



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/012-36/2012.

Nyilvános változat!

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. U. Gy. vezető jogtanácsos által képviselt **TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt.** (Budaörs) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanács megállapítja, hogy a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt. fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor 2011. augusztus 16-tól október 6-ig tartó „Őszi kiárúsítás” elnevezésű akciója keretében a kerti gép termékcsoporthoz kapcsolódóan

- a 2011. augusztus 16. és október 6. között alkalmazott in-store reklámeszközökkel – egyes termékek esetében – valótlanul 50, illetve 70%-os árkedvezményt ígért,
- a 2011. szeptember 23. és szeptember 29. közötti, valamint 2011. szeptember 30. és október 6. közötti időszakokra érvényes akciós újságjában
 - az elérhető termékeket illetően hiányos,
 - a 70%-os kedvezményt illetően – egyes termékek esetében – valótlan tájékoztatást tett közzé.

Az eljáró versenytanács a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt.-t 20.000.000 Ft (húszmillió forint) bírság megfizetésére kötelezi, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlája javára köteles megfizetni.

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 megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

Indokolás

I.

A vizsgálat megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2012. február 16-án annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást az TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt. (a továbbiakban: eljárás alá vont, illetve TESCO) ellen, hogy az eljárás alá vont a 2011. év második félévében a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. §-a (1) bekezdésének c) pontjában és mellékletének 5. pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértette-e az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat azzal, hogy
 - a TESCO akciós újságjában 2011. szeptember 23-tól az „Őszi kiárusítás” elnevezésű akcióban 70% kedvezménnyel meghirdetett kerti kisgépek több hipermarket esetében nem voltak elérhetőek,
 - a meghirdetett 50-70%-os kedvezmények nem az akciót megelőző időszakban érvényes, hanem egy annál korábbi, esetlegesen áremelést követően érvényes, magasabb árból kerültek levonásra. Így kérdésessé vált, hogy a hirdetett 50-70%-os kedvezmény a termék irányadó árából került biztosításra, és kérdéses lett az árkedvezmény, árelőny megléte, illetve annak tényleges mértéke is.
2. A GVH a 2012. szeptember 21-én kelt Vj/012-19/2012. számú végzésével a versenyfelügyeleti eljárást kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy az ügyindító végzésben megjelölt magatartás tanúsításával az eljárás alá vont az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértette-e az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat azáltal, hogy 2011. augusztus 16-án kezdődő „Őszi kiárusítás” elnevezésű akciójának keretében úgy hirdetett kerti kisgépeket 50%-os, majd 70%-os árengedménnyel, hogy a kínált kisgépek több áruházban nem voltak elérhetőek az akció kezdetekor, illetve annak folyamán.

II.

Az eljárás alá vont

3. Az eljárás alá vont fő tevékenysége élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem. Országos áruház-hálózattal rendelkezik, az áruházai között hiper- és szupermarketek is találhatóak. 1994-ben kezdte meg működését Magyarországon, azóta több mint száz településen, 211 áruházal van jelen.
4. Az eljárás alá vont üzleti éve március 1-jétől február 28-ig, illetve 29-ig tart. A 2011. március 1. és 2012. február 29. közötti üzleti évben az eljárás alá vont nettó árbevétele meghaladta a 612 milliárd Ft-ot, reklám, illetve propaganda kiadásai pedig a 10 milliárd Ft-ot.
5. Az eljárás alá vonttal szemben az elmúlt években több versenyfelügyeleti eljárásban (Vj/120/2007., Vj/071/2008., Vj/040/2009.) került megállapításra, hogy fogyasztókkal szembeni tisztességtelen, illetve a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított.

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

6. A vizsgálat tárgyát az eljárás alá vont által meghirdetett „Őszi kiárúsítás” elnevezésű akció képezte, melynek keretében – többek között – kerti kisgépeket kínált vásárlásra 2011. augusztus 16-tól 50%-os, 2011. szeptember 23-tól pedig 70%-os kedvezménnyel.¹ Az érintett termékek listáját azok készletadataival a jelen határozat nem betekintheső 1. számú melléklete tartalmazza.
7. Az „Őszi kiárúsítás” 2011. augusztus 16-án kezdődött, a kerti gépek esetében 50%-os kedvezménnyel. Az akció kezdetétől 2011. szeptember 22-ig csak in-store eszközökkel reklámozta az eljárás alá vont az akciót. 2011. szeptember 23-ától a heti akciós újságjában (egymást követő két reklámújságban) is felhívta az eljárás alá vont a fogyasztók figyelmét az akcióra, azzal, hogy a kerti gépek esetében már 70%-os kedvezményt ígért.
8. Az 50%-os kedvezményt csak az egyes áruházakon belüli (in-store) tájékoztatási eszközökön² hirdette az eljárás alá vont.
9. A 70%-os kedvezmény esetében az alábbi kommunikációs eszközöket alkalmazta a TESCO a kommunikációs kampány keretében:
 - 2011. szeptember 23. és 2011. szeptember 29. között:
 - Akciós újság³
 - In-store marketing eszközök⁴
 - 2011. szeptember 30. és 2011. október 6. között:
 - Akciós újság⁵
 - In-store marketing eszközök⁶
10. A TESCO nyilatkozata⁷ szerint az akcióban összesen 110 áruháza vett részt. A 70%-os kedvezményt hirdető akciós újságok 62 áruházra⁸ vonatkoztak.
11. A 2011. szeptember 23. és 2011. szeptember 29. között érvényes akciós újság 20-21. oldalán a következők jelentek meg:

Őszi kiárúsítás! -70% -20% -30% -50%

A kiárúsításban szereplő termékeket keresse az áruházban a kijelölt helyen.

A választék áruházanként eltérő. A feltüntetett kedvezmény más kedvezménnyel nem vonható össze.

A két oldalon összesen 12 termékcsoport került megjelenítésre, kategóriánként eltérő mértékű (20, 30, 50, 70%-os) kedvezménnyel.

¹ A 23 termék listáját a Vj/012-009/2012. számú irat 2. melléklete tartalmazza

² Vj/012-009/2012. számú irat 7. számú melléklete

³ Vj/012-009/2012. számú irat 5. számú melléklete

⁴ Vj/012-009/2012. számú irat 7. számú melléklete

⁵ Vj/012-009/2012. számú irat 5. számú melléklete

⁶ Vj/012-009/2012. számú irat 7. számú melléklete

⁷ Vj/012-017/2012. számú irat és annak 4. számú melléklete

⁸ Budapesten: Aréna, Bécsi út, Campona, Csepel, Market Central Ferihegy, Fogarasi út, Pesterzsébet, Pesti út, Pólus, Soroksári út, Váci út; Vidéken: Budaörs, Dunaharaszti, Dunakeszi-Fót, Érd, Gödöllő, Kecskemét, Miskolc-Szentpéteri kapu, Székesfehérvár-Flórián, Tököl, Vác, Hatvan, Jászberény, Kazincbarcika, Kiskunfélegyháza, Ózd, Szolnok, Ajka, Baja, Békéscsaba, Cegléd, Debrecen, Dunaújváros, Eger, Esztergom, Gyöngyös, Győr, Gyula, Hajdúszoboszló, Hódmezővásárhely, Kaposvár, Keszthely, Kiskunhalas, Komárom, Mátészalka, Mosonmagyaróvár, Nagykanizsa, Nyíregyháza, Orosháza, Pápa, Pécs, Salgótarján, Siófok, Sopron, Szeged, Szekszárd, Szentes, Szombathely, Tata, Tatabánya, Veszprém, Zalaegerszeg

A kerti gépek esetében az alábbi információ volt olvasható:

Kerti gépek 70% kedvezménnyel

12. A 2011. szeptember 30. és 2011. október 6. között érvényes akciós újság 24-25. oldalán az alábbiak kerültek megjelenítésre:

Őszi kiárusítás! –70% -20% -30% -50%

A kiárusításban szereplő termékeket keresse az áruházban a kijelölt helyen.

A választék áruházanként eltérő. A feltüntetett kedvezmény más kedvezménnyel nem vonható össze.

A képek illusztrációk.

A két oldalon ezen akciós újságban is 12 termékcsoporthoz került megjelenítésre, kategóriánként eltérő mértékű (20, 30, 50, 70%-os) kedvezménnyel. A kerti gépek esetében:

Kerti gépek 70% kedvezménnyel

13. Az egyes in-store marketing eszközökön⁹ a különböző hangsúlyosan megjelenített kedvezmény mértékek mellett az alábbi apró betűs tájékoztatás volt olvasható:

Ajánlatunk 2011. szeptember 16-tól a készlet erejéig érvényes. A polccímken feltüntetett ár a kedvezményt már tartalmazza.

A divider és a gondola-tető¹⁰ tartalma a kedvezmény mértékek mellett a „Kiárusítás!” szó volt.

14. A rendelkezésre álló információk szerint az akcióban részt vevő kerti gépek köréről (a termékcsoporthoz egyes érintett konkrét áruiról) a fogyasztóknak nem volt előzetes ismerete. A TESCO nyilatkozata szerint 23 különböző – áruházanként eltérő darabszámmal készleten levő – kerti gép (a továbbiakban: 23 termék) volt érintett az akcióban.

IV.

Az eljárás alá vont előadása

15. Az eljárás alá vont nyilatkozata értelmében a meghirdetett kedvezményeket a termékek 2011. augusztus 15-i árához képest biztosította.
16. Az eljárás alá vont előadta, hogy a jelen eljárásban vizsgált őszi kiárusításban érintett termékek esetében készlethiányról nem lehet beszélni, tekintettel arra, hogy kiárusításról van szó, nem normál fogyasztói akcióról. Az érintett termék kategóriában azon megmaradó készleteit tette bele a kiárusításba, amely termékeket a jövőben már nem kívánt forgalmazni, így a fennmaradó készletet jelentős kedvezménnyel kiárusította, majd a kiárusítás végén megmaradó készleteket megsemmisíti. Az eljárás alá vont nem konkrét termékeket hirdetett meg akciós fogyasztói áron, hanem egy őszi kiárusítást meghatározott szezonális termék kategóriákban.
17. A vizsgált termékekből a választék és a készlet eltérő volt a kiárusításba bevont egyes áruházakban, tekintettel arra, hogy a hirdetett termékek már hosszabb ideje készleten lévő, de elsősorban szezonális termékek voltak, melyeket az eljárás alá vont a kiárusítás befejezését követően a választékából kivesz. Az eljárás alá vont a hirdetési újságban

⁹ A/3-as méretű és A/4-es méretű tábla

¹⁰ 220 mm x 980 mm-es divider, 1330 mm x 400mm-es gondola-tető az akciós termékek mellett

feltűntette, hogy a kiárusításban szereplő konkrét termékeket a vásárlók az áruházakban tekinthetik meg, valamint hogy a választék áruházanként eltérő.

18. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a társaság a fogyasztói panaszokat úgy igyekezett kezelni, hogy a normál (heti) akcióba tervezett termékeknek levitte a fogyasztói árát és betette a kiárusításos termékek közé. Ilyen termékek voltak a 20 literes motoros permetező, az 500 W-os elektromos fűszegélynyíró, az 520 W-os elektromos sövénynyíró és a TS elektromos fűszegélynyíró. Ezek a termékek az akcióban egyébként szereplő 23 terméken felül kerültek bevonásra.
19. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az észlelt fogyasztói igények kielégítése érdekében történt készletmozgás az áruházak között. A készletmozgások igazolására az eljárás alá vont bizonyítékot nem csatolt.
20. A Vj/012-025/2012. számú előzetes álláspontra küldött észrevételeiben¹¹, valamint a tárgyaláson¹² az eljárás alá vont előadta, hogy többféle (általános, megelőző jellegű, minőségbiztosítási és kontroll) intézkedést tett, illetve többféle módon igyekezett orvosolni a készlethiányból fakadó konkrét problémákat, valamint – utalva a Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa Elnökének 3/2012. számú közleményére¹³ a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról (a továbbiakban: kötelezettségvállalás-közlemény) – kötelezettség-vállalási nyilatkozatot nyújtott be és kérte a versenytanácsot, hogy a versenyfelügyeleti eljárást a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 75. §-ának (1) bekezdése alapján szüntesse meg és kötelezze a vállalkozást a benyújtott vállalásai teljesítésére.
21. Eljárás alá vont a Vj/012-034/2012. számú iratban részletesen ismertette a vonatkozó dokumentáció csatolásával a készlethiány megelőzése, illetve az árfeltűntetési (árintegritási) hiányosságok elkerülése érdekében jelenleg alkalmazott, illetve megvalósítani, valamint tovább finomítani tervezett (előremutató) intézkedéseket, módszereket, belső iratokat.

V.

Jogi háttér

22. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint ez a törvény 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.
23. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
24. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy
25. Ugyanezen jogszabályhely d) pontja szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban

¹¹ Vj/012-029/2012. és Vj/012-030/2012. számú iratok

¹² Vj/012-028/2012. számú iratban a leírat

¹³ 2012. szeptember 28-án közzétéve

álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja.

26. A h) pont szerint 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.
27. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.
28. Az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
29. Ugyanezen szakasz (4) bekezdése szerint a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
30. 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.
31. 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.
32. Az Fttv. mellékletének 5. pontja szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül áru meghatározott áron való vásárlására felhívás annak elhallgatásával, hogy a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni – az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel – megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni (csalogató reklám).
33. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének c) pontja 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 megtévessze a fogyasztót az áru ára, illetve díja, az ár, illetve a díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
34. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely
 - a) – figyelembe véve valamennyi ténszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és
 - b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (megtévesztő mulasztás).

Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése alapján, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtevesztő mulasztás.

35. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 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.
36. Az Fttv. 11. §-a (1) bekezdésének értelmében az Fttv. 10. §-ának 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.
37. 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.
38. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
39. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
40. 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 veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VI.

Az értékelés keretei

41. A jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgya a TESCO kerti gépekre vonatkozó, „Őszi kiárúsítás” keretében alkalmazott, 50, illetve 70%-os kedvezményt ígérő akció kommunikációja.
42. Az eljárás keretében két (a 2011. szeptember 23-ától 29-ig, illetve a 2011. szeptember 30-ától október 6-ig tartó időszakokra vonatkozó) akciós újságban megjelent kommunikáció került értékelésre, abban a tekintetben, hogy megfelelő volt-e az eljárás alá vont tájékoztatása az érintett termékcsoport tényleges elérhetősége és az egyes – adott termékcsoporton belüli – termékek árkedvezménye vonatkozásában.
43. A jellemzően közvetlenül a termékeknél elhelyezett in-store reklámeszközök csak abban a tekintetben kerülnek vizsgálatra, hogy az azokon megjelenített 50 és 70%-os kedvezmény valós volt-e a kerti gépek esetében, a termékek elérhetőségnek értelemszerűen nincs relevanciája.
44. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat alapvetően önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyek irányában valósult meg, az akciós újságok az egyes áruházak vonzáskörzetében kerülnek terjesztésre, különböző ingatlanok (jellemzően lakások) postaládáiba. Ennek megfelelően a Versenytanács a kereskedelmi gyakorlat elbírálását az Fttv. alapján végezte el.
45. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:
 - ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”), vagy
 - ha a kereskedelmi gyakorlat (aktív módon vagy mulasztás révén) megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-okban szabályozott feltételeket, vagy
 - ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek.
46. A szabályozás logikájából (generális-speciális viszony) adódóan mindig azon tényállási elemeket kell vizsgálni, amelyeknek a magatartás különösen megfeleltethető, az általánosabb tényállási elemeket nem, hiszen azokat a jogalkotó megvalósultnak tekinti.
47. A kerti gépek árkedvezményére (70%) vonatkozó üzenettel megvalósuló kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésében foglalt tényállás, míg a termékek elérhetőségével kapcsolatos magatartás az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése alapján értékelendő.
48. Az eljárás alá vont vállalkozás magatartása nem feleltethető meg teljes egészében az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglalt magatartásnak, mivel az egyes termékek vonatkozásában nem került sor pontos ár meghatározására, pusztán az elérhető kedvezmény mértéke került rögzítésre. Az Fttv. mellékletének 5. pontja elhallgatásos jellegű tényállás, ezért azokban az esetekben, mikor egy magatartás nem meríti ki teljes egészében az adott mellékletbeli (így pl. az Fttv. feketelistájának 5. pontjában csalogató reklámként nevesített) tényállásban foglalt magatartási elemeket, a magatartás értékelése elsődlegesen az Fttv. 7. §-a alapján történhet meg.
49. Az aktív megtévesztés mint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat igazolására egyrészt azt kell bizonyítani, hogy a vizsgált magatartás alkalmas volt arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg,

másrészt azt, hogy az ezen döntés alapjául szolgáló információ valótlanúsága okán vagy egyéb módon megtévesztő volt.

50. A megtévesztő mulasztás kapcsán egyrészt azt kell értékelni, hogy a vizsgált magatartás alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, másrészt azt, figyelemmel a körülményekre és a kommunikáció korlátaira, hogy a magatartás jelentős információ elhallgatásának minősül-e.
51. Az az információ jelentős, amely egy adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges. A jelen ügyben nem vitatható, hogy egy termék elérhetősége jelentős információ.
52. 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. Azonban ennek az elvárt ésszerűségnek is vannak racionális korlátai. A Versenytanács kiemeli, hogy
 - 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 tájékoztató folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.
53. 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 lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, hiszen így a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára. Az üzleti-piaci folyamatok igen lényeges mozzanata a kölcsönös kapcsolatfelvétel, amelynek során mindkét félnek számos alternatíva áll a rendelkezésére a realizáláshoz. Általában jogsértést eredményez, ha ezen kapcsolatfelvétel alapja, elindítója egy tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat, így különösen egy tisztességtelen reklám.
54. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen - a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról), a vállalkozásról, a tájékoztatás tartalmáról.
55. Az Fttv. 6. §-ának alkalmazásában valótlan információk közlése esetén (ideértve a valós információ megtévesztésre alkalmas módon való közlését is) figyelembe veendő, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában lehetővé teszi-e további információk fogyasztók általi szükségyszerű (a fogyasztó saját döntésétől függetlenül megvalósuló) megismerhetőségét,
- a fogyasztó ugyanazon döntési szakaszban – figyelemmel az adott kommunikációs eszköz (így különösen egy internetes honlap vagy egy szórólap) sajátosságaira is – nem jelentős anyagi és egyéb ráfordítás ellenében, saját döntése szerint további információ(k)hoz juthat-e.

