



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391, Budapest 62. Pf. 211.

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/8/2014.

Iktatószám: Vj/8-24/2014.

***Betekinthető!
Üzleti titkot nem tartalmaz!***

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a dr. H. B. ügyvéd (Hajdú Balázs Ügyvédi Iroda) által képviselt **ALDI Magyarország Élelmiszer Bt.** (2051 Biatorbágy, Mészárosok útja 2.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban megtartott tárgyalást követően meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t :

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Aldi Magyarország Élelmiszer Bt. fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2013. szeptember 29. és 2013. október 2. közötti akció keretében az akciós újságjában, az üzleteiben elhelyezett plakátokon, az internetes honlapján és az elektronikus hírlevelében meghirdetett CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtató kapcsán elhallgatta, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni, vagy más vállalkozástól beszerezni.

Az eljáró versenytanács kötelezi továbbá az Aldi Magyarország Élelmiszer Bt-t 10.000.000 Ft (azaz Tízmillió Forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára köteles megfizetni.

Ha a kötelezett fizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótlékot köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság, az eljárási díj, illetve 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 Versenytanácsnál benyújtható, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevélben terjesztheti elő.

INDOKOLÁS

I.

Az eljárás megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) 2014. január 30-án versenyfelügyeleti eljárást indított az Aldi Magyarország Élelmiszer Bt.-vel (a továbbiakban: eljárás alá vont) szemben, mert észlelte, hogy az eljárás alá vont 2013. szeptember 29. és 2013. október 2. között érvényes akciós újságjában népszerűsített, 11.900 Ft-os áron meghirdetett CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtató nem volt elérhető az akciós időszakban, s az eljárás alá vont valószínűsíthetően alapos okkal feltételezhette, hogy a terméket nem fogja tudni megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni, ezzel a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. §-ának (4) bekezdése szerinti melléklete 5. pontjában foglaltak megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat.
2. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárás alá vont által meghirdetett CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtató 2013. szeptember 29. és 2013. október 2. között érvényes akciójával kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatra terjed ki.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. A 2005-ben alapított eljárás alá vont vállalkozás élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi tevékenységet folytat. Első üzleteit 2008 áprilisában nyitotta meg, a vizsgálattal érintett időszakban országszerte 93 üzletet működtetett. Az eljárás alá vont 2013. évi nettó árbevételére vonatkozó adatokat a Vj/8-002/2014. számú irat 5. számú melléklete tartalmazza.
4. A Versenytanács a korábbi Vj/88/2009. számú eljárásban hozott határozatában megállapította, hogy az eljárás alá vont 2009. február 1. és február 7. közötti időszakra meghirdetett Kids Alive Gyermek farsangi jelmezek hirdetése tekintetében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, és 1 millió forint bírság megfizetésére kötelezte az eljárás alá vontat.
5. A Versenytanács a Vj/8/2011. számú eljárásban hozott határozatában megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor 2010. január 1. és 2011. február 4. között kereskedelmi kommunikációiban úgy alkalmazta a „magyar minőség” állítást, hogy az állítás valóságtartalmáról nem győződött meg. A Versenytanács a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatásának megtiltása mellett 15 millió forint bírság megfizetésére kötelezte az eljárás alá vontat.
6. A Vj/25/2012. számú eljárásban a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott azáltal, hogy

2011. december 29. és 2012. január 4. közötti akciója keretében az akciós újságjában, az üzleteiben elhelyezett posztereken, az internetes honlapján és a hírlevelében 17.990 Ft-os áron meghirdetett „TEVION külső merevlemez 2 TB” termék kapcsán elhallgatta, alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott, vagy az azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni. A Versenytanács 25 millió Ft megfizetésére kötelezte az eljárást alá vontat.

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

7. Az eljárás alá vont rendszeren tart különböző akciókat, amelyeket több formában, elsősorban az általa kiadott akciós újságban népszerűsít.
8. Az eljárás alá vont az általa korábban nem forgalmazott CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtatót 11.990 Ft-os áron kínálta a 2013. szeptember 29. és 2013. október 2. közötti akciós időszakban, az alábbi kereskedelmi kommunikációkat alkalmazva:

Kommunikációs eszköz	Megjelenés helye	Megjelenés időpontja	Tartalom
Honlap	www.aldi.hu	2013.09.24. – 2013. 10.01	„3 év jótállás Kiváló minőség 3 az 1-ben nyomtatás, fénymásolás és szkennelés Canon Multifunkciós nyomtató PIXMA MG2255* 11 990 Ft/darab” Alatta nyomtató jellemzői felsorolva
Szórólap (akciós újság)	üzletekben, országos terjesztés	üzletekben: 2013.09.22-től terjesztés: 2013.09.22-23	„Canon Multifunkciós nyomtató PIXMA MG2255* 11 990 Ft 3 év jótállás Kiváló minőség 3 az 1-ben nyomtatás, fénymásolás és szkennelés” Alatta nyomtató jellemzői felsorolva.
Plakát	üzlet kirakatban, üzletekben	2013.09.22-től	„Canon Multifunkciós nyomtató PIXMA MG2255* 11 990 Ft”
Newsletter (elektronikus hírlevél)	n.a.	2013.09.24	„Canon Multifunkciós nyomtató PIXMA MG2255* 11 990 Ft/darab”

9. Az egyes kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával kapcsolatban felmerült költségeket a Vj/8-002/2014. számú irat tartalmazza.

10. A termékből rendelt mennyiség egy 2012. évi CANON Pixma MP 282 nyomtató készletadatai alapján került meghatározásra. Anyavállalata ezen adatok alapján kötött szerződést az adott szállítóval, egy időben több országra vonatkozóan is.
11. A szállító a megrendelést követően jelezte az eljárás alá vont anyavállalatának, hogy nem tud a szerződés által érintett összes országra elegendő mennyiséget szállítani, melynek okát nem jelölte meg. Magyarország nem kapott a kifogásolt termékből.
12. Az eljárás alá vont központi beszerzése hetekkel a tervezett akció előtt az anyavállalattól hivatalos írásos információt kapott arról, hogy a szállító Magyarország számára egyáltalán nem tud szállítani, azonban a terméket a számítógépes rendelési nyilvántartásból az eljárás alá vont által nem ismert okból nem törölték, így a szórólap összeállításáért felelős magyar reklámozstály a terméket továbbra is figyelembe vette a tervezett akciók között, s a termék bekerült a 2013. szeptember 13-án nyomdába adott és 2013. szeptember 23-án és 24-én terjesztett akciós újságba.
13. Az eljárás alá vont a CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtatóból az akció során nem rendelkezett készlettel.
14. A termék hiányáról az akciós újságok tartalmát összeállító reklámozstály (a számítógépes rendszer téves adattartalma okán) csak az akció első napján, az első vásárlói panaszok beérkezésekor értesült.
15. Az eljárás alá vont helyettesítő terméket nem biztosított az akció ideje alatt, viszont az alábbi intézkedéseket tette.
16. Az eljárás alá vont a termékhiány felismerését, azaz az első vásárlói első panaszok jelentkezését követően az üzletek bejártánál kihelyezett figyelemfelhívó (sötétedés után megvilágított) reklámvitrinokban piros felirattal jelezte az áru beérkezésének elmaradását, illetőleg az üzletek eladóterében az akciós termékeket árusító területen kihelyezett termékártaáblán ugyanezen piros felirattal jelezték az áru beérkezésének elmaradását.¹
17. Az eljárás alá vont a termék hiányával kapcsolatban panaszt megfogalmazó fogyasztókat az üzletekben szóban, a központi ügyfélszolgálaton keresztül telefonon, illetve írásban tájékoztatta arról, hogy a 2013 októberének végétől elérhető helyettesítő terméket bármelyik általuk választott Aldi üzletben átvehetik, a terméket félreteszik számukra, s a termék beérkezéséről személyre szóló telefonhívásban kapnak értesítést.

IV. Az eljárás alá vont előadása

18. Az eljárás alá vont előadta, a CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtatóval kapcsolatos megrendelést az általa ismertetett módszerrel, a rendelési mennyiséget a 2012. év fogyási tényadatai alapján, azt megemelve megfelelő szakmai gondossággal eljárva adta le.

¹ A hirdető tábla fotóit aVj/008-19/2013 számú irat tartalmazza

A rendelt mennyiség elegendő lett volna arra, hogy minden üzlet kellő számú terméket kapjon az akció idejére.

19. Kiemelte, hogy az akciós szórólap téves adattartalmához számítógépes hiba vezetett. Mindazonáltal a termék megrendelése, továbbá a termékhiányról szóló vásárlói tájékoztatás és a vásárlói igények utólagos kezelése, illetve kielégítése terén az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal járt el. A termékhiányt jelző figyelemfelhívások bolti kihelyezésével természetesen azt is felvállalta, hogy a hiányzó terméket nem kereső vásárlók szemében is rossz színben tünt fel, a termékhiányt tehát a hibát elismerve, imázsát sem sajnálva jelezte vásárlói felé.
20. Megítélése szerint magatartása nem volt felróható, a probléma elhárítása terén pedig a vásárlók bolti figyelemfelhívó tájékoztatásával elérte az adott helyzetben általában elvárható magatartási zsinórmércét, amely magatartást a terméket kereső legtöbb vásárló is megelégedéssel tapasztalt.
21. Ismertette, hogy a 2013 októberének végére tervezett akció megvalósult, melynek keretében a kifogásolt termékkel műszakilag szinte azonos nyomtatók eljutottak a panaszt bejelentő és a terméket számukra földre tenni kérő vásárlók részére, akiket telefonon tájékoztattak.
22. Az eljárás alá vont hivatkozott a GVH versenyjogi gyakorlatára, mely szerint a „becsalogatással” a cég hatást gyakorol a vállalkozás egyéb termékeinek forgalmára is. Esetében azonban inkább negatív hatást eredményezett a termékhiány, mert a cég nem árult az akció idején más, hasonló funkciójú terméket. Hangsúlyozta, hogy utólag megszervezte azt, hogy minden vevő számára, aki az akciós nyomtatót kívánta megvásárolni, adatainak megadásával beszerzett egy hasonló nyomtatót a következő időszakban és erről megfelelően tájékoztatták a vevőket, akik értesítésüket követően az általuk megjelölt üzletben vehették át a terméket.
23. Hangsúlyozta azt is, hogy a kifogásolt, jogsértőnek minősített gyakorlat elismerése és abbahagyása a Versenytanács gyakorlatában enyhítő körülménynek számít, ugyanúgy, mint az a tény is, hogy az akció kezdetét követően eladóhelyi tájékoztatással informálta a fogyasztókat az adott termék hiányáról. Mindent megtett tehát a téves tájékoztatás miatt felmerült fogyasztói panaszok orvoslása érdekében, még a számítógépes rendszer megfelelő módosítását is elvégezte a hasonló rendszerhibák elkerülése érdekében. A súlyosító körülményekkel kapcsolatban utalt arra, hogy a vele szemben folytatott korábbi eljárások részben 5 éven túl folytak, részben pedig egy akkor még nem szabályozott kérdés miatt került sorra a „magyar minőség” néven ismert ügy. A legutóbbi eljárás óta (Vj/25-2012) mintegy 100 értékesítési akció zajlott le sikeresen, jogszerűen, amelyekkel kapcsolatban a GVH semmiféle jelzést nem kapott.
24. A kiszabható bírság alapösszegének meghatározásához kérte figyelembe venni, hogy a megadott reklámköltségek nem egy árura vonatkoztak, hanem sokkal szélesebb árukörre vonatkozó reklámot fednek le. Hivatkozott a Tptv. 78.§. (3) bekezdésében foglaltakra is.
25. Rámutatott arra is, hogy a jelen ügyben vizsgált esetben más hiba történt, mint a korábbi Vj/25-2012 számú ügyében. Az akkori hiba újra előfordulásának lehetőségét megszüntette.

26. Az eljárás alá vont kötelezettségvállaló nyilatkozatot is előterjesztett, amelyben vállalta, hogy magatartását összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel. Tekintettel arra, hogy a cég a vizsgált magatartással már felhagyott, azt vállalta, hogy a kifogásolt magatartástól tartózkodni fog a jövőben. Ezzel kapcsolatban utalt arra, hogy 2014. március 7-én az anyavállalat legmagasabb illetékes vezetői intézkedtek arról, hogy a számítógépes alrendszerekben lévő hiányosság megszűnjön, és így a cégen belül minden egyes beszerzéssel foglalkozó munkatárs időben tudomást szerezzen az akciózni tervezett, de be nem érkező árukról, azok nyilvántartási és a készletgazdálkodási szabályairól.

V. Jogi háttér

27. 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 Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.

28. Az Fttv. 2. §-ának

a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,

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,

g) pontja szerint vásárlásra felhívás a kereskedelmi kommunikáció jellemzőinek és árának, illetve díjának feltüntetése az alkalmazott kommunikációs eszköznek megfelelően oly módon, hogy ezáltal lehetővé válik a fogyasztó számára az áru megvétele, illetve igénybe vétele,

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.

29. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (4) bekezdés rögzíti, hogy az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

30. Az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdése és az Fttv. mellékletének 5. pontja értelmében tisztességtelen 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).

31. 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.
32. 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.
33. 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.
34. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH 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.
35. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
36. 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. Jogi értékelés

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítéléséhez alkalmazandó jogszabály

37. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyek irányában valósult meg. Ennek megfelelően az eljáró versenytanács a kereskedelmi gyakorlat elbírálását az Fttv. alapján végezte el.

A kereskedelmi gyakorlat által megcélzott, illetve elért fogyasztók

38. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelésekor az eljáró versenytanács az olyan fogyasztó magatartását vette alapul, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el [Fttv. 4. § (1) bekezdés]. Az „ésszerűség” kapcsán kiemелendő, hogy 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.

Az ügyleti döntés

39. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró ügyleti döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés meghozatalára is sor kerülhet. Az ügyleti döntés torzítása bekövetkezhet a fogyasztói döntéshozatali folyamat bármely szakaszában.

40. A jelen esetben ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azzal kapcsolatos döntései is, hogy felkeresi-e az eljárás alá vont valamelyik üzletét.

41. 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.

42. Az eljáró versenytanács – utalva az Európai Bizottság 2009. december 3-án közzétett, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29 EK irányelv végrehajtásáról/alkalmazásáról szóló iránymutatására is – aláhúzza, hogy a fogyasztó által a vásárlás kapcsán hozott döntés akkor is ügyleti döntésnek minősülhet, ha a döntés eredményeként vagy annak meghozatalát követően végül is nem jön létre polgári jogi szerződés a vállalkozás és a fogyasztó között.

A jogi értékelés keretei

43. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, a jogszabályi előírásoknak.

44. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat akkor minősül tisztességtelennek, ha

- teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek, vagy

- a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket, vagy
 - az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).
45. Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e, mindenképp azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek tekintendő. Ennek megfelelően a jogsértés körében irrelevánsak voltak eljárás alá vontak a termékhiány okaival, körülményeivel kapcsolatos előadásai.

A csalogató reklám

46. Az Fttv. mellékletének 5. pontja szerinti csalogató reklám megítélésében kialakított és követett, a GVH Versenytanácsának az Fttv.-vel, a Tpv. III. fejezetével és a gazdasági reklámtevékenységről alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvénnyel kapcsolatos elvi jelentőségű döntéseiben is megjelenített, következetes gyakorlat szerint
- az Fttv. mellékletének 5. pontjából megállapíthatóan létezik nem jogsértő készlethiányos állapot. A fogyasztónak nincs alanyi joga arra, hogy a kommunikációs eszközben reklámozott terméket az ott meghatározott időtartam alatt megvásárolhassa. Az Fttv. mellékletének 5. pontjából nem lehet „készlet-garanciát” levezetni, azaz az Fttv. mellékletének 5. pontjára alapítottan nem várható el a vállalkozástól, hogy az adott időtartam (így különösen az akció teljes ideje) alatt garantálja a reklámozott vagy az azt helyettesítő áru szolgáltatását. Az Fttv. mellékletének 5. pontja azt a követelményt fogalmazza meg, hogy a vállalkozás megfelelően készüljön fel a kereskedelmi kommunikációban tett ígéret teljesítésére, azaz az vizsgálandó, hogy a vállalkozás a vásárlásra felhívás meghirdetésekor alappal feltételezhette-e, hogy az adott vagy az azt helyettesítő árut megfelelő időtartamig és mennyiségben tudja-e majd szolgáltatni (elvi jelentőségű döntések I.M5.8.),
 - az Fttv. mellékletének 5. pontjában meghatározott, jogsértőnek minősülő magatartás fennállásához bizonyítani kell, hogy a vizsgált tájékoztatások közreadása és az áruhiány bekövetkezése mellett alapos ok van-e azt feltételezni, hogy a vállalkozás a hiányzó vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem is tudta volna – az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel – megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni, vagy más vállalkozástól beszerezni (elvi jelentőségű döntések I.M5.1.),
 - ahhoz, hogy egy kereskedelmi kommunikáció csalogatónak minősüljön, szükség van arra, hogy az eljárás alá vont vállalkozás úgy tegye közzé vásárlásra felhívó közleményét, hogy közben alapos oka legyen azt feltételezni, hogy az árut-, vagy helyettesítőjét nem fogja tudni az adott áron kínálni a fogyasztóknak (elvi jelentőségű döntések I.M5.2.),
 - önmagában a vevőmegrendelés intézményére történő hivatkozás nem alkalmas annak bizonyítására, hogy a vállalkozás nem valósította meg az Fttv. mellékletének 5. pontjában rögzített tényállást. Az Fttv. mellékletének 5. pontja meghatározza, milyen feltételek teljesülése esetén minősül a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek, s az Fttv. nem rendelkezik akként, hogy nem áll fenn a jogsértés, ha ugyan megvalósul az Fttv. mellékletének 5. pontja, de a vállalkozás lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy

az árut a vásárlásra felhívásban jelzett áron megrendeljük, és ahhoz így később hozzájuthassanak. Ennek megfelelően ez a körülmény legfeljebb csak a jogsértés miatti szankció körében vehető figyelembe azzal, a vállalkozásnak legalább azt kell bizonyítania, hogy

- ténylegesen működött az áru megrendelésének intézménye, ezt a lehetőséget biztosította a fogyasztók számára,
- az áruhoz történő későbbi hozzájutás biztosítása reális alternatíva a fogyasztók számára, amely körben jelentőséggel bírhatnak a későbbi teljesítéssel kapcsolatos a fogyasztó oldalán jelentkező költségek is (pl. a megrendelt áruért a fogyasztónak ismételt fel kell keresnie az áruházat vagy az árut kiszállítják a fogyasztó által megadott címre) ((elvi jelentőségű döntések I.M5.7.).

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelése

47. Egy kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és mellékletének 5. pontjára tekintettel az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütközik, ha
- a kereskedelmi gyakorlat áru meghatározott áron való vásárlására irányuló felhívásnak minősül,
 - a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott árut vagy az 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, és
 - ezt a körülményt a vállalkozás elhallgatja a fogyasztók előtt.
48. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jelen esetben megvalósultak az Fttv. mellékletének 5. pontja szerinti feltételek az alábbiak szerint.
49. A vásárlásra felhívás fogalmát az Fttv. 2. §-ának g) pontja határozza meg. A jelen esetben a vizsgálattal érintett kommunikációs eszközök révén az eljárás alá vont vásárlásra felhívást tett közzé, lehetővé téve döntés meghozatalát egyrészt az üzlet felkeresésére, másrészt az áru fogyasztó általi megvásárlására vonatkozóan, úgy, hogy ehhez a fogyasztó számára nem volt szükséges további információk rendelkezésre állása.
50. Az eljáró versenytanács rendelkezésére álló adatokból megállapíthatóan az eljárás alá vont előtt anyavállalatának tájékoztatása alapján már hetekkel a reklámújság nyomdába adása, illetőleg a vizsgálattal érintett kereskedelmi kommunikációk alkalmazása előtt ismert volt, illetve ismertnek kellett volna lennie, hogy a beszállító Magyarországra nem fog szállítani a CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtatóból egyetlen egy darabot sem, így alappal volt feltételezhető, hogy a terméket a kínált áron egyáltalán nem fogja szolgáltatni a fogyasztók számára a tervezett akciós keretében. Az eljárás alá vont ezt követően nem tett kísérletet helyettesítő termék beszerzése érdekében, (csak miután az akció első napján panaszokat kapott az áruhiánnyal kapcsolatban). Mindennek ellenére a termék hetekkel később megjelent a kereskedelmi kommunikációkban.
51. A jogsértés szempontjából irreleváns az a körülmény, hogy a szórólap összeállításáért felelős magyar reklámozstály milyen okból nem szerzett tudomást az anyavállalattól arról a tényről, hogy a CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtatót a beszállító egyáltalán nem fogja

