négy másik országban működő vállalatok összességére.

53. Az eljáró versenytanács nem vitatja, hogy az eljárás alá vont szándéka irányulhatott a vállalatcsoport egészének megjelenítésére, de a reklámok tartalma ezt általában nem bizonyítja.

- A hirdetések legnagyobb csoportja (ötféle reklám) kifejezetten magyar vállalkozásra utaló tartalmi elemeket tartalmaz. Ilyen a nyomtatott médiában megjelent negyedik típusú hirdetés (27. pont), a közterületi reklámként megjelenő óriásplakát (30. pont), az internetes keresőprogramokban megjelenő hirdetések közül a 32. pontban bemutatott, továbbá az eljárás alá vont honlapjának „gépjármű felbecsülés” linkjén (34. pont), továbbá „legfrissebb ajánlatok” rovatában (35. pont) található tájékoztatás.

- Az eljárás alá vont honlapjának „sajtótájékoztatók” linkjén olvasható szöveg a cseh központról szól, a Csehországban 41.612 járművet értékesítő vállalkozásról állítja, hogy piacvezetőnek számít a közép-európai régióban (9. pont).

- Van olyan hirdetés, amely egyáltalán nem tartalmaz arra utaló elemet, amelyből érdemi következtetést lehetne levonni arra vonatkozóan, hogy kit is reklámoz (33. pont).
- A hirdetések egy csoportjában (a 11 hirdetésfajtából háromban) egyesek találhatók olyan tartalmi elemek, amelyek különböző részeiből más-más alanyra – a cseh anyavállalatra, magyar cégre, vagy a vállalatcsoport egészére – lehet következtetni. Ebbe a körbe tartozik a nyomtatott médiában megjelent második (23. pont), harmadik (25. pont) és ötödik típusú hirdetés (29. pont).
- Egyetlen hirdetésfajtról, nevezetesen a nyomtatott médiában megjelent első típusú hirdetés (21. pont) tekintetében állapítható meg, hogy nem magyar és nem cseh céget, hanem „ausztrál cég”-et reklámoz, a vállalatcsoport egészére jellemző adatok bemutatásával.

54. Az előző pontban bemutatott értékelés alapjául a hirdetésekben szereplő tartalmi elemeket az alábbi szempontok szerint csoportosította az eljáró versenytanács:

- magyar cégre utaló tartalmi elemek: hazai autókészlet<sup>6</sup> számának feltüntetése (23., 25., 27., 29., 32., és 34. pontok), magyar értékesítési hely<sup>7</sup> földrajzi megjelölése (23., 30., pont), magyar telefonszám (23., 30., pont), megadott internetes cím „.hu” kiterjesztése<sup>8</sup> (33. pont), kft megjelölés<sup>9</sup> (34. pont),
- cseh cégre utaló tartalmi elemek: Csehországban értékesített autók számának feltüntetése (9. pont),
- vállalatcsoportra utaló tartalmi elemek: több mint 60.000 értékesített gépkocsi, 5.000 db-os készlet (21., 23., 25., 29., pont), 23 telephely 5 országban (23., 25., 29., pont)
- semleges elem: az „AAA AUTO” megnevezés, ill. az állítás az „AAA Auto” megjelölés. (Az eljárás alá vont területi képviselője ugyanis elmondta, és eljárás alá vont 2007. június 20-i beadványa ezt megerősítette, hogy minden országban ezt az elnevezést használják, névjegykártyájukon is ez a cégnév szerepel.)

55. A „megnyitja kapuit” fordulatot<sup>10</sup> az eljáró versenytanács nem értékelte, mivel ez a versenyjogi szempontból elbírálható szlogen része. Megjegyzi azonban az eljáró versenytanács, hogy a Magyarországon is „kaput nyitó” cég nem más, mint a prágai székhelyű AAA AUTO a.s., az eljárás alá vont – mint leányvállalat – anyacége.

