



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

A GVH a fogyasztók megtévesztéséért 100 millió Ft bírsággal sújtotta a Tesco-t

- for a short summary in English see below -

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a 2006. július 6-án megtartott tárgyalásán hozott határozatában megállapította, hogy a Tesco-Global Áruházak Zrt. a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított azzal, hogy egyes akciós reklámkiadványaiban több termékére vonatkozóan nem a valóságnak megfelelő adatokat közölt. A GVH a Tesco-ra kiszabott 100 millió Ft versenyfelügyeleti bírság számításánál súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy a vállalkozással szemben ez immár a kilencedik marasztaló határozat.

Jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgya a Tesco által milliós példányszámú akciós reklámkiadványaiban közzétett, egyes általa forgalmazott termékekre vonatkozó tájékoztatás volt.

A versenytörvény fogyasztók megtévesztésének tilalmára vonatkozó rendelkezéseinek célja a fogyasztók döntési szabadságának az áruk, illetve szolgáltatások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. Ezek a szabályok a gazdasági versenyt oly módon óvják, hogy nem engedik tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztókra, versenytársakra, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásnak a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.

A nyereség és vagyonszerzés céljából gazdasági tevékenységet folytató vállalkozásokkal szemben általános versenyjogi követelményként fogalmazódik meg, hogy a magáról vagy termékeinek lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló, tájékoztatása igaz és pontos legyen. A valamely vállalkozás által tartott akció, illetve a vállalkozás által forgalmazott termékekről tájékoztatást adó reklámújságok esetében ez oly követelmény formájában jelentkezik, hogy a fogyasztó pontos képet alkothasson az akció mibenlétéről, az akcióban való részvétel esetleges feltételeiről, az akcióban résztvevő termékekről vagy az újságban egyébként reklámozott termékekről.

A GVH döntésében megállapította, hogy a Tesco

1. a „Fuji FinePix” digitális fényképezőgéppel kapcsolatban a 2005. július 27-től augusztus 9-ig érvényes reklámújságban azt közölte, hogy a termék megvásárlása esetén a fogyasztók ajándékba kapnak egy 16 MB xD kártyát, illetőleg azt az ígéretet tette, hogy a termék megvásárlásával „több mint 35%-os megtakarítás érhető el”, holott ezek az állítások nem voltak a valóságnak megfelelőek;
2. a „Cindarella-kastély” elnevezésű termék esetében a 2005. november 23-tól december 24-ig érvényes reklámújság nem a ténylegesen megvásárolható termék

képét tartalmazta, hanem egy olyan termékét, amely a forgalmazott termékénél kedvezőbb tulajdonságokkal bírt;

3. a 2005. november 30-tól december 24-ig érvényes reklámújságban („Műszaki katalógusban”) meghirdetett „Bosch HSF44K32NO” gáztűzhely a közzétett tájékoztatással ellentétben az akció első napjaiban nem volt a fogyasztók számára elérhető a Tesco valamennyi áruházában.
4. a 2005. december 14-től 24-ig érvényes reklámújságban meghirdetett „Sony S60” digitális fényképezőgép a közzétett tájékoztatással ellentétben az akció első napjaiban nem volt a fogyasztók számára elérhető a Tesco valamennyi áruházában.

A GVH a Tesco-ra kiszabott **100 millió Ft versenyfelügyeleti bírság számításánál** súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy a vállalkozással szemben ez immár a kilencedik marasztaló határozat.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: Vj-22/2006.

Summary in English

Decision of the Competition Council of the Hungarian Competition Authority (Gazdasági Versenyhivatal - GVH) Vj-22/2006: Tesco

The Competition Council of the Hungarian Competition Authority (Gazdasági Versenyhivatal – GVH) established in its decision, issued on 6 July 2006, that Tesco infringed the provisions on the prohibition of unfair manipulation of consumer choice of the Hungarian Competition Act.

In the competition supervision proceeding the Competition Council of the GVH concluded that Tesco’s advertisement brochures, published in a large quantity, contained false information about its products, thereby misleading consumers.

The Competition Council of the GVH imposed a fine of HUF 100 million (approx. EUR 351.000) on Tesco for its unlawful behaviour. At the level of fine it was taken into account that this is the ninth decision in which the GVH established Tesco’s illegal behaviour.

Budapest, 2006. július 6.

Gazdasági Versenyhivatal
Főtitkárság Kommunikációs Csoport

További információ:

Baráth Erika
Gazdasági Versenyhivatal
cím: 1054 Budapest, V. ker. Alkotmány u.5.
levél: 1245 Budapest, 5. Pf. 1036
tel: (+36-1) 472-8985
email: Barath.Erika@gvh.hu
<http://www.gvh.hu>