Ha a fogyasztó a fentiek szerint a fogyasztói döntési folyamat azonos szakaszában valótlan információ korrigálására alkalmas további információ birtokába jut, illetőleg juthat, az alkalmas lehet a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének a megszüntetésére.

56. Kiemelendő, hogy nem eredményezi a kereskedelmi kommunikáció valótlan információ közlése miatti jogsértő jellegének megszüntetését, ha a vállalkozás a fogyasztói döntési folyamat későbbi szakaszában további, adott esetben a korábbi valótlan közléseket korrigáló információk fogyasztók általi elérését teszi lehetővé. A többletinformációk későbbi (a korábbi fogyasztói döntések által már befolyásolt) szakaszban (pl. a szerződés megkötésekor) való elérhetővé tétele nem teszi meg nem történné a korábbi szakaszban megvalósult jogsértést. Egy ettől eltérő álláspont elfogadása azt eredményezné, hogy a vállalkozások (pl. reklámjaikban) minden következmény nélkül bármilyen valótlan információt közölhetnének, arra történő hivatkozással, hogy a valós információt a fogyasztó a döntési folyamat későbbi szakaszában, a szerződéskötésig megkapja.
57. A Vj/162/2008. számú versenyfelügyeleti eljárásban a Versenytanács megállapította, hogy a kereskedelmi gyakorlat jogsértő vagy jogszerű jellege azon elv mentén ítélt meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott kommunikációs eszköz tartalma alkalmas lehet-e arra, hogy a fogyasztói döntési folyamatot megzavarja, torzítsa. A nem akciós árat, illetőleg az elérhető kedvezmény mértékét is közlő kereskedelmi kommunikáció alkalmas lehet ilyen zavar kiváltására, ha például a kereskedelmi kommunikációban megjelenített nem akciós ár ténylegesen nem érvényesül, vagy időszakonként érvényesül, de oly módon, hogy már nem az tekinthető jellemző, elsősorban érvényesített árnak, s így nem ad megfelelő képet a vásárlással elérhető kedvezmény mértékéről.
58. Az Fttv. 7. §-ában foglalt rendelkezések alkalmazása kapcsán kiemelendő, hogy nem vezet önmagában a jogsértés alóli mentesüléshez, ha az alkalmazott kommunikációs eszköznek térbeli vagy időbeli korlátai vannak vagy a vállalkozás később biztosítja a kommunikációs eszköz által nem közölt információk megismerését.
59. A kiskereskedelmi piac szereplőinek kereskedelmi gyakorlataival kapcsolatban – a GVH bíróság előtt is megerősített joggyakorlatában – megfogalmazott általános elvárások, megállapítások az alábbiak:
- Egy árunak lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága az érte fizetendő ár. A fogyasztói döntési folyamatban ugyancsak lényeges körülménynek minősül, hogy a fogyasztókkal (reklámok révén vagy más módon) közölt akciós áron történő vásárlás esetén a fogyasztó részesül-e árkedvezményben, s ha igen, akkor az akció időtartama alatti vásárlás milyen mértékű megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest.
 - Az árkedvezmény alapjául szolgáló magasabb ár közlése megvalósulhat összegszerű feltüntetésével vagy a kedvezmény mértékének szerepeltetésével (pl. -25%), mivel ez is lehetővé teszi a fogyasztó számára a magasabb ár beazonosítását.
 - A két lényeges, adott esetben a kereskedelmi kommunikációban is megjelenített (egyébként is szorosan összefüggő) körülményt (a kedvezményes árat és a

kedvezmény mértékét) a kereskedelmi kommunikáció vonatkozásában összekapcsolja az a vállalkozás által követett gyakorlat, amikor a fogyasztóval ismertetésre kerül az akciós ár és a nem akciós ár, amely révén a fogyasztó tájékoztatást kap egyrészt az adott termékért az akció időtartama alatt fizetendő árról, másrészt az adott termék akció időtartama alatt történő megvásárlásával a nem akciós árhoz képesti megtakarításról.

- A jogi értékelés szempontjából nem bír kiemelkedő jelentőséggel, hogy valamely ár a vállalkozás ármegállapítási és -nyilvántartási rendszerében akciós vagy nem akciós árnak, szokásos ajánlatnak vagy kampány ajánlatnak minősül-e. A jogi értékelés alapját az a kereskedelmi gyakorlat képezi, amelyet a vállalkozás a fogyasztók irányában ténylegesen kifejt, amellyel a fogyasztók találkoznak, s ahogy ők értelmezik azt.
- Az akció időtartama alatt történő vásárlással ténylegesen nem a közölt mértékű kedvezmény érhető el, így a fogyasztói tájékoztatásokban közzétett árfeltüntetés alapján a fogyasztó nem kap reális képet a ténylegesen elérhető árkedvezmény mértékéről, amennyiben a vállalkozás
 - a közölt nem akciós magasabb árat korábban nem alkalmazta, kivéve, ha egy korábban nem forgalmazott áru bevezető akciós áron történő árusítására vagy az áremelést megelőző (áremeléssel egybekötött) akció kialakítására úgy kerül sor, hogy az árunak az akció utáni időszakra vonatkozó ártörténete igazolja, az akció kapcsán ígért kedvezmény valós volt (azaz az akció lezárultát követően a feltüntetett magasabb ár minősült jellemző árnak);
 - a magasabb árat korábban ugyan alkalmazta, de a magasabb ár a kedvezményes (akciós) ár alkalmazását közvetlenül megelőző időszakban nem, vagy csak kivételesen, illetve átmeneti jelleggel (pl. ésszerűtlenül rövid ideig) érvényesült, miáltal a feltüntetett magasabb ár nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának; vagy
 - folyamatosan, huzamosabb ideig alkalmaz egy akciós árat, amely ennél fogva az áru jellemző árának minősül, s így nem valósul meg az a követelmény, miszerint adott vállalkozás a kereskedelmi forgalomban jellemző árhoz képest tüntesse fel a megtakarítás, az árengedményben való részesülés lehetőségét.

60. Az Fttv. 9. §-a alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, abban az esetben is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

61. Az Fttv. értelmében elsődlegesen tehát azon vállalkozások felelőssége állapítható meg a közzétett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében áll. Az Fttv. tehát az ún. „érdek-elvet” tekinti a felelősség megállapíthatósága alapjának. A TESCO az érintett termékcsoportból származó árbevétele miatt egyértelműen érdekelt a termékek értékesítésében, illetve általában érdekelt abban, hogy kiskereskedelmi tevékenységére – eladásösztönző céllal – felhívja a fogyasztók figyelmét.

62. A fentiek alapján megállapítható az eljárás alá vont Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése szerinti érdek-elvű felelőssége a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban.

VII.

A Versenytanács döntése

Megtévesztés

63. Az eljárás alá vont „Őszi kiárúsítás” elnevezésű akciója keretében 23 kerti gépet értékesített először (2011. augusztus 16-ától) 50%-os kedvezménnyel, majd 2011. szeptember 23-ától kezdődően 70% árkedvezménnyel hirdetve.
64. 2011. augusztus 16-ától 2011. szeptember 22-ig csupán in-store eszközökkel hívta fel az eljárás alá vont a vásárlók figyelmét az 50%-os árkedvezményre abban a 110 áruházban, amelyek az akcióban részt vettek. Az in-store táblák tartalma alapján („*A polccímken feltüntetett ár a kedvezményt már tartalmazza.*”) az látható, hogy csak a kedvezményes árak és a kedvezmény mértéke (50%) került feltüntetésre az egyes kerti gép termékek mellett, így a fogyasztóknak nem volt lehetősége még az áruházban sem az előző, viszonyítási alapnak számító árakra vonatkozó információt szerezni, szemben azzal az esettel, amikor a korábbi ár pl. áthúzással került megjelenítésre.
65. A kerti gépek 70%-os kiárúsításának népszerűsítése két akciós (a 2011. szeptember 23-ától 29-ig, illetve a 2011. szeptember 30-ától október 6-ig tartó időszakokra vonatkozó) újságban szerepelt az in-store eszközök mellett. Ezek az akciós lapok 62 áruházra vonatkoztak, azok vonzáskörzetében lettek terjesztve.
66. A kerti gépek szezonális termékek, nem minősülnek mindennapi fogyasztási cikkeknek. Az is ismert lehet a fogyasztók előtt, hogy olyan termékcsoporthoz van szó, amelyek esetében időszakosan kiárúsításokra kerül sor. Ezen kiárúsítások lényege, hogy hosszabb ideje raktáron/polcon levő termékeket kíván a kereskedő különösen kedvező áron értékesíteni.
67. Szezonális, de tartós fogyasztási cikkek esetében egy kimagasló mértékű (50-70%-os) kedvezmény alkalmas a figyelem felkeltésére és még olyan esetben is keresleti igényt képes generálni, amikor a fogyasztónak tényleges (konkrét célzatú) vásárlási szándéka nincs. Nem vitatható, hogy egy-egy termék relatív ára és a kedvezmény mértéke a legtöbb termék esetében az egyik elsődleges választási szempont – a nagyfokú kedvezmény kiemelkedő ár-érték arányt sugall és vásárlásra ösztönöz.
68. A fogyasztó a 70%-os kedvezmény akciós újságbeli feltüntetéséből alappal következtethetett arra, hogy egyes (az érintett áruházakban a kijelölt helyeken található) kerti gépek a korábbi (akciót megelőző) fogyasztói árhoz képest 70%-kal olcsóbbak.
69. Az in-store reklámeszközökön szereplő 50 és 70%-os kedvezmény mérték-tájékoztatások kapcsán is értelemszerűen az állapítható meg, hogy azok az egyes áruházakban ténylegesen külön helyen kiállított, akciósként kiárúsításra váró kerti gépek mellett azt az üzenetet közvetítették, hogy az árak 50, majd 70%-kal alacsonyabbak a korábban alkalmazott áraknál.
70. Az eljárás alá vont nyilatkozata értelmében a TESCO a 2011. augusztus 15-én alkalmazott fogyasztói árhoz képest alakította ki az alkalmazott kedvezményes árat. Mivel más, viszonyítási alapul szolgáló ár nem került feltüntetésre a fogyasztók számára, a fogyasztók által is az volt feltételezhető, hogy a feltüntetett kedvezmény az előző (még nem akciósként hirdetett) árhoz képest került biztosításra.
71. Szükséges azonban azt is megjegyezni, hogy az eljárás alá vont a termékek ártörténetének megadása mellett benyújtotta saját nyilvántartása szerinti adatait is, amelyek alapján az látható, hogy a vállalkozás – miközben heti akciókat hirdet – havi szinten (hó eleji adatokkal) tartja nyilván árait, forgalmi adatait. Az eljárás alá vont tehát valamiféle viszonyítási alapnak megadta a 2011. augusztus 1-jén érvényes árakat is, ezért az eljáró versenytanács – függetlenül attól, hogy nem volt indokolt egyébként az augusztus 1-jei

árakat tekinteni kiindulópontnak – összevetette a vizsgált kedvezményeket az augusztus 1-jei állapottal is.

72. Tekintettel a két eltérő kedvezmény mértékre, illetve az eltérő tájékoztatási csatornákra, a kedvezmények valós mértékének megállapítására továbbiakban az akció kezdetét (2011. augusztus 16-át) megelőzően (2011. augusztus 15-én, illetve az eljárás alá vont nyilvántartásaiban szereplő – a 2011. augusztus 15-i árakkal részben azonos, részben eltérő - 2011. augusztus 1-jén) alkalmazott árak külön kerültek összevetésre a 2011. augusztus 16-ától 2011. szeptember 22-ig és a 2011. szeptember 23-ától érvényes árakkal.
73. Az árak alakulása alapján (a jelen határozat nem betekinthes 2. és 3. számú mellékleteiben összesített adatok alapján) megállapítható, hogy az akciós termékcsoport 23 termékéből
- 21 termék¹⁴ esetében nem érvényesült sem az 50, sem a 70%-os kedvezmény a 2011. augusztus 16-án kezdett akciót közvetlenül megelőző árakhoz képest (a tényleges kedvezmény mértékek 50% helyett 5,33% és 37,49% közöttiek, valamint 70% helyett 43,20% és 62,50% közöttiek voltak),
 - tíz termék¹⁵ esetében még az eljárás alá vont nyilvántartásaiban megjelenő hó eleji árakhoz képest sem érvényesült a hirdetett (50, majd 70%-os) kedvezmény (ezen termékek esetében nem volt 2011. augusztus 1-je és augusztus 15-e között áremelés).
74. Az adatszolgáltatásokból¹⁶ megállapítható, hogy az akciós időszakot megelőzően – öt termék¹⁷ kivételével – az egyes termékek beszerzést követő árai nem változnak vagy (1-2 hetente, havonta módosulva) csökkenő tendenciát mutatnak. Az árak változásai nem egységesek, különböző időszakokban és mértékben változott a 23 termék ára.
75. A megemelt árú öt termék áremelésére nyáron, szintén különböző időpontokban és eltérő időszakokra vonatkozóan került sor. Ezen öt termék ártörténete alapján az látható, hogy az 50, illetve 70 %-os kedvezményeket az augusztus 15-én érvényes áraknál egy ártörténeti időszakkal korábban (2011. július 12. vagy 20., illetve augusztus 3. előtt) alkalmazott, tehát a hosszabb-rövidebb időre (egy termék esetében pl. négy napra) megemelt árakhoz képest biztosította az eljárás alá vont a fogyasztóknak.
76. Kiárúsítás esetén különösen nem fogadható el egy vállalkozástól, hogy nem a kiárúsítást megelőző, hanem egy annál korábbi, rövidebb időre felemelt árhoz képest határozza meg a kedvezményes – a kiárúsítás fokozását célzó – árat, miközben csak a kedvezmény mértékét hirdeti és csak az aktuális árról ad tájékoztatást.
77. Az eljárás alá vont a fentiek alapján az „Őszi kiárúsítás” elnevezésű akciójának kommunikálása során 23-ból 21 (kerti gép termékcsoportha tartozó) termék esetében az összes alkalmazott kommunikációs csatornán valótlan tájékoztatást adott a megvalósuló kedvezmény mértékéről, melyre tekintettel az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállás megvalósításával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat.
78. Életszerűen a fenti jogsértés csak akkor merülhet fel, ha egyébként ténylegesen volt is készlet. A jelen határozat nem betekinthes 5. számú mellékletében összesítetten megjelenített nyitókészlet adatok alapján megállapítható, hogy még azon tíz termékből is

¹⁴ A mélykút szivattyú (TVM60) és teleszkópos sövényvágó (550W) esetében megvalósult a kedvezmény mérték.

¹⁵ 3WF-2,6 Motoros permetező 1,6LE, 3WF-3A Benzinmotoros permetező 2,68LE, EDJ Motoros fűkasza 25CC, EDJ Motoros fűkasza 42CC, EDJ Motoros fűnyíró 2in1, EDJ Motoros fűnyíró 3in1, EDJ Motorszivattyú, EDJ Motoros permetező 20L, Motoros fűkasza 42,7CC, Motoros háti permetező 14L.

¹⁶ Vj/012-009/2012. számú irat melléklete

¹⁷ 3WF-2.6 MOTOROS PERMETEZŐ1,6LE, 3WF-3A B.MOTOR.PERMETEZŐ2.68LE., MOTOROS FKASZA 42,7CC, MOTOROS HÁTI PERMETEZŐ 14L, ÖNTÖZŐ SZIVATTYÚ 600W

volt országos szinten nyitókészlet mind a két kedvezmény mérték alkalmazásakor, amelyek esetében még a 2011. augusztus 1-jei árakhoz képest sem érvényesült a kedvezmény mértéke.

79. A magatartás súlyát jelzi továbbá, hogy ezen termékekből rendelkezésre álló készlet a teljes kerti gép készlet 71,5, illetve 71%-át tette ki a 2011. augusztus 16-án, illetve a 2011. szeptember 23-án kezdődött akcióban.

Mulasztás

80. A jelen ügyben vizsgált kereskedelmi gyakorlattal a fogyasztók felé eljuttatott üzenetnek egyértelműen része volt, hogy kiárusításról van szó. Kiárusítás esetén nem várható el, hogy minden érintett termékből minden áruházban legyen nyitókészlet, hiszen éppen az a kiárusítások lényege, hogy a fennmaradó, változó készletű és más promócióval már nem népszerűsíthető termékek eladásra kerüljenek.
81. A jelen ügyben az eljárás alá vont 23 terméket vont be az adott termékcsoporthoz 50, illetve 70%-os kedvezménnyel hirdetett kiárusításába. Az akcióban termékenként eltérő számú áruház vett részt, az akció kezdete előtti és – a két különböző mértékű kedvezményt hirdető – akciós nyitókészletek adatai a jelen határozat 1. számú – nem betekinthes – mellékletében kerültek összesítésre.
82. Az adott termékcsoporthoz elérhetősége kapcsán azonban értelemszerűen az in-store eszközöknek nem, csak a 2011. szeptember 23-tól és 2011. szeptember 30-tól érvényes heti akciós újságokban közzé tett reklámoknak van jelentősége, így a készlethiány szempontjából csak az ezen időszakban meglévő, tehát a 70%-os kedvezménnyel érintett készlet értékelendő.
83. Az akciós újságok figyelemfelkeltését követően a fogyasztók csak az egyes áruházakban juthattak ahhoz az információhoz, hogy az adott akcióban és az adott áruházban pontosan mely termékek lehetnek érintettek („*A kiárusításban szereplő termékeket keresse az áruházban a kijelölt helyen.*”).
84. Azonban az akciós újságban is megjelenített azon üzenet, hogy „*a választék áruházanként eltérő*”, azt is sugallja a fogyasztók számára, hogy valamiféle választék van az adott termékcsoporthoz (hiszen a fogyasztók nem ismerhetik az érintett termékkör limitált voltát vagy annak pontos elemeit), tehát érdemes elmenni az érintett áruházba. Továbbá mivel kiárusításról van szó, már az akció elején érdemes elmenni, hogy lehessen esetlegesen válogatni.
85. Azonban a jelen esetben a kerti gépek révén olyan termékcsoporthoz került a kiárusítás kapcsán kiemelten nevesítésre, amelyből az akcióban érintett áruházak egy meghatározott körében – a jelen határozat nem betekinthes 4. számú mellékletében megjelenített módon – egyáltalán nem volt érdemi készlet.
86. Az eljárás alá vont által megadott készletadatok alapján az érintett termékcsoporthoz kapcsán az alábbi állítások tehetőek a különböző szempontú – a nem betekinthes 1. és 4. számú mellékletekben bemutatott – készlet-eloszlásokra 2011. szeptember 23-án:
- az akció keretében nem volt olyan termék, mely az első napon minden érintett áruházban elérhető volt,
 - egyes akciós termékekből a teljes, országos nyitókészletet tekintve csak néhány darab volt, illetve volt egy termék, amelyből egyetlen egy sem volt megvásárolható az eljárás alá vont nyilvántartása szerint,
 - az áruházak közel negyedében egyáltalán nem volt készlet, tehát egyetlen egy akciós kerti gép sem volt megvásárolható,