56. Mindezek alapján az eljáró versenytanács úgy értékelte, hogy a Tpv. 9. §-ában rögzített értelmezési szabály alapján a reklámokat olvasó magyar fogyasztók nem azt gondolják, hogy a reklám – a 21. pontban írt kivétellel - egy vállalatcsoportra vonatkozik.

57. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a reklámokban található részleteken túl további körülmények is cáfolják az eljárás alá vont értelmezését.

- A reklámokat az eljárás alá vont rendelte meg, ill. azokat a részére rendelték meg (36. pont)
- Az is alátámasztja a kijelentések eljárás alá vontra vonatkozó jellegét, hogy egy Magyarországon tevékenykedő és itt reklámozó cég logikusan önmagát kívánja

<sup>6</sup> A „Több mint 500 autóból választhat” szlogen egyértelműen a magyarországi székhelyű használtautó kereskedelemre utal.

<sup>7</sup> A közterületeken megjelent hirdetések utolsó sora a főtí Cora melletti használtautó kereskedést jelölte meg.

<sup>8</sup> A megadott internetes cím „.hu” kiterjesztése teszi egyértelművé, hogy a „Közép-Európa [www.aaaauto.hu](http://www.aaaauto.hu) legnagyobb használtautó-kereskedése” szlogen magyar céget reklámoz.

<sup>9</sup> Az eljárás alá vont honlapján szereplő elsőszéki kijelentés az „AAA Auto Kft”-re vonatkozik (34. pont), amelyről az eljárás során előadták, hogy gazdasági tevékenységet nem folytat, az eljárás alá vont létrehozásában játszott szerepet.

<sup>10</sup> „A legnagyobb európai használtautó kereskedés megnyitja kapuit Magyarországon” (21. pont), „Közép-Európa legnagyobb használtautó-kereskedés megnyitotta kapuit Magyarországon” (23. pont), „Közép-Európa legnagyobb használtautó-kereskedése megnyitja kapuit Magyarországon” (25. pont), „Közép-Európa legnagyobb használtautó-kereskedése megnyitotta kapuit Magyarországon” (29. pont).

népszerűsíteni, ill. a fogyasztó logikusan feltételezheti, hogy a reklám arról szól, akivel ő kapcsolatba kerülhet.

- A magyar jog a vállalatcsoportot nem ismeri el jogalanynak.
- Az eljáró versenytanács véleménye szerint a reklámban egyes számban szereplő „kereskedő”, kereskedés” fogalmat a magyar fogyasztók nem értelmezheték úgy, hogy a piacelsőségi kijelentés több vállalkozásra vonatkozna. A hétköznapi magyar nyelvben a „kereskedés” kifejezés jelenthet egy boltot, egy telephelyet, de a fogyasztók nem „vállalatbirodalomra” asszociálnak a „kereskedés” szó láttán.

58. Mindezek alapján az eljáró versenytanács nem tartotta szükségesnek azon adatok és bizonyítékok értékelését, amelyeket eljárás alá vont a vállalatcsoport közép-európai piacvezető voltának bizonyítására felhozott. Észlelte az eljáró versenytanács azt is, hogy ha a vállalatcsoport tekintetében vizsgálná a kijelentés valóságát, azzal a problémával is szembesülni kellene, hogy a Közép-Európai régió földrajzilag nem behatárolt. Az eljárás alá vont közép-európai régió országainak elsősorban azt az 5 országot tekinti, ahol jelen van az AAA AUTO cégcsoport, de elvileg ide sorolja Szlovéniát, Horvátországot, Szerbiát, és Bulgáriát is.

- Ezen utóbb említett országok használtautó piacára vonatkozóan azonban semmilyen adatot nem csatolt be, a piacelsőségi kijelentést tehát még eljárás alá vont földrajzi értelmezését követve is bizonyítatlannak kellene tekinteni.
- Közép-Európa – az eljáró versenytanács által feltételezett fogyasztói értelmezés szerint nem azonos azzal az 5 országgal, ahol az AAA AUTO cégcsoport jelen van, ezért az előbb hiányolt adatok bizonyítása sem igazolná a piacelsőségi állítás igaz voltát.

