



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/012-017/2011.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. S. A. ügyvéd (Sátori és Lutter Ügyvédi Iroda) által képviselt **Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt.** (Budapest) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban – tárgyalás mellőzésével – meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor

- a 2010. november 25. és december 1., a 2010. december 2. és december 8., a 2010. december 9. és december 15., a 2010. december 16. és december 22., valamint a 2010. december 23. és december 29. közötti időszakra vonatkozó akciós kiadványaiban azt állította, hogy üzleteiben „6 éve a legjobb árak!” kerülnek alkalmazásra,
- a 2010. december 30. és 2011. január 5. közötti időszakra vonatkozó akciós kiadványában azt állította, hogy üzleteiben „2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket!”.

A Versenytanács kötelezi a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt.-t 10.000.000 Ft (Tízmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára köteles megfizetni, a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát és a befizetés jogcímét (bírság).

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótléket köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal elrendeli a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított – két ízben is kiterjesztett – versenyfelügyeleti eljárást a Lidl Magyarország Kereskedelmi Bt. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit, amikor a 2010. november 18. és december 29. közötti időszakra vonatkozó akciós kiadványaiban a „6 éve a legjobb árak!”, illetve a 2010. december 30. és 2011. január 5. között érvényes akciós kiadványában a „2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket!” szlogent alkalmazta.

I.

Az eljárás alá vont

2. Az első üzletét 2004-ben megnyitó eljárás alá vont jelenleg országszerte mintegy 130 üzlettel rendelkezik, amelyek termékválasztékában az élelmiszerek mellett más termékek (így pl. háztartási vegyi áruk) is megtalálhatóak. Az eljárás alá vont legutolsó hitelesen lezárt (2010. február 28-val végződő) üzleti évében elért nettó árbevétele meghaladta a 150 milliárd Ft-ot.

3. A Versenytanács a Vj-22/2007. számú ügyben hozott határozatában megállapította, hogy az eljárás alá vont 2006. november 16. és 22. között tartott „3-at kap, 2-t fizet” akciója során fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított.

A Versenytanács a Vj-13/2009. ügyszámon annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást, hogy az eljárás alá vont megsértette-e az Fttv. rendelkezéseit, amikor 2008. október 30. és november 5. között érvényes reklámújságjában egy képkockán hirdette a Meggle tej (3,5%, 1l) valamint a Pilos tej (2,8%, 1l) akciós értékesítését, elhallgatva azt a tényt, hogy az üzletek felében kizárólag a Pilos tej, az üzletek másik felében pedig kizárólag a Meggle tej érhető el a fogyasztók számára. A Versenytanács az eljárást megszüntette, mivel a rendelkezésre álló bizonyítékok sem a jogsértést, sem annak hiányát nem támasztották alá minden kételet kizáróan, s az eljárás további folytatásától sem volt várható eredmény.

4. Az élelmiszerek és vegyiáruk értékesítésével foglalkozó vállalkozások forgalmi adatai alapján az eljárás alá vont piaci részesedése 2010-ben meghaladta a 6%-ot. A vállalkozások tevékenységének lényeges eleme a különböző reklámkiadványok, akciós újságok fogyasztókhoz való eljuttatása. A diszkonthálózatok (Lidl, Penny Market, Aldi és Profi) intenzíven terjeszkednek, piaci részesedésük emelkedik. A legtöbb akciós újságot is ezek a vállalkozások jelentetik meg, megelőzve a hipermarketeket.

II.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

5. Az eljárás alá vont hetente igen magas példányszámban jelenteti meg a fogyasztókhoz jellemzően a postaládákba történő elhelyezéssel eljuttatott akciós kiadványait (reklámújságjait), amelyek az aktuális hét csütörtökétől a következő hét szerdáig érvényesek. Az adott hétre vonatkozó akciós kiadványok között egy 8 oldalas, A3-as kivitelezésű akciós újság általában csak élelmiszertermékeket tartalmaz, míg a 16 oldalas, A4-es méretű akciós újságban néhány élelmiszerterméken kívül főleg non-food jellegű termékek (kisebb és közepes értékű háztartási gépek, bútorok, ruházati és textiltermékek stb.) kerülnek

ismertetésre. Az egyes heti akciós kiadványokkal együtt időről-időre, kiegészítő jelleggel 2 vagy 4 oldalas, A4-es akciós szórólapok is megjelennek.

