



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-117/2007.**

A Gazdasági Versenyhivatal az **Advertum Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** eljárás alá vont vállalkozás 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

I.

A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) az Advertum Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. eljárás alá vont ügyfél ellen 2007. július 16-án versenyfelügyeleti eljárást indított, mivel észlelte, hogy az Advertum Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. kommunikációs tevékenysége során megtevesztésre alkalmas tájékoztatást adott a Júliusig ne költsön reklámra! elnevezésű szlogen használatával, tekintettel arra, hogy a sajtóhirdetésében és rádióreklámjában közzétett szlogennel, illetve a kommunikációs eszközök tartalmával három havi ingyenes hirdetési lehetőséget ajánl, annak ellenére, hogy nem ingyenességről van szó, csupán a fizetési határidő meghosszabbításáról.

Ezen magatartással az Advertum Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: Advertum Kft.) valószínűsíthetően megsértette a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetében foglaltakat, mely tilalmazza a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolását.

A közérdek védelme az eljárás alá vont regionális hirdetési piacon valószínűsíthetően meghatározó piaci részesedése indokolta a versenyfelügyeleti eljárás megindítását.

A versenyfelügyeleti eljárás kiterjedt az Advertum által alkalmazott, a hirdetők felé történő üzleti kommunikációs tevékenységére a 2006. évtől kezdődően jelen időszakig.

II.

A Tpv. III. fejezete tartalmazza a fogyasztóvédelmi célú versenyjogi normákat.

A Tpvt. 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni.

Ugyanezen szakasz (2) bekezdésének értelmében 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; 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; 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; különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

A Tpvt. 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.

A Tpvt. 10. §-a értelemben tilos a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszerek alkalmazása. Ilyen módszernek minősül különösen, ha olyan körülményeket teremtenek, amelyek jelentősen megnehezítik az áru, illetve az ajánlat valós megítélését, más áruval vagy más ajánlattal történő tárgyyszerű összehasonlítását.

A Tpvt. 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.

III.

Az Advertum Kft. 2005. novemberében alakult meg, cégkivonata szerint a bejegyzés időpontja 2006. január 1., a cég főtevékenysége: hirdetés, a 2006. évben az értékesítés nettó árbevétele: 117.180.000 Ft.

A társaság célja, hogy Szabolcs-Szatmár-Bereg, Borsod-Abaúj-Zemplén és Hajdú-Bihar megyében komplex kommunikációs megjelenési lehetőséget kínáljon a helyi vállalkozásoknak a cégek bemutatására.

IV.

Az Advertum Kft. adatszolgáltatása során csatolta a Júliusig ne költsön reklámra! elnevezésű akcióban használt kommunikációs eszközöket. A kommunikációs tevékenység során alkalmazott rádióreklámot, nyomtatott sajtóhirdetést és a személyes eladás során használt tájékoztató anyagot.

Az egyes kommunikációs eszközök az alábbiak szerint tájékoztatták a fogyasztókat:

A rádióreklám napi 5 alkalommal volt hallható a Gold FM rádióban.

A 30 másodperces reklámfilmben az alábbi tájékoztatás hangzott el:

— A bérleti díjam 240 m² üzletért 600.000 Ft, 10 fő munkabére 1.890.000 Ft. A rezszi ebben a hónapban 240.000 Ft volt.

Lássuk a hirdetések: Két héten át hirdettem a Gold Fm rádióban és volt négy ¼ oldalas hirdetésem a Média1 hetilapon. Ezért nem kellett fizetnem semmit!

— Júliusig ne költsön reklámra! További információk a 99-99-40-es telefonszámon!

A sajtóhirdetés a Média1 elnevezésű hetilapban került közzétételre, mely sajtótermék hetente összesen 210.000 példányban (Nyíregyháza 50.000 példány, Debrecen 90.000 példány, Miskolc 70.000 példány) jelenik meg.

A hirdetésben az alábbi tájékoztatás szerepelt:

Júliusig ne költsön reklámra!

Bérleti díj: 600.000 Ft (240 m²)

Munkabérek 1.890.000 Ft (10 fő)

Rezsi: 240.000 Ft (víz, villany, gáz)

Hirdetési költség

Gold Fm: 0 Ft (50 spot)

Média1 hetilap: 0 Ft (4 db ¼ oldal)

A személyes eladás során használt fogyasztói tájékoztató kb. 50 potenciális ügyfélhez jutott el, mely 2007. március 22-ei keltezésű. A tájékoztatóban a fenti két reklámban megjelenő szlogen részletesen került kibontásra, melynek lényegi elemei a következők voltak:

„ (...) Hirdessen 3 hónapig anélkül, hogy elkezdené fizetni a reklámköltségét! A 2007-es üzleti évre szóló ajánlatukban április, május, június hónapokban elfelejtheti a reklámköltséget, ennek ellenére hatékony reklámkampányokat indíthat felületeinken. Az ön által választott kommunikációs csomagot júliustól év végéig 6 részletben fizetheti ki, így tudatosan tervezheti reklámköltségét az idei évben.

- Hirdetési keretét 2007. április 1- és december 31. között szabadon használhatja fel;
- Az első három hónapban fizetés nélkül hirdethet;
- Reklámköltségek júliustól 6 egyenlő részletben.(...)”

A tájékoztatóban ismertetésre kerültek továbbá a hárommegyés mediarendszer elemei, a nyíregyházi csomagajánlatok és a hárommegyés pozicionálás eredményei.

Az Advertum Kft. előadása szerint a tájékoztatás célcsoportja – amely véleménye szerint egyértelműen kitűnik a sajtóhirdetésből – a gazdálkodó egységek (vállalkozások).

Az Advertum Kft. adatszolgáltatása során ismertette, hogy a kommunikációs tevékenységének hatása egyrészt az, hogy az érdeklődők személyesen jelentkeztek a vállalkozásnál, másrészt pedig a személyes eladás során megvalósuló megrendelések. Az akció során számszerűsítve 15 db szerződés jött létre az Advertum Kft., illetve annak szolgáltatását igénybevevő fogyasztók között. Ezen szerződések összértéke: 6.150.000 Ft.

V.

A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának vizsgálatakor az információ kínálati oldalának tekintetében első lépésben azt kell vizsgálni, hogy az Advertum Kft. magatartása alkalmas-e arra, hogy a fogyasztói döntést befolyásolja, másodsorban pedig azt, hogy a kérdéses befolyásolás tisztességtelen módon valósult-e meg.

A versenyfelügyeleti eljárás megindításakor valószínűsíthető volt, hogy a hivatkozott szlogen a rádióreklám és a sajtóhirdetés tartalmával együttesen értelmezve alkalmas a fogyasztók megtévesztésére, valamint az eljárás alá vont a bejelentéses eljárás során tett nyilatkozata

alapján valószínűsíthető volt, hogy – az Advertum Kft. piaci helyzetére tekintettel – a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi.

A személyes eladás során használt tájékoztató anyag tekintetében nem állapítható meg a Tpvt. III. fejezetében foglalt rendelkezések megsértése, mivel az pontosan tájékoztatja a fogyasztókat a hirdetési lehetőség igénybe vételének feltételeiről.

A rádióreklám és a sajtóhirdetés tekintetében valószínűsíthető, hogy azok alkalmasak a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolására, tekintettel arra, hogy a termék lényeges tulajdonságáról, az árról jelenik meg fogyasztói tájékoztatás, amely nem ad részletes tájékoztatást a hirdetési lehetőség igénybe vételének módjáról, feltételeiről, így az árkommunikáció a fogyasztóknak azt sugallhatja, hogy az adott szolgáltatás igénybe vétele bizonyos időintervallumban ingyenesen történik, holott valójában nem ingyenességről van szó, csupán a fizetési határidő meghosszabbításáról. Azonban ezen kommunikációs eszközöknek a piacon észlelhető, a versenyfolyamokat torzító hatása nem mutatható ki.

Az alábbiak alapján – a közérdek érintettsége hiányában – a vizsgáló a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti:

- a GVH rendelkezésére álló adatok alapján feltételezhető az akció rövid időtartama, amelyre elsősorban a személyes eladás során használt tájékoztató 2007. március 22-ei keltezésű, a Júliusig ne költson reklámra! szlogennel együttesen értelmezve lehet következtetni, valamint
- az akció csekély piaci hatása, amely valószínűsíthető a szerződések számából, illetve a szerződések összértékének az értékesítés nettó árbevételéhez viszonyított arányából. Ez esetben a kommunikációs tevékenység hatására bekövetkezett értékesítés a 2006. évben elért értékesítés nettó árbevételének mindössze 5, 2%-a.

A vizsgálat eredményei alapján megállapítható, hogy a vizsgálat elrendelésére okot adó, a Tpvt. 70. §-ának (1) bekezdésében megállapított körülmények a vizsgált magatartással összefüggésben nem állnak fenn, mivel a közérdek védelme az eljárás folytatását nem teszi szükségessé.

A fentiekre tekintettel 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. október 15.