59. Az eljárás alá vont maga sem vitatta, hogy az egész Európára vonatkozó elsőségi kijelentések (21., 31., 32., 34. pontok) nem fedik a valóságot.

„A lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogen

60. Az eljárás alá vont a „lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogen valóságát a vizsgálat során egyfelől az ármegállapítás során figyelembe vett körülmények felsorolásával, másfelől céljainak bemutatásával kívánta igazolni (2/4. sz. irat).

61. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjában annak a megítélésének adott hangot, hogy a használt autók vételárának megállapítása során általában figyelembe veszik az autó korát, részletes műszaki állapotát, gyártmányát, típusát, piaci keresletét, minőségét és az adott autó egyedi jellemezőit. Az eljárás alá vont által felsorolt körülmények egyike sem olyan tényező, amely egyfelől csak az eljárás alá vont gyakorlatának sajátja lenne<sup>11</sup>, másrészt, amelynek eredménye egy - más használtautó-kereskedőkéhez képest - magasabb átvételi ár lenne. Az eljárás alá vont a „lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogen valóságát céljainak bemutatásával is igazolni kívánta, nevezetesen, hogy jó minőségű, keresett autókat szeretnének felvásárolni. Az ilyen autók piaci értéke azonban nyilvánvalóan magasabb, mint a

---

<sup>11</sup> Az eljárás alá vont által megnevezett versenytárs – a Delta-Popp Kft. – szerint az ár kialakítás alapját az autó állapota adja. Az árat befolyásolja a megtett km, a jelenlegi, illetve korábbi sérülések, az autó felszereltsége, a motor térfogata, típusa. Tárgyilagosan azonban nem bizonyítható, hogy az ajánlott ár a piacon elérhető legmagasabb ár, mert az ajánlatok többsége nem írásban kerül közlésre (17. és 27. sz. irat üzleti titkot nem tartalmazó iratváltozata).

A Weltauto nyilatkozata szerint a legmagasabb árat a fogyasztó akkor kapja, amennyiben az autója magyarországi üzembehelyezésű, sérülésmentes, keveset futott, a karbantartása dokumentáltan márkaszervizben történt, a piacon keresett modell, és extrákkal közepesen van felszerelve (18. sz. irat).

rossz állapotú, kevésbé keresett autóké. Azzal, hogy a keresett autókért többet fizetnek, mint a nem keresettekért, még nem bizonyítják a reklámban foglaltakat.

62. Az eljárás alá vont 2007. június 20-i beadványában kiegészítette álláspontját. Eljárás alá vont beszámolt arról az általa folytatott gyakorlatról, hogy az EUROTAX objektív szempontjai alapján számított értéken túl, az ott nem szereplő szempontok alapján számított értéket (pl. utólag beszerelt klíma) vételár növelő tényezőként vesz figyelembe, továbbá az adott gépjármű állapotának megfelelően egyes szubjektív értékelési szempontok alapján – például, hogy a korához képest a szokásosnál jobb külső és belső állapotban van (nincs külső karcolás a fényezésen, a belső kárpit sem annyira kopott, mint az átlagos, az autó színe az átlagosnál kelendőbb stb.) az objektív árhoz képest magasabb árat, azaz a lehető legmagasabb árat kínálja. Ezt jelenti a szlogen, nem a versenytársakhoz képest viszonyított legmagasabb árra kívánta az eljárás alá vont felhívni a figyelmet, hanem arra, hogy a lehető legkörültekintőbben és egyénre szabottan állapítja meg az árat, úgy, hogy közben a lehető legmagasabb árat fizeti meg, ami az adott körülmények között lehetséges az egyéni feltételek figyelembevételével. (2007. június 20-i beadvány 2.3. pont)