6. Az eljárás alá vont 2010 novemberétől több akciós kiadványban alkalmazta a „6 éve a legjobb árak!” szlogent, az egyes reklámújságok esetében az alábbi elhelyezéssel:

- 2010. november 25. és december 1. között érvényes akciós újságok:
 - a 8 oldalas, A3-as méretű akciós kiadvány 1. oldalának tetején, illetve a 2. és 3. oldalának tetején, a két oldalon átívelő módon,
 - a 12 oldalas, A4-es méretű kiadvány 1. oldalának tetején,
- 2010. december 2. és december 8. között érvényes akciós újságok:
 - a 8 oldalas, A3-as méretű akciós kiadvány 2. és 3. oldalának tetején, a két oldalon átívelő módon,
 - a 12 oldalas, A4-es méretű akciós kiadvány 1. oldalának tetején,
- 2010. december 9. és december 15. között érvényes, 8 oldalas, A3-as méretű akciós kiadvány 2. és 3. oldalának tetején, a két oldalon átívelő módon,
- 2010. december 16. és december 22. között érvényes, 8 oldalas, A3-as méretű akciós kiadvány 2. és 3. oldalának tetején, a két oldalon átívelő módon,
- 2010. december 23. és december 29. között érvényes, 8 oldalas, A3-as méretű akciós kiadvány 2. és 3. oldalának tetején, a két oldalon átívelő módon, valamint a kiadvány utolsó, 8. oldalának tetején.

Az akciós kiadványok megjelentetésével kapcsolatban felmerült ismert költségeket az eljárás alá vont 2011. február 23-i nyilatkozatának (Vj-12-02/2011.) 2. pontja tartalmazza.

7. Az eljárás alá vont a 2010. december 30. és 2011. január 5. között érvényes, 4 oldalas, A3-as méretű akciós kiadvány 2. és 3. oldalának tetején, a két oldalon átívelő módon a „2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket!” szlogent szerepeltette.

8. Az eljárás alá vont a vizsgált szlogenek alkalmazását megelőzően a többi, hasonló kereskedelmi tevékenységet végző vállalkozás eladási áraira vonatkozóan nem készített felmérést.

III.

Az eljárás alá vont előadása

9. Az eljárás alá vont előadta,

- a „6 éve a legjobb árak” szlogen kizárólag az üzletlánc saját üzleteiben kapható termékek áraira, azon belül is a szórólapon meghirdetett termékekre vonatkoztatható, s nem hozható összefüggésbe a versenytársak termékeinek áraival. A szlogen a Lidl 6 éves születésnapjához kapcsolódóan azt kívánta kifejezésre juttatni, hogy az üzletlánc 6. születésnapja alkalmából a szórólapban szereplő termékeket a saját áraihoz képest a legjobb áron kínálja. A viszonyítás tehát a saját kereskedelmi termékkörén belül értendő, mégpedig úgy, hogy az akció időtartama alatt tudja a fogyasztó a legjobb áron a hirdetett termékeket megvásárolni,
- az arra történő verbális utalás hiánya, hogy a legjobb árak a saját árakhoz képest értendők, nem eredményezi a Versenytanács általi (a Versenytanács szerint is kiterjesztőnek minősített) értelmezést,
- a szlogennel arra kívánta felhívni a figyelmet, hogy saját termékei közül is a legjobb áron kaphatóak jelennek meg hétről-hétre a reklámújságokban,
- nem mellőzhető, hogy az alkalmazott szlogen minden esetben az eljárás alá vont 6. születésnapjára utaló egyéb felirattal („Ünnepeljen együtt a 6 éves Lidl-lel”), illetve

színes ábrával (születésnap tortája 6. számmal) együtt jelent meg. A fogyasztó számára a kiadványokban szereplő szlogenek éppen a kivételességet, az egyszeri „ünnepi” alkalomra figyelemmel hirdetett kedvezményes árakat hangsúlyozzák, és semmi esetre sem értelmezhetőek akként, hogy az eljárás alá vont árai 6 éve a legkedvezőbbek a piacon,