- az áruházak több mint felében csak néhány darab akciós termék volt elérhető a fogyasztók számára,
 - voltak áruházak, amelyekben csak egy-két féle akciós termék volt kapható,
 - az érintett 110 áruházból 15 áruházban volt megtalálható az akcióban részt vett termékek mintegy fele.
87. A rendelkezésre álló adatokból megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozás úgy hirdette meg 2011. szeptember 23-tól és 2011. szeptember 30-tól – 62 áruházra – érvényes hirdetési újságjában a kerti gépeket, mint kiemelten nagy kedvezménnyel megvásárolható termékeket, hogy azokból már az első napon sem rendelkezett megfelelő készlettel az adott áruházakban, miközben a kiemelkedő kedvezmény hirdetésével éppen az lehetett a célja, hogy megnövekedett keresletet generáljon az adott termékekre, illetve tudnia kellett, hogy ilyen kereslet generáló hatással fog járni az akció.
88. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában jelentőséggel bír tehát, hogy az akcióval érintett termékkörből csak erősen korlátozott számban és áruházanként ebből adódóan jelentősen eltérő készlettel álltak az egyes termékek a fogyasztók rendelkezésére – továbbá az áruházak egy nem elhanyagolható részében (közel negyedében) egyáltalán nem volt a kerti gépekből nyitókészlet a 2011. szeptember 23-án kezdődő 70%-os kiemelt akcióban.
89. Az eljárás alá vont vállalkozást nem mentesíti a felelősség alól, hogy az akciót nem normál heti akcióként, hanem „*kiárusítás*” címszó alatt hirdette meg, tekintettel arra, hogy a fogyasztók felé a vizsgált kereskedelmi kommunikációban pusztán az áruházanként eltérő készletre utalt, az igen korlátozott számú elérhetőségre nem. A fenti kereskedelmi kommunikációban alkalmazott „*a választék áruházanként eltérő*” kifejezés a fogyasztóknak azt jelzi, hogy nem minden, az eljárás alá vont által árusított kerti gép vásárolható meg az akció keretében, illetve hogy áruházanként más-más darabszámú és különböző termékekre vonatkozhat a kedvezmény, ugyanakkor ez a közlés sem ad tájékoztatást arról, hogy az adott áruházban akciós kerti gépek adott esetben csak igen korlátozott mennyiségben állnak a fogyasztók rendelkezésére. Erre a „*kiárusítás*” közlésből sem lehet következtetni.
90. A Versenytanács megállapítása szerint az akciós kerti gépekből rendelkezésre álló készlet – részben a termékcsoport darabszáma, részben termékenkénti és áruházankénti eloszlása miatt – nem volt arányban az akció kiterjedt kommunikációjával és a kiterjedt kommunikáció révén teremtett – nyilvánvalóan megnövekedett – fogyasztói kereslettel.
91. A kereskedelmi kommunikáció kapcsán kiemelendő, hogy az akció jelentősen korlátozott volta tekintetében hiányos – és ezért a fogyasztók magatartásának, érdeklődésének befolyásolására alkalmas módon a termék elérhetősége mint jelentős információ tekintetében megtévesztésre alkalmas – üzenet megjelenítésnek térbeli és időbeli korlátja nem volt, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont saját újságjában került az akció kizárólagosan meghirdetésre.
92. A fentiekre tekintettel az eljárás alá vont az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése szerinti tényállás megvalósításával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat.

Összefoglalás

93. A Versenytanács a Tptv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján megállapítja, hogy a TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt. fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor „*Őszi kiárusítás*” keretében kerti gép termékcsoport kapcsán

- az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének c) pontja szerinti magatartásként a 2011. augusztus 16. és október 6. között alkalmazott in-store reklámeszközökkel – egyes termékek esetében – valótlánul 50, illetve 70 %-os árkedvezményt ígért,
- a 2011. szeptember 23. és szeptember 29. közötti, valamint 2011. szeptember 30. és október 6. közötti időszakra érvényes akciós újságjában
 - az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerinti magatartásként az elérhető termékeket illetően – azok szűkös volta miatt – hiányos,
 - az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének c) pontja szerinti magatartásként a 70 %-os kedvezményt illetően – egyes termékek esetében – valótlán

tájékoztatást tett közzé,

mely tényállások megvalósításával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat.

94. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírság kiszabását tartotta indokoltnak, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot rögzítő közleményben foglaltaknak megfelelően meghatározva.

95. A bírság összegének megállapításakor a Versenytanács az in-store reklámeszközök és az érintett két akciós újság arányos (eljárás alá vont által a vizsgált gyakorlatra vonatkozóan arányosítva megadott) költségéből¹⁸ indult ki.

96. Súlyosító körülményként vette a Versenytanács figyelembe, hogy

- a vizsgált gyakorlattal két, különböző jellegű jogsértést követett el az eljárás alá vont,
- az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének,
- az elmúlt öt évben az eljárás alá vont több versenyfelügyeleti eljárásban lett elmarasztalva,
- a kereskedelmi gyakorlat kiterjedt volt, a vizsgált, nagy példányszámú akciós lapokkal és a 110 áruházban alkalmazott in-store reklámeszközökkel is sok fogyasztót ért el az eljárás alá vont,
- az eljárás alá vont még a 2011. szeptember 30-án kezdődő akciós időszakra vonatkozó akciós újságban is hirdette a kerti gépeket, miközben a készlet már a korábbi időszak elején is nagyon korlátozott volt,
- a kiemelkedő kedvezménnyel hirdetett, de nem elérhető termékek miatt az egyes áruházakat felkereső, becsalogatott fogyasztók valószínűsíthetően vásároltak más termékeket, növelve így az eljárás alá vont áruházainak forgalmát.

97. Enyhítő körülményként vette a Versenytanács figyelembe, hogy

- az eljárás alá vont néhány esetben a fogyasztói keresletet más, azonos termékkörbe tartozó termékek árának csökkentésével elégítette ki, valamint
- az eljárás alá vont dokumentumokkal igazolta, hogy milyen módon igyekszik fejleszteni a TESCO áruházi pl. beszerzési és kontroll-folyamatait az árintegritási és a készlethiányból fakadó hiányosságok elkerülése érdekében.

¹⁸ A Vj/012-005/2012. számú irat 6. pontja alapján

98. Végezetül, a fentieknek megfelelően kalkulált bírságösszeget a Versenytanács megvizsgálta abból a szempontból, hogy az – figyelemmel az ügy összes körülményeire – kellő mértékű speciális és generális elrettentő erőt képvisel-e, illetve hogy nem haladja-e meg a Tpv-t.-ben meghatározott törvényi maximumot.
99. A Versenytanács ugyanakkor nem fogadta el az eljárás alá vont – a versenyfelügyeleti eljárás versenytanácsai szakában, a tényállás feltárását követően – benyújtott kötelezettségvállalásait. Az eljárás alá vont – a megelőzés általános elvén túl – pontosan nem jelölte és indokolta meg, hogy mely intézkedései és miért lennének elfogadhatóak vállalkásként.
100. A kötelezettségvállalás-közlemény 35. bekezdésének d) pontja értelmében a GVH az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozatának elfogadása ellen szóló körülményként veszi figyelembe, ha a kötelezettségvállalás elfogadásával elérhető várható előnyöknél nagyobb súllyal bír a tényállás teljes körű tisztázásához és az adott kereskedelmi gyakorlat jogi minősítéséhez fűződő közérdek.
101. A közlemény 36. bekezdésének c) pontja szerint pedig azon körülmény fennállása esetén, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat megítélése kapcsán már a kereskedelmi gyakorlat tanúsítását megelőzően kikristályosodott a joggyakorlat, s a vállalkozások egyértelmű eligazítással bírhattak a jogszerű magatartással szembeni elvárás tekintetében, a GVH csak kivételesen indokolt esetben fogadja el a kötelezettségvállalási nyilatkozatot.
102. Mindezek alapján az eljáró versenytanács a kötelezettségvállalás-közlemény alapján nem látott lehetőséget az eljárás alá vont kötelezettségvállalásának elfogadására.

VIII. Egyéb kérdések

103. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított 30 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.) jelen eljárásban alkalmazandó 110. §-ának (1) bekezdése 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.
104. A bírságnak a GVH 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlájára javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő
- az eljárás alá vont neve,
 - a versenyfelügyeleti eljárás száma,
 - a befizetés jogcíme (bírság).
105. A Ket. 140. §-ának (1) bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. §-ának (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.
106. A Ket. 132. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része.

107. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. A Versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a Tpv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a GVH által kiszabott, teljesítési határidőben meg nem fizetett bírság (valamint a meg nem fizetett bírság után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék) behajtása iránt az állami adóhatóság intézkedik.
108. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
109. 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.
110. A Versenytanács megállapította a GVH hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a nettó árbevételének nagysága révén az Fttv. körében jelentős nagyságú vállalkozásnak minősülő, számos áruházzal rendelkező eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata országszerte jelentős számú fogyasztót ért el.
111. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv. 46. §-a állapítja meg.
112. Az eljárást befejező döntést a Tpv. – Fttv. 27. §-ának (1) bekezdése alapján alkalmazandó – 63. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. A Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő (a jelen eljárásban összességében 151 nap) az ügyintézési határidőbe nem számít be. Mindezekre tekintettel az ügyintézési határidő 2013. február 19-én telik le.
113. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2013. január 25.

dr. Szoboszlai Izabella sk.
előadó versenytanács tag

dr. Miks Anna sk.
versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanács tag

Nem betekinhető mellékletek:

- 1. számú melléklet – Az akcióban érintett 23 termék¹⁹ és azok releváns készlet adatai²⁰ az eljárás alá vont nyilatkozata alapján**
- 2. számú melléklet – A kedvezmények mértéke a 2011. augusztus 16-tól érvényes akciós árak²¹ esetében**
- 3. számú melléklet – A kedvezmények mértéke a 2011. szeptember 23-tól érvényes akciós árak²² esetében**
- 4. számú melléklet - A 2011. szeptember 23. - 29. és a 2011. szeptember 30. - október 6. közötti akciókban (az akciós újsággal) érintett áruházak és vizsgálatban érintett termékkörből 2011. szeptember 23-án rendelkezésre álló készlet**
 - 4.1. Teljes termékcsoporthoz készletadatai áruházanként**
 - 4.2. Kiemelkedően alacsony nyitókészletű termékek**
 - 4.3. Választék adatok azon áruházakban, ahol a darabszám egyébként is alacsony (2-10 darab) volt**
- 5. számú melléklet – Az 50, illetve 70 %-os kedvezményeket még a 2011. augusztus 1-jei (azaz az eljárás alá vont havi nyilvántartásaiban listaárként megjelenő) árakhoz képest sem elérő akciós árú termékek készlet adatai**

¹⁹ Vj/012-009/2012. számú irat 2. számú melléklete alapján

²⁰ Vj/012-009/2012. számú irat 3. számú melléklete alapján

²¹ VJ/012-005/2012. számú irat 4. számú melléklete

²² VJ/012-005/2012. számú irat 4. számú melléklete