tudni szállítani. Az eljárás alá vont központi beszerzése hetekkel a tervezett akció előtt az anyavállalattól kapott hivatalos írásos információt erről a körülményről. Az információ elhallgatásának tényállása azáltal megvalósult, hogy a termék bekerült a 2013. szeptember 29. és 2013. október 2. közötti akciós újságba. Ezért nincs jelentősége annak, hogy a kifogásolt magatartás az eljárás alá vont (illetve a vele egy vállalkozáscsoportba tartozó másik vállalkozás) melyik belső szervezeti egységének mulasztására vagy bármely más, vállalkozáson belüli kommunikációs zavarra vezethető vissza.

52. Megállapítható tehát, hogy a 2013. szeptember 29. és 2013. október 2. közötti akciót népszerűsítő, vásárlására felhívásnak minősülő kommunikációs eszközök alkalmazását előtt, az akciós újság nyomdába adásának napján, illetve az akció megkezdését megelőzően az eljárás alá vontnak alapos okkal azt kellett volna feltételeznie (tudnia), hogy az akcióban a fogyasztók széles körét elérő módon népszerűsített akcióban a CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtatót nem fogja tudni az akció időtartama alatt szolgáltatni, s e termékeket más vállalkozástól sem fogja tudni beszerezni. Az eljárás alá vont ezt a körülményt nem szerepeltette a kereskedelmi kommunikációkban, elhallgatta a fogyasztók előtt. Tette ezt annak ellenére, hogy már hetekkel az akció előtt ismert volt, hogy a termék nem fog rendelkezésre állni, s így megtehetette volna a jogsértés megvalósulásának elkerüléséhez szükséges intézkedéseket.
53. Az eljárás alá vontnak az az intézkedése, amely révén az üzletkebe betérő fogyasztókat a helyszínen tájékoztatta a termék hiányáról későn történt és a múltra vonatkozóan hatástalan. Ezt a magatartását nem a jogsértés kapcsán, hanem a szankció alkalmazásának körében vette figyelembe az eljáró versenytanács, akárcsak az a körülményt is, hogy egy későbbi akció keretében a fogyasztók hozzájuthattak a helyettesítő termékhez.

Az eljárás alá vont felelőssége

54. A jogsértő kereskedelmi gyakorlat tanúsítása az eljárás alá vontnak közvetlenül érdekében állt, s így az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján felel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért.
55. Az Fttv. 9. §-a (1) bekezdésének az Fttv. mellékletnek 5. pontja szerinti kereskedelmi gyakorlatot megvalósító vállalkozásra történő alkalmazása során – éppen a csalogató reklám jellegéből adódóan – nem a kereskedelmi kommunikációban megjelenített áru vonatkozásában kell fennállnia a vállalkozás oldalán az értékesítésében, az eladás ösztönzésében megmutatkozó közvetlen érdekeltségnek, hanem a becsalogató jelleg révén értékesíthető más áru(k) kapcsán.

Összefoglalás

56. Figyelemmel a fentiekre az eljáró versenytanács – a rendelkező részben írtak szerint - megállapította, hogy az eljárás alá vont fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor a 2013. szeptember 29. és 2013. október 2. közötti akció keretében az akciós újságjában, az üzleteiben elhelyezett plakátokon, az internetes honlapján és az elektronikus hírlevelében meghirdetett a CANON PIXMA MG2255 multifunkciós nyomtató kapcsán elhallgatta azt az információt, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a

kínált áron nem fogja tudni megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni, vagy más vállalkozástól beszerezni.

57. Az eljárás alá vont e kereskedelmi gyakorlatával – megvalósítva az Fttv. mellékletének 5. pontja tényállást – megsértette az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

58. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartotta az eljárás alá vonttal szemben.

A bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú Közleménye (a továbbiakban: Közlemény) foglalja össze. A Közlemény a Kúria (korábbi elnevezéssel: Legfelsőbb Bíróság) megközelítését figyelembe véve kiemeli, hogy a bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz, s olyan összegű, amely az eljárás alá vontakat és más vállalkozást hasonló magatartástól visszatart.

59. A Közleményben összefoglalt versenytanácsi gyakorlat szerint a bírság összegének kiindulópontjául elsősorban a jogsértő tájékoztatással járó költség szolgál, amelynek mértékét a releváns súlyosító és enyhítő körülmények növelhetnek, illetve csökkenthetnek. Becsalogató reklámok esetében a megtévesztő tájékoztatással konkrétan érintett áruhoz kötődő forgalmon túl figyelembe vehető azon áruk forgalma is, amelyeket a fogyasztók a becsalogatás eredményeként ésszerűen vásárolhattak.

Ezt követően szükséges annak mérlegelése, hogy az így kalkulált bírságösszeg összességében alkalmas-e a kívánatos következmények elérésére.

60. Az eljáró versenytanács elfogadva az eljárás alá vont védekezését, a szórólapok előállításának költségét arányosította az abban megjelent termékek száma alapján. Megállapítható volt, hogy a reklámújságban 12 oldalon mintegy 100 különféle terméket jelentetett meg az eljárás alá vont, ezért az előállítás költségét ennek megfelelően arányosan csökkentette.

61. A Közleményben foglaltakra figyelemmel az eljáró versenytanács a bírság kiszabása során az eljárás alá vont által a vizsgált időszakban megjelentetett reklámok alábbi ismert költségéből indult ki (Vj/8-002/2014. számú irat):

szórólap (reklámújság)	gyártás nettó költsége:	[üzleti titok] Ft
	nyomtatás nettó költsége:	[üzleti titok] Ft
	terjesztés nettó költsége:	[üzleti titok] Ft
	összesen:	[üzleti titok] Ft
plakát	nyomtatás nettó költsége:	[üzleti titok] Ft
összesen:		[üzleti titok] Ft

62.

63. Az eljáró versenytanács kiemelt súlyosító körülményként veszi figyelembe, hogy
- az eljárás alá vont esetben már korábban is megállapításra került, hogy fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított (Vj/8/2011., Vj/25/2012.), függetlenül attól, hogy az anyavállalata, vagy ő maga okozta a jogsértést, tekintettel az Fttv. 9.§-ának rendelkezéseire.
 - a jogsértő kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók széles körét érte el,
 - az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének, annak ellenére, hogy az eljárás alá vont az akció megkezdése után – az első panaszok megérkezését követően – tájékoztató táblákat helyezett el az üzletek bejáratánál, illetve utólagosan biztosította a terméket a külön bejelentkezett fogyasztók részére, mivel már hetekkel korábban rendelkezésre állt a cégnél az az információ, hogy a terméket nem fogják Magyarországra szállítani az akció idejére.
64. A becsalógató reklámmal kapcsolatban az eljáró versenytanács rámutat, hogy a gyakorlatában eddig is alkalmazta azt az elvet, hogy ilyen esetben nem csak a kifogásolt hirdetéssel érintett termék forgalmát érinti a kommunikáció. Erre példaként hivatkozik az eljáró versenytanács a Vj-136/2005 számú ügyre, amelyben kifejtette, hogy:
- A jogsértés már megvalósult a megtévesztésre alkalmas állítást tartalmazó reklám közzétételével. Az a körülmény, hogy a tényleges piaci hatást esetleg utóbb elhárítják, legfeljebb a bírság kiszabása során értékelhető. A reklámként vagy más módon megnyilvánuló tájékoztatással szemben követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó valós, pontos képet alkothasson a tájékoztatás tartalmáról, így a felkínált termékről, szolgáltatásról, az akció mibenlétéről, mely akciók alkalmasak a fogyasztókat a reklámkiadványokban megjelölt üzletekbe „becsábítani”. Az üzletbe becsábított fogyasztók vásárlásai nem feltétlenül szorítkoznak az akcióban résztvevő termékekre, vagyis nem csak az adott akciós áru iránti keresletet növelik, hanem kedvezően hatnak az adott üzletben forgalmazott többi áru értékesítésére is. A kialakult vásárlói szokások alapján a fogyasztót nagyban befolyásolja az egy-egy üzletlánc akcióiról kapott tájékoztatás, mivel sok esetben ennek alapján dönti el, hogy a – fogyasztók megszerzéséért versenyző – üzletek közül melyiket választja.

Ezen túlmenően utal az eljáró versenytanács arra is, hogy egy reklám hatása nem szűkíthető le arra, hogy a reklám hatására hányan érdeklődtek az áru iránt, vagy hányan vásárolták meg az adott árut. Az adott termék iránti kereslet befolyásolásán túlmenően (pl. egyfajta „becsalógatással”) hatást gyakorolhat a vállalkozás más termékeinek forgalmára, illetve – a vállalkozás nem rövid távú piaci helyzetére is kihatva – a vállalkozás általános közmegítélésére is. (lásd: Vj-6/2004)

A reklámozott készüléket ténylegesen megvásárolni szándékozó személyeknél jóval több közvetetten érintett potenciális vásárlót befolyásol a vizsgált reklám. Ennél is átfogóbban: a fogyasztók széles körét erősítheti meg a valóságnak nem mindenben megfelelő reklám abban a meggyőződésében, hogy a reklámozó áruházláncban mindig van valamilyen nagyon kedvező akció, aminek „image-értéke van. Ebből a szempontból a kiadvány magas példányszámát az eljáró versenytanács a bírság növelése irányába ható körülményként értékelte, különös tekintettel arra, hogy a „becsalógató hatás” jelentős számú fogyasztó esetében érvényesült.

65. Az eljáró versenytanács enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy
- az eljárás alá vont intézkedett a fogyasztók utólagos, helyszíni tájékoztatása érdekében,
 - a későbbi akció kapcsán a fogyasztóknak lehetőségük volt helyettesítő termékhez jutni,
66. Az eljáró versenytanács a reklámköltség kapcsán a figyelembe vette, hogy az érintett kereskedelmi kommunikációk nemcsak a jogsértő tájékoztatást tartalmazták. Az így kalkulálható arányosított összeget azonban az eljáró versenytanács nem találta alkalmasnak kellő mértékű elrettentő erő kifejtésére, ezért ennek megemeléséről döntött. Megjegyzi ugyanakkor, hogy a rendelkező részben meghatározott bírság összege messze elmaradt a törvényben meghatározott maximális értéktől.

VII. Egyéb kérdések

67. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő.
68. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-ának (2) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig az eljáró versenytanács nem foganatosíthatja.
69. A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő: - az eljárás alá vont neve, - a versenyfelügyeleti eljárás száma, - a befizetés jogcíme (bírság).
70. 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.
71. 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.
72. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását. Az eljáró versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a Tpv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a Gazdasági Versenyhivatal 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.
73. Az eljárást befejező döntést a Tpv. 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 hiánypótlásra, illetve a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló

felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő, valamint a hatásköri egyeztetés ideje az ügyintézési határidőbe nem számít be. Mindezekre tekintettel az ügyintézési határidő 2014. szeptember 25-én telik le.

74. 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.
75. 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.
76. A Versenytanács a jelen ügyben az Fttv. 10-11. §-ai alapján megállapította a GVH hatáskörének fennállását. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat
- jelentős számú üzletet érintve,
 - a fogyasztók széles körét elérő kommunikációs eszközök révén.
77. A GVH illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul.
78. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2014. szeptember 25.

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
versenytanács tag

dr. Berki Ádám s.k.
előadó versenytanács tag

Dr. Bara Zoltán s.k.
versenytanács tag