- a születésnap akció során tehát a szlogen a kiadványban megjelenő egyéb szlogenekkel és színes ábrával együttesen értelmezendő, s mint ilyen az ésszerűen tájékozott „átlagfogyasztót” alapul véve az eljárás alá vont saját áraihoz viszonyított alacsonyabb ár alkalmazását közvetíti a fogyasztó felé,
- az „átlagfogyasztó” ésszerű tájékozottsága magában foglalja azon információk ismeretét, mely szerint az érintett piaci szereplők termékei folyamatos versenyben vannak egymással, s egy piaci szereplő sem képes árait huzamos ideig - jelen esetben 6 évig - a legalacsonyabb szinten tartani. Köztudomású tény, hogy az élelmiszer-kiskereskedelemben részt vevő egyetlen piaci szereplő sem képes arra, hogy valamennyi terméke vonatkozásában éveken keresztül a legalacsonyabb árszínvonalat biztosítsa. Az igen árérzékeny magyar fogyasztó tisztában van azzal, hogy az az állítás, miszerint egy üzletlánc 6 évig minden termék vonatkozásában a legolcsóbb, nyilvánvalóan értelmezhetetlen. A piaci verseny ugyanis rendkívül éles, a szereplők az árakat sok esetben egymást figyelve alakítják, az alacsony versenytársi árak folyamatos mellőzése teljességgel lehetetlen, s éppen ezt használja ki az árérzékeny fogyasztó döntéseinek meghozatalánál,
- a szlogen alkalmazásának megkezdését megelőzően nem készített arra vonatkozó felmérést, hogy a Magyarországon működő összes, hozzá hasonló kereskedelmi tevékenységet végző társaság hová pozícionálta eladási árait, mivel a szlogenekkel nem azt akarta hangoztatni, illetve sugallni, hogy nála a legkedvezőbbek az eladási árak. A Versenytanácsától eltérő álláspontja miatt nem került sor előzetes felmérésre a versenytársak által készített eladási árakról,
- a „legjobb” és a „legalacsonyabb” nyelvi kifejezések nem bírnak azonos jelentéstartalommal, a „legjobb ár” nem lehet a „legalacsonyabb árral” azonosítani. A minőség-ár kombináció abban az esetben is érvényes kritériuma egy terméknek, ha az külön megjelölésre nem kerül a reklámkiadványban. A legjobb ár csak a minőségi elvárásokkal együtt értelmezhető és értékelhető fogalom. A „legjobb ár” így tehát nem objektíve a legjobb árat jelenti, hanem egy adott minőségű termék vonatkozásában értelmezhető csak, mint a legjobb minőség-ár kombináció,
- a „2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket” szlogen vonatkozásában is fenntartja azon álláspontját, hogy az saját termékei vonatkozásában értelmezhető a fogyasztó számára. Az alkalmazott szlogen esetében utal a minőség-ár kombinációval összefüggésben kifejtett álláspontjára is, azaz nyilvánvalóan a legjobb árak a termék minőségének függvényében értendők. A szlogen általános jellege miatt legfeljebb figyelemfelkeltő hatású, azonban nem alkalmas a fogyasztói döntések befolyásolására.

10. Az eljárás alá vont szerint jogsértést nem követett el, ezért elsődlegesen a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését kérte. Másodlagosan kérte azon kötelezettségvállalásának elfogadását, hogy tartózkodik a kifogásolt szlogenekkel azonos tartalmú szlogenek alkalmazásától.

IV. Jogi háttér

11. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval

szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának

- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
- c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
- d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
- h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

- c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.

Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés alapján az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés

alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.

Az Fttv. 14. §-a alapján a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

12. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

V.

A Versenytanács döntése

13. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.

14. Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Az „ésszerűség” kapcsán a Versenytanács kiemeli,

- a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információ helytállóságát. A kereskedelmi kommunikációk egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínáljanak, s a fogyasztó - számára költségmegtakarítást eredményezően - valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.
- az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikációk által nyújtott tájékoztatásban, a vállalkozás szavahihetőségében, hanem a kereskedelmi kommunikációkat egy ésszerűen költséghatékony tájékozási folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

Eljárás alá vontnak az átlagfogyasztó ésszerű tájékozottsága vonatkozásában tett előadása kapcsán a Versenytanács – figyelemmel a fentiekre is – aláhúzza, hogy a tisztesség mércéje szerint a vállalkozásnak kell elől járnia a fogyasztók tájékoztatásában.

15. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Általában jogsértést eredményez, ha a vállalkozás és a fogyasztó közötti kapcsolat alapja, elindítója egy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, így különösen egy tisztességtelen reklám.

„6 éve a legjobb árak!”

16. A „6 éve a legjobb árak!” szlogen kapcsán a Versenytanács nem osztotta eljárás alá vont értelmezéseit (lásd a 9. pontot), előljáróban jelezve, hogy egy reklámállítás értelmezése során nem bír jelentőséggel, hogy a vállalkozás a kifogásolt állítást miként értelmezi, a közléssel mit szeretett volna kifejezésre juttatni, mivel azt a fogyasztó szempontjából kell értelmezni:

- eljárás alá vont 2011. február 23-i nyilatkozata (Vj-12-002/2011.) szerint a szlogen kizárólag az üzletlánc saját üzleteiben kapható termékek áraira, azon belül is a szórólapon meghirdetett termékekre vonatkozatható, s nem hozható összefüggésbe a versenytársak termékeinek áraival. A szlogen azt kívánta kifejezésre juttatni, hogy 6 éves fennállása alatt az üzletlánc 6. születésnapja alkalmából bizonyos, a szórólapon szereplő termékeket a saját áraihoz képest a legjobb áron kínálja. A viszonyítás tehát a saját kereskedelmi termékkörén belül értendő, mégpedig úgy, hogy az akció időtartama alatt tudja a fogyasztó a legjobb áron a hirdetett termékeket megvásárolni. A Versenytanács szerint a szlogennek nem tulajdonítható az eljárás alá vont által kifejtett értelmezés. A szlogen, illetőleg a reklámújságok semmilyen olyan kitévelt, utalást nem tartalmaztak, amely szerint a szlogen azt jelentené, hogy a szórólapon szereplő termékeket a saját áraihoz képest a legjobb áron vásárolhatják meg a fogyasztók az akció időtartama alatt. Maga a szlogen éppen nem egy kivételeességet hangsúlyoz, hanem azt az üzenetet közvetíti, hogy az eljárás alá vont árai folyamatosan a legkedvezőbbek a piacon. Az eljárás alá vont által követett megoldás nem az általa kifejtett üzenetet hordozta, s nincs más magyarázat a szlogen

alkalmazására, mint az, hogy a fogyasztó ezt kiterjesztő módon értelmezze, úgy, hogy a legkedvezőbb ár a versenytársak által alkalmazott árakhoz viszonyítottan értendő, s így a fogyasztó az eljárás alá vont valamelyik üzletét keresse fel, ne valamelyik másik versenytársat,