63. Az eljáró versenytanács nem vitatja, hogy a „lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogent eljárás alá vont az általa beadványában kifejtett módon értelmezte. A Tpv. 9. §-a alapján azonban a szlogen megtévesztésre való alkalmasságát a használt kifejezéseknek a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján kell megítélni. Ebből a szempontból a szlogen tartalma az, hogy az autókereskedő minden egyes autóra – típusától, állagától, a márka népszerűségétől stb. függetlenül – többet hajlandó fizetni, mint amilyen összeget bármelyik konkurens fizetne egy ugyanolyan paraméterekkel rendelkező autóért. A „lehető legmagasabb ár” szlogen a fogyasztók számára azt az üzenetet hordozza, hogy az eljárás alá vont adja a piacon a legmagasabb árat. Ezt azonban az eljárás alá vont nem bizonyította, hiszen nem is ezt az értelmet tulajdonítja a szlogennek. Egy ilyen állítás valóságtartalma igen nehezen bizonyítható, hiszen aligha van két teljesen egyforma autó, és ha volna is, azt nem lehet kétszer egyidőben eladni. Az eljárás alá vont azonban maga választotta a szlogent. Az eljárás alá vont maga sem állítja, hogy minden esetben a konkurenséknél magasabb árat fizet, csak annyit, hogy „Igyekeznek a lehető legmagasabb árat kínálni”.

A hitelkonstrukciós vásárlás havi törlesztő részletének nagyságáról adott tájékoztatás

64. Az eljárás alá vont hirdetéseiben figyelemfelhívóan kis összeget jelölt meg az egyes gépkocsik havi törlesztő részleteként. A kölcsön feltételeire vonatkozóan eljárás alá vont sem a nyomtatott médiákban, sem az internetes honlapján nem közölt bővebb információkat.

65. A valóságban a fogyasztó csak abban az esetben juthatott hozzá a meghirdetett, becsalogatóan alacsony (5.000-8.000 Ft) havi törlesztő részletű kölcsönhöz, amennyiben rendelkezett a vételár 70%-ának megfelelő készpénzzel, és csak a vételár 30%-ra kellett hitelt felvennie (16. sz. irat).

Az eljárás alá vont által is elismerten az önrész aránya a heti mérések alapján 28-33% között van, és a vásárlások 70-75%-a hitel igénybevételével valósul meg. Az eladások jelentős részében tehát nem érvényesül a becsalogatóan alacsony (5.000-8.000 Ft) havi törlesztő részlet a potenciális vásárlókra azonban hatást gyakorolhatott a közölt alacsony törlesztő összeg.

66. A becsalogatóan alacsony mértékű havi törlesztő részlet nem valótlan állítás, hiszen van olyan helyzet, amelyben érvényesül. Ez a helyzet azonban korántsem tipikus. A jellemző önrész-nagyság a felét sem éri el annak a 70 %-nak, amely megfizetése szükséges az alacsony havi részlethez.

67. A reklámok használják a „-tól” toldalékot a havi törlesztő rész alacsony forintértékéhez kapcsolat. Ez figyelemfelhívást jelent a fogyasztó számára, hogy a részlet lehet magasabb.

68. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjában tisztességtelennek tekintette azt, hogy a fogyasztóra legkedvezőbb, de egyáltalán nem tipikus eset kerül reklámozásra. Az önrész nagyságától és a visszafizetési idő hosszától függően sokféle kombináció létezik, amelyekhez egy-egy havi törlesztő összeg tartozik. Az előzetes álláspont valós tény megtévesztésre alkalmas módon történő állításának minősítette a sokféle kombinációból a fogyasztóra legkedvezőbb forintérték közlése és egyidejűleg a velejáró magas önrész és hosszú futamidő elhallgatása.

69. Az eljáró versenytanács azonban ebben a részben elfogadta azt az érvelést, amit eljárás alá vont egyrészt a 2007. június 20-i beadványának 2.5. pontjában, másrészt a tárgyaláson kifejtett, ezért nem tekinti a nem tipikus, de létező helyzet reklámozását jogsértőnek. Az eljárás alá vont vállalkozásra kedvező értékelésben jelentős szerepe volt annak, hogy a havi törlesztő részlet mértéke sok körülményre tekintettel kerül megállapításra. Ezen befolyásoló tényezők sokfélesége és tartalmi sokszínűsége folytán a havi törlesztő részlet mértéke szinte esetről-esetre változik. Az eljáró versenytanács elfogadta azt, hogy folyamatosan változik az, hogy mi a havi törlesztő részletek közül a leggyakrabban alkalmazott mérték, ehhez képest nehéz lenne kiválasztani a reklám céljára a tipikus mértéket.

Az eljárás alá vont 2007. június 20-i beadványának mellékleteként csatolt egyik új hirdetés az autók fényképe alatt található alacsony havi törlesztő részletet csillaggal jelöli, és a lap oldalán – igen apró betűvel függőlegesen elhelyezve – az alábbi szöveget tartalmazza: A megjelölt havi törlesztő részlet a befizetett önerő mértékétől ill. a futamidő hosszától változik.

70. Az eljáró versenytanács részben elfogadja eljárás alá vontnak az előző pontban felsorakoztatott érveit, részben megállapítja, hogy nem állnak rendelkezésére pontos dokumentumok, amelyekre tekintettel megalapozottan ki lehetne jelenteni, hogy a reklámok olyan megoldást hirdetnek, amely csak kivételesen érvényesül a gyakorlatban. A havi törlesztő részletekről a legalacsonyabb kezdő érték feltüntetésével adott tájékoztatásról ebben az esetben az eljáró versenytanács a Tpvt. 77. § (1) bek. i) pontja alapján megállapítja, hogy a magatartás nem ütközik a törvénybe.

A 0%-os önerőről<sup>12</sup> adott tájékoztatás

71. A fogyasztó megtévesztésére alkalmas közlésének – valós tény megtévesztő módon való közlésének - minősül az, hogy a legfrissebb ajánlatot tartalmazó kereső oldali reklám (35. pont) 0%-os kezdő részlettel való vásárlási lehetőségét hirdeti, noha az a fogyasztók széles rétege számára elérhető. Az eljárás alá vont maga is elismeri, hogy „A 0 %-os önerő a bankok gyakorlata alapján nem jellemző” (44. pont). Az önrész aránya a heti mérések alapján 28-33% között van. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy eljárás alá vont 2007. június 20-i beadványának mellékleteként csatolt egyik új hirdetés még mindig tartalmazza a kifogásolt állítást („Kínálatunkban akár 0 %-os önerő és 10 éves futamidőt is talál”).

A „Minden márkájú és típusú gépkocsit megvásárolunk” szlogen

---

<sup>12</sup> A reklámban – tévesen - 0 %-os kezdőrészlet szerepel.

72. A becsatolt adatok alapján megállapítható, hogy a felvásárolt autók között, pl. a 2004-es évjáratú Fiat Albea, Ford Focus, Hyundai Atos, Nissan Almera, Opel Astra, Peugeot Expert, Renault Kangoo, Suzuki Ignis, és Volkswagen Golf mellett még egy 1990-es évjáratú Trabant is megtalálható volt (2/12/1-2. sz. irat). ... (2007. június 20-i beadvány 2.4. pont) A fentiek alapján az eljáró versenytanácsnak nincs oka annak feltételezésére, hogy eljárás alá vont nem tett eleget a szlogenben foglalt ígéretnek. A „Minden márkájú és típusú gépkocsit megvásárolunk” szlogentről az eljáró versenytanács a Tpv. 77. § (1) bek. i) pontja alapján megállapítja, hogy az nem ütközik a törvénybe.

## **VII. Versenyjogi elvárások**

73. A fogyasztók felé irányuló (reklámként vagy más módon megnyilvánuló) tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról), a vállalkozásról, a tájékoztatás tartalmáról. A versenyhelyzetben lévő vállalkozással szemben fokozottan elvárható követelmény, hogy a vállalkozások vevőbecsalogató információi pontosak, tényszerűek legyenek.

74. Egy állítást megfogalmazó reklámozónak már az állítás közzétételekor rendelkeznie kell az állítás valóságnak való megfelelését igazoló bizonyítékokkal.

75. A fogyasztókhoz eljuttatott információk valóságtartalmát minden esetben a közreadójának kell igazolnia, így a szlogen közvetítette állítás valóságnak való megfelelését az eljárás alá vontnak kellett volna bizonyítania, ugyanakkor az általa szolgáltatott adatok erre bizonyítékkal nem szolgáltak.

76. A fogyasztó befolyásolásában az adott vállalkozás magáról ill. az általa nyújtott szolgáltatásokról adott tájékoztatás - így például a „Közép-Európa legnagyobb használtautó kereskedője”, illetve az „Európa legnagyobb használtautó kereskedője ” szlogen alkalmazása - a fogyasztó érdemi választását befolyásoló tényezőnek tekintendő. Az ilyen magatartás alkalmas arra, hogy hatást gyakoroljon a gazdasági versenyre.

77. A tájékoztatás jogsértő jellegét a fogyasztó esetleges utólagos piaci tájékozódási lehetősége sem szünteti meg, mivel a jogsértés már a tájékoztatások közzétételevel megvalósult. A jogsértő tájékoztatás (reklám) közzététele már önmagában a fogyasztói döntési folyamat torzulását eredményezheti, az adott vállalkozás, illetve adott termék iránt a döntési folyamatban vitathatatlanul szerepet játszó fogyasztói érdeklődést tisztességtelen módon kelti fel, a vállalkozás, a termék fogyasztói preferenciarendszerben elfoglalt helyének módosítására alkalmasan.

## **VIII.**

### **Az eljáró versenytanács döntése**

78. Az eljáró versenytanács a Tpv. 77.§ (1) bekezdés d.) pontja alapján megállapítja, hogy a Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) és c) ütköznek az Autócentrum AAA Autó Kft. alábbi magatartásai:

- a különböző újságokban, internetes honlapján, internetes keresőprogramokban és az egyéb szabadteri reklámfelületen megjelentetett „Közép-Európa legnagyobb használatú kereskedője”, illetve az „Európa legnagyobb használatú kereskedője” szlogen,
- a honlapján közölt 0%-os kezdőrészlettel<sup>13</sup> történő vásárlásról adott tájékoztatás és
- a különböző újságokban és honlapján megjelentetett „a lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogen.

79. Az eljáró versenytanács megtiltja az előző pontban írt magatartások folytatását a Tpv. 77.§ (1) bekezdés f) pontja alapján.

80. A Tpv. 78.§ (2) bekezdése alapján az eljáró versenytanács bírság kiszabását látta indokoltnak. A bírság kiszabásánál a törvényben nevesített szempontok figyelembe vételével a reklámok költségéből indult ki.

81. A „lehető legmagasabb árat fizetjük” szlogen kapcsán az eljáró versenytanács enyhítő körülményként értékelte az eljárás alá vont jóhiszeműségét, nevezetesen azt, hogy a szlogen tartalmának általa képviselt értelmezése elfogadható.

82. A Tpv. 74. § (1) bekezdésére hivatkozva az eljárás alá vont vállalkozás kérte tárgyalás megtartását, így módja volt álláspontja részletes kifejtésére. Az eljáró versenytanács a határozatot tárgyaláson hirdette ki.

83. A jogorvoslati jog a Tpv. 83. § (1) bekezdésén alapul.

Budapest, 2007. június 28.

---

<sup>13</sup> Valójában: 0 % önerővel



## 1. sz. Melléklet

1. „Az AAA AUTO Közép-Európa legnagyobb használtautó kereskedője”, illetve az „Európa legnagyobb használtautó kereskedője” szlogen valóságtartamát az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az alábbi adatok igazolják.

Az AAA AUTO 2006. év eredményei az egész cégcsoportra vonatkozóan:

Eladott autók száma: 61.939 db

Alkalmazottak száma: 2.900

Forgalom: 9.940 milliárd CZK (kb. 353 millió Euró) (2/5. sz. irat)

5 ország piacán működik számos telephellyel (2/5. sz. irat)

Cseh Köztársaság: 14 telephely

Szlovákia: 6 telephely

Magyarország: 1 telephely

Lengyelország: 2 telephely

Románia: 1 telephely

amely 2007. február 26-ig összesen 24 telephelyet jelent Közép-Európában.

Az AAA AUTO cégcsoport készlet adatai országoként: (2/5. sz. irat)

Cseh Köztársaság: 4.000 db autó

Szlovákia: 2.000 -

Magyarország: 800

Lengyelország: 500

Románia: 500,

melynek alapján 2007. február 26-án a cégcsoport összesen 7.800 gépjárművel rendelkezett Közép-Európában.

2. Régiós szinten nincs olyan versenytárs, aki több országban is jelen van az alábbiak tükrében (15. sz. irat).

Csehország (15. sz. irat)

Az AAA AUTO az éves szinten eladott 40.000 darab autóval a piac 25%-át fedi le.

A legnagyobb versenytársa az AUTO ESA 3 telephellyel rendelkezik és az éves forgalma 4.000 darab autó.

Szlovákia (15. sz. irat)

Éves szinten az AAA AUTO 16.000 darab autót értékesít a teljes piacon, amely 80.000 darab autóra tehető, így a becsült piaci részaránya 20% .

A két legnagyobb versenytársa éves szinten 1.500-1.800 darab autót értékesít.

Lengyelország (15. sz. irat)

Az AAA AUTO 10.000 darabot tervez eladni a félmillióra becsült használtautó piacon ahol az értékesítés csak 2006. november végén indult.

A lengyel piacra jellemző, hogy a használtautók többnyire a hétvégi piacokon cserélnek gazdát, és jelentős a magánimport.

Románia (15. sz. irat)

Az AAA AUTO éves szinten 3.000 darabot értékesít a 60.000 autóra becsült piacon.

A román piac szintén nagyon elaprózott, így egyetlen jelentős versenytársa az AUTOVIT, amely 1.200 darab autót értékesít éves szinten.

3. A használtautók értékesítésének az egymástól nem független társaságok által létrehozott ilyen méretű nemzetközi hálózata nemcsak Közép-, hanem egész Európában egyedülálló (2/5. sz. irat).

## **2. sz. Melléklet**

Magyarországon a használatautó kereskedők átlagosan 90 darabos készlettel rendelkeznek telephelyenként, így az Autocentrum AAA Auto Kft. az átlag 500 darabos készletével a legnagyobbnak számít (16. sz. irat).

Eljárás alá vont Magyarországon a 2006. szeptemberi indulás óta közel 2.800 darab autót vásárolt meg és 2.300 autót adott el. Ezzel a teljesítménnyel Magyarországon is a legnagyobb használatautó kereskedővé vált, különösen azért, mert a legnagyobb versenytársai a Weltauto és a Delta Popp nem egy-egy céget, hanem jogilag önálló cégek marketing szemléletű csoportosulását takarja (2/5/4. sz. irat). Ez utóbbi körülményt eljárás alá vont részletesen kifejtette 2007. június 20-i beadványának 2.1.2. pontjában és a tárgyaláson.