- ugyancsak a 2011. február 23-i nyilatkozatában (Vj-12-002/2011.) fejtette ki eljárás alá vont, hogy a „legjobb árát” nem lehet a „legalacsonyabb árral” azonosítani, a legjobb ár csak a minőségi elvárásokkal együtt értelmezhető és értékelhető fogalom, s így a „legjobb ár” nem objektíve a legjobb árát jelenti, hanem egy adott minőségű termék vonatkozásában értelmezhető csak, mint a legjobb minőség-ár kombináció. A Versenytanács nem osztotta ezt az – egyébiránt eljárás alá vont fentiekben ismertetett előadásával sem összhangban álló – véleményt. A szlogen kifejezetten árakkal kapcsolatban fogalmazta meg az állítást, ahhoz nem kapcsolt semmilyen más körülményt,
- az eljárás alá vont a 2011. január 18-i nyilatkozatában (Vj-12-006/2011.) előadta, a szlogennel arra kívánta felhívni a figyelmet, hogy saját termékei közül is a legjobb áron kaphatóak jelennek meg hétről-hétre a reklámújságokban. A Versenytanács szerint ilyen értelmezéssel sem ruházható fel a szlogen. Ha az eljárás alá vont ezt az üzenetet kívánta volna eljuttatni a fogyasztókhoz, akkor erre lehetősége lett volna azáltal, hogy az e vonatkozásban érdemi terjedelmi korlátokat nem támasztó akciós kiadványban a szlogent egyértelműen fogalmazza meg, közölve a fogyasztókkal, hogy a 6 éve saját termékei közül a legjobb áron kaphatóakat szerepelteti az akciós kiadványokban. A ténylegesen alkalmazott szlogen ugyanakkor ilyen tartalmú tájékoztatást nem tartalmazott,
- az eljárás alá vont a 2011. június 14-i nyilatkozatában (Vj-12-016/2011.) kifejtette, az alkalmazott szlogen minden esetben az eljárás alá vont 6. születésnapjára utaló egyéb felirattal („Ünnepeljen együtt a 6 éves Lidl-lel”), illetve színes ábrával (születésnap tortája 6. számmal) együtt jelent meg, s így a fogyasztó számára a kiadványokban szereplő szlogenek éppen a kivételességet, az egyszeri „ünnepi” alkalomra figyelemmel hirdetett kedvezményes árakat hangsúlyozzák, és semmi esetre sem értelmezhetőek akként, hogy az eljárás alá vont árai 6 éve a legkedvezőbbek a piacon. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont előadása nem megalapozott. Eljárás alá vont nyilatkozatával ellentétben a kifogásolt szlogen egyetlen egy esetben sem jelent meg az eljárás alá vont 6. születésnapjára utaló egyéb felirattal együtt. A 6. születésnapra vonatkozó közlések a 2010. november 18. és 25. között érvényes akciós kiadványokban szerepeltek, amelyekben – eltérően eljárás alá vont 2011. február 23-i nyilatkozatától (Vj-12-002/2011.) – ugyanakkor nem szerepelt a kifogásolt szlogen.

17. A „legjobb árak” közlés (továbbá a „legalacsonyabb árak”, a „legkedvezőbb árak”, a „legvonzóbb árak” és más hasonló kifejezések) üzenete egyértelmű: a vállalkozás valamennyi versenytársához képest a legalacsonyabb árakat alkalmazza. Ennek megfelelően az eljárás alá vont 2010 novemberétől több reklámújságjában (lásd a 6. pontot) a „6 éve a legjobb árak!” szlogennel arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy 6 éve az eljárás alá vont alkalmazza a legjobb, azaz a fogyasztók számára legkedvezőbb, legalacsonyabb árakat.

18. Amint az az eljárás alá vont 2011. február 23-i nyilatkozatából (Vj-12-002/2011.) is ismert, a magyar fogyasztó árérzékeny, amely a Versenytanács szerint azt eredményezi, hogy az árakkal kapcsolatos állítások, s így a vizsgált szlogen különösen alkalmas a fogyasztói döntések befolyásolására.

19. A fogyasztókhoz eljuttatott információk valóságtartalmát – amint az az Fttv. 14. §-ából is következik – az azt alkalmazó vállalkozásnak kell bizonyítania, a piacelsőséget, abszolút elsőbbséget kifejező felsőfokú jelző esetében oly módon, hogy a jelző alkalmazásának megalapozott volta a vállalkozás valamennyi versenytársával szemben bizonyítást nyerjen,

azzal, hogy valamely reklámállítás igazolásának akként kell történnie, hogy az állítás valóságtartalmát igazoló bizonyítékok már az állítás közzétételkor a vállalkozás rendelkezésére álljanak.

Eljárás alá vont 2011. január 18-i nyilatkozatából (Vj-12-006/2011.) ismert, hogy az eljárás alá vont előzetesen nem készített felmérést a versenytársak által alkalmazott eladási árakról. Ebből megállapíthatóan az eljárás alá vont nem igazolta, hogy a vizsgált állítás megfelelt a valóságnak, s ilyen igazolásnak a Versenytanács rendelkezésére bocsátása nem is várható.

Megjegyzzi a Versenytanács, az eljárás alá vont még az általa a szlogennek tulajdonított értelmezések által meghatározott körben sem terjesztett elő bizonyítékokat (lásd a 16. pontot), kísérletet sem tett arra, hogy az értelmezése szerinti üzeneteket igazolja, illetőleg a születésnapjával kapcsolatos állítását az akciós kiadványok tartalma nem támasztja alá.

20. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2010. november 25. és december 1., a 2010. december 2. és december 8., a 2010. december 9. és december 15., a 2010. december 16. és december 22., valamint a 2010. december 23. és december 29. közötti időszakokra vonatkozó akciós kiadványaiban azt állította, hogy üzleteiben „6 éve a legjobb árak!” kerülnek alkalmazásra. Az eljárás alá vont ezzel [figyelemmel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének c) pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

„2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket!”

21. Az eljárás alá vont a 2010. december 30. és 2011. január 5. közötti időszakra vonatkozó, 4 oldalas, A3-as méretű akciós kiadványban a „2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket!” szlogent alkalmazta. A Versenytanács szerint eljárás alá vont a szlogennel arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy 2011-ben a piacon az eljárás alá vont alkalmazza a legjobb, azaz a fogyasztók számára legkedvezőbb, legalacsonyabb árakat.

22. A Versenytanács – visszautalva a 16-19. pontokban kifejtetekre – megállapította, hogy az állítást valamennyi versenytársával szemben megfogalmazó eljárás alá vont nem rendelkezik kellő részletezettségű adatokkal a versenytársak által alkalmazott eladási árakról, s így nem várható, hogy igazolást nyerjen az állítás valóságnak való megfelelése, nem mellőzve azt sem, hogy az eljárás alá vontnak – a szlogenből adódóan – azt is igazolnia kellene, hogy olyan mechanizmussal, eljárási renddel rendelkezik az általa alkalmazott árak meghatározása kapcsán, amely biztosítja, hogy 2011-ben folyamatosan a legjobb árakat fogja alkalmazni.

23. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2010. december 30. és 2011. január 5. közötti időszakra vonatkozó akciós kiadványában azt állította, hogy üzleteiben „2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket!”. Az eljárás alá vont ezzel [figyelemmel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének c) pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

A Versenytanács döntése

24. Figyelemmel az előzőekben kifejtetekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor

- a 2010. november 25. és december 1., a 2010. december 2. és december 8., a 2010. december 9. és december 15., a 2010. december 16. és december 22., valamint a 2010.

december 23. és december 29. közötti időszakra vonatkozó akciós kiadványaiban azt állította, hogy üzleteiben „6 éve a legjobb árak!” kerülnek alkalmazásra,

- a 2010. december 30. és 2011. január 5. közötti időszakra vonatkozó akciós kiadványában azt állította, hogy üzleteiben „2011-ben is a legjobb árakkal várjuk Önöket!”.

Az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatával [figyelemmel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének c) pontjára] megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.

25. A jogsértés Tpvt. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpvt. 78. §-a (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele több héten át, a fogyasztók vásárlásai szempontjából különösen nagy jelentőséggel bíró karácsonyi és újévi időszakban zajlott, a 2010. november 25. és 2011. január 5. között érvényes akciós kiadványok alkalmazásával,
- a jogsértő kereskedelmi kommunikáció révén az eljárás alá vont a fogyasztók széles körét érte el (az akciós kiadványok – üzleti titoknak minősülő – példányszámát illetően lásd a Vj-12-006/2011. számú iratot),
- az eljárás alá vonttal szemben korábban egy alkalommal már megállapításra került, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított (lásd a határozat 3. pontját), ugyanakkor ennek súlyát csökkentette, hogy a korábbi jogsértő magatartás tanúsítására több mint négy évvel ezelőtt került sor,
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.

A bírság összegének mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a jogsértő kommunikációs eszközök alkalmazása kapcsán felmerült ismert, üzleti titoknak minősülő költségek mértékére is [lásd eljárás alá vont 2011. február 23-i nyilatkozatát (Vj-12-002/2011.)], azzal, az akciós kiadványok nemcsak a jogsértőnek minősülő közléseket tartalmazták, amely körülmény igen jelentősen csökkentette a figyelembe vehető költségeket.

A Versenytanács a bírság összegét – szem előtt tartva a szankcionálás preventív célját is – 10 millió Ft-ban határozta meg.

26. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpvt. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek

következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal elrendeli a határozat végrehajtását. A Versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a Gazdasági Versenyhivatal által kiszabott bírság behajtása iránt a Tpvt. 90. §-ának (5) bekezdése alapján a Nemzeti Adó- és Vámhivatal intézkedik.

VI. Egyéb kérdések

27. A Tpvt. 75. §-ának (1) bekezdése értelmében ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a Tpvt. rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. Az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése értelmében a Tpvt. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megisméltetésétől való tartózkodásra lehet kötelezettséget vállalni.

Az eljárás alá vont előadta, kész kötelezettséget vállalni arra, hogy tartózkodik a kifogásolt szlogenekkel azonos tartalmú szlogenek alkalmazásától.

A Versenytanács a jelen esetben nem látott lehetőséget a Tpvt. 75. §-ának az alkalmazására. A piacelsőségi állítások megítélése kapcsán az elmúlt években egy egyértelmű, következetes versenytanácsai gyakorlat alakult ki, amely világos iránymutatást ad a vállalkozások számára. Ennek figyelembe vételét a korábban már a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított és ezért elmarasztalt eljárás alá vont elmulasztotta.

28. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

Az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg, b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg, c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

A kereskedelmi láncok által alkalmazott reklámújság nem tekinthető országos terjesztésű időszaki lapnak vagy más napilapnak, így a jelen esetben nem alkalmazható az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének b) pontja.

Az eljárás alá vont – hasonlóan a szektorban üzletek hálózatát üzemeltető más vállalkozásokhoz – magas árbevétellel rendelkezik. Az adott szektorban jellemzően magas nettó árbevétellel rendelkező cégek működnek, sokrétű reklámozási tevékenységet folytatva, s az Fttv. 11. § (1) bekezdése b) pontjában foglalt feltétel teljesülése önmagában egyébként sem alkalmas annak megállapítására, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat érdemben érinthette-e a versenyt.

Az Fttv. 11. § (1) bekezdésének a) pontja alkalmazása körében a Versenytanács megállapította, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat

- a fogyasztók széles körét elérő kommunikációs eszköz révén,
- az ország területének jelentős részén,
- több mint 100 üzlet vonatkozásában,
- több héten keresztül,
- a termékek széles körét érintve

valósult meg.

E körülményekre figyelemmel a Versenytanács megállapította a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörének jelen ügybeni fennálltát.

29. A Tptv. 74. §-ának (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács tárgyalást tart, ha azt az ügyfél kéri, vagy az eljáró versenytanács szükségesnek tartja. Az eljáró versenytanács az előzetes álláspont megküldésével egyidejűleg nyilatkozattételre hívja fel az ügyfelet arról, hogy kéri-e tárgyalás tartását. A tárgyalás napját úgy kell meghatározni, hogy az ügyfélnek módjában álljon a tárgyalásra felkészülni.

A Versenytanács a Tptv. előírásainak megfelelően megküldte az eljárás alá vont részére előzetes álláspontját, s felhívta, nyilatkozzon arról, kéri-e tárgyalás tartását. Az eljárás alá vont előadta, hogy nem kéri tárgyalás tartását. Erre való tekintettel a Versenytanács határozatát tárgyalás mellőzésével hozta meg.

30. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tptv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2011. június 16.

Váczai Nóra sk.
versenytanácsstag

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanácsstag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanácsstag