

Ügyszám: **Vj-65/2008.**

A Gazdasági Versenyhivatal a **JYSK Kereskedelmi Kft.** eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

v é g z é s t.

A Gazdasági Versenyhivatal az eljárást megszünteti.

E végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsához címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni. A jogorvoslati kérelem előterjesztésének e végzés foganatosítására halasztó hatálya nincs.

I n d o k o l á s

I.

A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a JYSK Kereskedelmi Kft. ellen 2008. május 9-én versenyfelügyeleti eljárást indított annak kivizsgálására, hogy az eljárás alá vont ügyfél megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetét a 2008. január 24. és 30. között érvényes reklámújságjában szereplő tájékoztatásokkal.

A GVH ugyanis a versenyfelügyeleti eljárás indítását megelőzően azt észlelte, hogy a Lupo cipőtartó kisbútor az akció időtartama alatt nem volt megvásárolható az eljárás alá vont számos áruházában.

A versenyfelügyeleti eljárás kiterjedt az eljárás alá vont 2008. január 24. és 30. között tartó akciója során kiadott kampányújságban szereplő valamennyi termékkel kapcsolatos teljes akció tartási gyakorlatára, az összes áruházára vonatkozóan.

A közérdek védelme indokolta a versenyfelügyeleti eljárás megindítását, mert az eljárás alá vont reklámújsága - annak magas megjelenési példányszáma¹ miatt - a potenciális fogyasztók széles köréhez eljuthatott.

¹ 951.535 példány került postaládákba országszerte.

II.

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

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

Ugyanezen szakasz (2) bekezdésének értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tényt vagy valós tényt megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árjelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; elhallgatják azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli; az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, a fogyasztó döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak; különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

A Tpvt. 9. §-a alapján a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

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

III.

A JYSK Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: JYSK) – marketing tevékenységét is meghatározó és szervező – alapítója, illetve egyedüli tagja a dán székhelyű JYSK Holding A/S. A JYSK Csoportnak jelenleg több mint 32 országban működik áruháza.

Az eljárás alá vont alapító okirata szerinti főtevékenysége bútor-, illetve háztartási cikk kiskereskedelem. Kommunikációs eszközei (honlap, akciós katalógusok) alapján az alábbi termékköröket kínálja áruházaiban:

- matracok,
- párnák, paplanok, ágyneműhuzatok,
- hálószoba-, konyha-, nappali bútorok,
- kisbútorok, polcok,
- lakástextiliák,
- háztartási eszközök, kiegészítők, dísz tárgyak.

Tevékenységi köre, illetve termékskálája alapján tehát az eljárás alá vontnak versenytársai lehetnek a bútor- és háztartási cikk szakáruházak (IKEA, KIKÁ, Retz Bútorház, RS Bútorház, Sconto) mellett a hiper- és szupermarketek (TESCO, CORA, Auchan, Interspar), a kisebb termékskálát kínáló kereskedelmi láncok (Lidl, Aldi, Penny), az egyéb, pl. barkács- vagy építőipari szakáruházak (OBI, Praktiker, Bricostore, Baumax, Bauhaus) vagy a kisebb, szűkebb termékskálát nyújtó (pl. matrac, lakástextília, konyhabútor, fürdőszoba bútor) szaküzletek, szalonok.

Az első JYSK áruház Magyarországon 2005-ben nyílt meg, jelenleg Budapesten és mind a 19 megyében összesen 35, a vizsgált akciós időszakban pedig 32 JYSK áruház² működött.

Az áruházak elhelyezkedésére jellemző, hogy hiper-, illetve szupermarketek, esetleg szakáruházak mellett, valamint bevásárló központokban, outlet centerekben találhatóak meg, a fent felsorolt versenytársakhoz képest alacsonyabb alapterületen.

A JYSK áruházak – számos bútorkereskedelmi piaci szereplőhöz hasonló módon, a beszállítói rendszer működése miatt – folyamatosan azonos árukészlettel rendelkeznek. Ez a körülmény meghatározza az eljárás alá vont marketing tevékenységét, akció-tartási gyakorlatát is: honlapján és az áruházakban is elérhető éves katalógusában³ az általa kínált összes termék részletesebb bemutatása mellett kvázi listaárak szerepelnek, míg a heti-kétheti rendszerességgel kiadott, nagy példányszámban országosan, postaládákba terjesztett 8-16 oldalas akciós- vagy kampányújságjában⁴ az aktuálisan kedvezményes áron kínált termékek és azok akciós árai – jellemzően az éves katalógus áraihoz viszonyított kedvezmény mértékének vagy összegének feltüntetésével – jelennek meg.

Az akciós reklámújságokban a kedvezmények időtartama mellett szerepel, hogy azok a készlet erejéig érvényesek, valamint számos, nagyobb méretű termék képi megjelenítése mellett csillaggal jelzetten olvasható lábjegyzetben, hogy „megrendelendő áru – a szállításra esetenként várni kell”.

Az eljárás alá vont beszerzési rendszerének jellemzője, hogy azt – hasonlóan az akciók megszervezéséhez és a reklámanyagok kivitelezéséhez – a vállalkozást alapító dán székhelyű társaság irányítja az eljárás alá vont országos, illetve az egyes áruházak egyedi forgalmának, értékesítési adatainak megfelelően, azokhoz igazodva, de a JYSK Csoport áruházainak eredményeit is figyelembe véve.

A különböző termékek megrendelése és szállítása ugyan folyamatos, de a darabszámok és az időpontok az egyes akcióktól függően változnak. Egy-egy kampányban értékesítésre kerülő termékeket kb. 2-2,5 hónappal az akciós időszak előtt rendeli meg a JYSK Csoport központja, az akciós reklámújság véglegesítésére és nyomdába adására kb. egy hónappal, postaládákba történő kiszórására pedig kb. 1-2 nappal az akció kezdete előtt kerül sor.

Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a jelen eljárásban érintett, ún. Wintersale kampányban a gyártó és a disztribútor is megfelelő időben és mennyiségben

² <http://www.jysk.hu/butikker>

³ <http://minreklame.ipapercms.dk/JYSK/HU/HUAARS07lsiosajnc/> és a Vj-65/2008/010. számú irat melléklete

⁴ <http://minreklame.ipapercms.dk/JYSK/HU/2008HUJUL3dergf/> és a Vj-65/2008/010. számú irat melléklete

szállított, a készlethiány egyértelmű oka a 2008. január eleji, a tervezettnél kb. kétszeresére nőtt kereslet volt.

Az eljárás alá vont JYSK azt a gyakorlatot⁵ követi esetleges készlethiány esetén, hogy a központi iroda az áruházakból érkező megrendelési- és készletadatokat összesítését követően tájékoztatja az áruházakat egy belső hírlevél útján a készlethiányról. Ezt követően az áruházak a kasszáknál elhelyezett A4-es méretű papíron tájékoztatják a vásárlókat a készlethiányról és az előjegyzés lehetőségéről. (Előjegyzési rendszerben működik a nagyobb számú vagy nagyobb méretű, a katalógusokban és akciós reklámújságokban csillaggal jelzett termékek értékesítése is.) Az előjegyzés során a vásárlók – előleg, illetve foglaló nélkül – a telefonszámuk megadásával olyan, kvázi megrendelést igazoló iratot kapnak, amellyel jogosultak lesznek az utánrendelt cikkeket az akciós áron megvásárolni. A vásárlókat az egyes áruházak munkatársai értesítik az áruk megérkezéséről.

Az eljárás alá vont észlelése szerint három termék (Lupo cipőtartó, Gold S5 rugós matrac, Gold F20 habszivacs matrac) esetében volt jelentősebb készlet-probléma a vizsgált akciós időszakban.

Az eljárás alá vont előadta, hogy 2008. év januárjában tartott, ún. Wintersale kampánya két akciós hétből állt: a jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett időszakon kívül a 2008. január 3. és 9. közötti hétből, amikor is azonos termékeket akciózott a JYSK. Az akciós termékek ártörténeti táblázatából⁶ látható, hogy mikor volt a Wintersale kampányt megelőzően hasonlóan kedvező árú egy-egy termék.

Adott esetben⁷ a Lupo cipőtartóból 2007 októberi akciós héten 541 db került értékesítésre 2.000 Ft-os áron, így a vizsgált kampányhoz, annak egyes heteihez rendelt mennyiséget is ehhez igazította az eljárás alá vont. Azonban az eljárás alá vont várakozásait és terveit felülmúlva, már a Wintersale kampány első hetében 987 db cipőtartó került értékesítésre, így az utánrendeléshez, illetve utángyártáshoz szükséges idő miatt a kampány második, jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált hetében csak minimális, országosan 49 db-os, áruházanként pedig 0-1-2 db-os készlet állt a fogyasztók rendelkezésére. A kampány időszak második hetében is jelentősen meghaladta a várakozásokat a – regionálisan eltérő⁸ – kereslet: az előjegyzések száma meghaladta a 800-at.

A vásárlókat, tekintettel arra a körülményre, hogy a kampány egésze alatt tapasztalt megnövekedett kereslet miatt – a JYSK csoport központi raktárának értesítése szerint – az utángyártás is több időt vesz igénybe, az áruházakban tájékoztatták, hogy feltehetően a szokásos 1-2 hétnél többet, kb. május közepéig kell várni az utánszállításra⁹. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint ennek ellenére az érdeklődő vásárlók szinte kivétel nélkül éltek a lehetőséggel, az eljárás alá vont több mint 800 előjegyzést rögzített és áruházanként május-június hónapokban teljesített.

A Gold S5 rugós matracból, illetve a Gold F20 habszivacs matracból az eljárás alá vont egy-egy akciós időszakban átlagosan 50-50 db-ot értékesített, azonban a Wintersale akció első hetében ezen termékek kereslete (97, illetve 105 db) is

⁵ Vj-65/2008/006. számú irat alapján

⁶ Vj-65/2008/006. számú irat 4. számú melléklete

⁷ Vj-65/2008/006. számú irat 1. számú melléklete

⁸ 15 olyan áruház is volt, ahol a meglévő 1-2 darabos készlet ellenére sem volt értékesítés.

⁹ Ezt az információ nyújtást megerősíti a jelen versenyfelügyeleti eljárást megalapozó fogyasztói jelzés is.

jelentősen megnőtt, szintén kb. duplájára. Ezen két termékből azonban a készletmozgások (korábbi, nem akciós időszakban felhalmozódott készletek, eleve nagyobb megrendelési számok) úgy alakultak, hogy a Lupo cipőtartónál nagyobb arányban sikerült a vásárlói igényeket kielégíteni, így csupán 12, illetve 22 db előjegyzést regisztrált az eljárás alá vont, amelyek teljesítése 2 héten belül meg is történt a dokumentáció szerint.

IV.

A vizsgált akciós időszakban a jelen végzés mellékletében bemutatott készletmozgás volt tapasztalható az országos összesítés alapján a vizsgálatban kiválasztott 24 db, tehát a teljes akciós kínálat kb. negyedét kitevő cikk esetében.

A táblázatból megállapítható, hogy országosan az alábbi termékekből volt

- a nyitókészlet alacsonyabb, mint a viszonyítási időszakban eladott mennyiség:
 - o Pia komód (231 db, 739 db)
 - o Lupo cipőtartó (49 db, 987 db)
 - o Gold S5 rugós matrac (83 db, 95 db)
- az eladott mennyiség megközelítette, illetve az akció alatti utánrendelések révén meghaladta a nyitókészletet:
 - o Pia komód (506 db, 231 db)
 - o Gold S5 rugós matrac (60 db, 83 db,)

Az összesített országos készlet- és értékesítési adatokból levont relatív és időszakos készlethiányon túl azonban az egyes áruházakban, az eltérő készletek és értékesítési, keresleti számok miatt, a fenti termékek mellett más cikkekből is volt hiány.

Az egyes áruházakban¹⁰ tehát az alábbi módon állt fenn bizonyos termékekből készlethiány¹¹ az akciós időszakban:

Készlethiány az akció időtartama alatt	Lupo cipőtartó	Pia komód	Celia pléd	Gold S5 rugós matrac	Gumis jersey lepedő vegyes színekben	Gold F20 habszivacs matrac	Madrid hintaszék	Nevada szőnyeg (70*140, 80*240, 140*200 cm)
--	----------------	-----------	------------	----------------------	--------------------------------------	----------------------------	------------------	---

¹⁰ A táblázatba csupán azok az áruházak kerültek be, ahol kifejezetten, tehát 0 db-os nyitókészlettel volt hiány.

¹¹ Nem bizonyítható, csak valószínűsíthető, hogy gyakorlatilag készlethiánynak tekinthető az a helyzet, amikor ugyan értékesítés sem történik, de a készlet egy darab termékből áll, ami akár bemutatótermék is lehet. Ez a helyzet azonban az egyes áruházakban nyomonkövethetetlen, bizonyíthatatlan.

Dunaújváros		Nyitó-készlet nem volt az első napon, de másnap történt beszállítás (52 db értékesítés)	6-7. napon nem volt készlet (24 db értékesítés)					
Récsei Bevásárlóközpont	Egyáltalán nem volt készlet		4-7. napon nem volt készlet (27 db értékesítés)	4-7. napon nem volt készlet (2 db értékesítés)				
Újpest				Nyitó-készlet nem volt az első napon, de másnap történt (2 db-os) beszállítás (1 db értékesítés)				
Soroksár	Egyáltalán nem volt készlet							
Székesfe		Nyitó-készlet			4-6. napon			

hérvár		nem volt, a 6. napon történt (13 db-os) beszállítás (9 db értékesítés)			nem volt készlet			
Sopron	Egyáltalán nem volt készlet	3-7. napon nem volt készlet (15 db értékesítés)		7. napon nem volt készlet (5 db értékesítés)				
Mohács				4-7. napon nem volt készlet (6 db értékesítés)				
Miskolc	Egyáltalán nem volt készlet			Egyáltalán nem volt készlet		Egyáltalán nem volt készlet	7. napon nem volt készlet (5 db értékesítés)	
Miskolc-Tapolca	Egyáltalán nem volt készlet							
Keszthely				Egyáltalán nem volt		3-7. napon nem volt		

				készlet		készlet (4 db értéke sítés)		
Hódmez ővásárhe ly			2-7. napon nem volt készlet (8 db értéke sítés)	5-7. napon nem volt készlet (6 db értéke sítés)				
Törökbáli nt				Egyált alán nem volt készlet			4-7. napon nem volt készlet (2 db értéke sítés)	
Csepel	Egyált alán nem volt készlet							4-7. napon nem volt készlet a 70*140 cm és 80*240 cm szőnye gből (9 db értéke sítés)
Paks			7. napon nem volt készlet (9 db értéke sítés)					
Miskolc, Szentpét						Nyitó- készlet		

eri kapu						nem volt, a 2. napon történt (2 db-os) beszállítás (nem történt értékesítés)		
Szekszárd								5-7. napon nem volt készlet a 140*200 cm szőnyegből (5 db értékesítés)
Kiskunfélegyháza								3-7. napon nem volt készlet a 70*140 cm szőnyegből (9 db értékesítés)
Budapest, Kerepesi út				Egyáltalán nem volt készlet				3-7. napon nem volt készlet a 70*140 cm szőnyeg

								gből (9 db értékesítés)
Szombat hely				4-7. napon nem volt készlet (2 db értékesítés)				
Ajka	5-7. napon nem volt készlet (1 db értékesítés)							
Gyöngyös	3-7. napon nem volt készlet (1 db értékesítés)	2-6. napon nem volt készlet (7 db értékesítés)						7. napon nem volt készlet a 80*240 cm szőnyegből (8 db értékesítés)

A fenti táblázatból is megállapítható, hogy az akciós időszakban működő 32 JYSK áruházból:

- Lupo cipőtartóból 6 áruházban nem volt egyáltalán készlet, 2 áruházban pedig az akciós hét második felében fogyott el a nyitókészlet,
- Pia komódból 2 áruházban egyáltalán nem volt készlet, azonban az akciós hét ideje alatt történt utánszállítás, 2 áruházban pedig az akciós héten elfogyott ugyan a nyitókészlet, de azt megelőzően nagyobb számú értékesítés történt,
- Celia plédből 3 áruházban az akciós hét második felében fogyott el a nyitókészlet, 1 áruházban pedig a második akciós napon, nagyobb értékesítést követően,

- Gold S5 rugós matracból 4 áruházban egyáltalán nem volt készlet, 1 áruházban ugyan nem volt nyitókészlet, de másnap történt beszállítás, 5 áruházban pedig az akciós hét második felében fogyott el a nyitókészlet,
- Gumis jersey vegyes színes lepedőből 1 áruházban az akciós hét második felében fogyott el a készlet,
- Gold F20 habszivacs matracból 1 áruházban nem volt egyáltalán készlet, 1 áruházban ugyan nem volt nyitókészlet, de másnap történt beszállítás, 1 áruházban pedig az akciós hét második felében fogyott el a nyitókészlet,
- Madrid hintaszék 2 áruházban az akciós hét második felében fogyott el,
- Nevada szőnyegek 5 áruházban az akciós hét második felében elfogyott a készlet, de azt megelőzően nagyobb számú értékesítés történt.

V.

A Versenytanács számos döntésében megfogalmazott gyakorlata szerint a termék rendelkezésre állása a termék lényeges tulajdonsága, és ha a termék a tájékoztatásban ígérettel ellentétben nem vásárolható meg, akkor a tájékoztatás megtévesztésre alkalmas lehet.

A GVH Versenytanácsának gyakorlata értelmében tehát jogsértő az egyes kereskedelmi vállalkozások azon – becsalogató hatású – magatartása, mely szerint a reklámújságokban hirdetett egyes termékek a tájékoztatással ellentétben egyes áruházakban nem vásárolhatók meg a reklámozási időszakban, vagy a reklámozási időszak egy kiemelten fontos szakaszában. Ha a reklámozott termék egyáltalán nem, vagy aránytalanul kis mennyiségben áll a reklámozási időszakban (főleg annak elején) a fogyasztók rendelkezésére, akkor a reklámozási gyakorlat – piactorzító következményei révén – jogsértő, ugyanis becsalogató hatása révén a fogyasztó az eredetileg vásárolni szándékozott termék helyett más árut vehet.

A magyarországi vásárlói szokások szerint a reklámozott termékek forgalma a reklámidőszak alatt az időszak első három napjára koncentrálódik, amin belül is a legelső nap kiemelkedő súllyal bír.

A JYSK áruházakban fenti, akciósként hirdetett termékek vonatkozásában fennálló készlethiány versenyjogi súlyának megítélése kapcsán meghatározó jelentősége lehet annak, hogy egy-egy bútor vagy egyéb olyan, hosszabb távú használatot szolgáló, és a mindennapi fogyasztási cikkeknel magasabb árfekvésű termék, mint pl. egy matrac vásárlása esetén a fogyasztói döntési folyamat hogyan alakul.

Ugyanis amíg a napi/heti/havi fogyasztási cikkek esetében életszerű, hogy a fogyasztók megnézik az akciós- vagy reklámújságokat, szórólapokat, addig a vizsgálatban érintett termékkörök döntő többségében ezen kommunikációs eszközök nyomon követése vagy – kevésbé aktív vásárlói tevékenységet feltételező – átlapozgatása esetén valószínűsíthetően valamiféle keresési tevékenység, illetve az azt motiváló vásárlói igény, elképzelés már létrejött a fogyasztóban, tehát a reklámozás már eleve egy szűkebb fogyasztói körre lehet hatással.

A GVH Versenytanácsa számos döntésében¹² kimondta, hogy a kiskereskedelmi egységekben forgalmazott áru vásárlására vonatkozó fogyasztói döntési folyamat tekintetében többféle mozzanat különíthető el:

- annak fogyasztó általi megválasztása, hogy vásárlásait milyen típusú üzletben kívánja lebonyolítani;
- annak eldöntése, hogy a kiválasztott üzlettípus kategórián belül konkrétan melyik üzletet keresi fel a vásárlás megvalósítása érdekében; továbbá
- annak elhatározása, hogy a fogyasztó a konkrét üzletben megvásárolja-e az adott terméket.

Jelen esetben azonban a vizsgáló álláspontja szerint egy további, nulladik mozzanatként szerepe van annak is, tekintettel arra, hogy magasabb árfekvésű és helyigényes használati cikkekről van szó, hogy a fogyasztó már döntött, hogy milyen termékre van szüksége.

Az eljárás alá vont által kínált termékkörök fent említett jellege, árfekvése, mérete miatt – ugyan számos, impulzív vagy éppen helyettesítő, de kevésbé kedvezményes termék is található az áruházakban – az akciók esetében, szemben a széles termékskálájú hiper- és szupermarketek akcióival, nem igazolható vagy valószínűsíthető annyira egyértelműen az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére gyakorolt kedvező, keresletnövelő hatás.

A Versenytanács szintén számos döntésében kimondta, hogy az a körülmény, hogy adott termék nem érhető el az akciós időszakban egy vállalkozás valamely áruházában, még nem feltétlenül minősül jogsértésnek, azonban meghatározott körülmények fennállása esetén az akciós időszakban az akció keretében meghirdetett áruból fennálló készlethiány jogsértő magatartásnak minősülhet:

- ha az adott termék az akció ideje alatt adott áruházban egyáltalán nem kapható;
- ha az adott akció kezdetén nem érhető el a termék adott áruházban, ugyanis a fogyasztók – éppen a „készlet erejéig érvényes” kitétel következtében – várhatóan az akciós időszak elejére időzítik vásárlásukat számítva arra, hogy későbbi időszakban esetlegesen már nem, vagy nem a meghirdetett áron vásárolhatják meg az akciós terméket,
- ha az adott áruház irreálisan alacsony induló készlettel készült fel az akcióra.

A fentiek alapján a jelen eljárásban vizsgált akció kapcsán megállapítható, hogy jogsértőnek tekintendők az alábbiak:

- 3 termék esetében (Lupo cipőtartó, Gold S5 rugós matrac, Gold F20 habszivacs matrac) 6, 4, illetve 1 áruházban egyáltalán nem volt készlet,
- 3 termék esetében (Pia komód, Gold S5 rugós matrac, Gold F20 habszivacs matrac) 2, illetve 1-1 további áruházban – a későbbi beszállítás mellett – nem volt nyitókészlet,
- Lupo cipőtartóból az induló készlet irreálisan alacsony volt és, tekintettel a beszállítói rendszerre, nem kerülhetett sor reális időn belüli utánszállításra.

¹² Pl. Vj-72/2007. számú versenyfelügyeleti eljárás

VI.

A Tpv. 71/A. §-a alapján a vizsgáló a hivatalból indított versenyfelügyeleti eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70. § (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

A vizsgálat eredményei alapján megállapítható, hogy a vizsgálat elrendelésére okot adó, a Tpv. 70. §-ának (1) bekezdésében megállapított körülmények a vizsgált magatartással összefüggésben nem állnak fenn az alábbiak alapján.

A vizsgálat során ugyan kiderült, hogy összesen 4 termék esetében, a Versenytanács joggyakorlata értelmében jogsértő módon készlethiány volt tapasztalható az eljárás alá vont néhány áruházában, azonban tekintettel arra, hogy

- a készlethiány oka 3 termék (Lupo cipőtartó, Gold S5 rugós matrac, Gold F20 habszivacs matrac) esetében az volt, hogy az eljárás alá vont várakozásait felülmúló mennyiséget értékesített 2008. január elején az ún. Wintersale kampány keretében, és a tervezettnél nagyobb készletfogyás nem volt korrigálható a beszállítói rendszer 2 hónapos megrendelési időszaka miatt,
- a 4 termék csekély súlyt és szűk termékkört képvisel a 24 ellenőrzött, illetve a heti akciós újságban található közel 100 termékhez, illetve összeállításhoz képest,
- a jogkövetkezmények nélküli előrendelés révén a fogyasztói sérelem orvosolható lehetett,
- a komód esetében a készlethiány az utánszállítások révén az akciós időszakon belül megoldódott,
- a viszonylagosan nagyobb értéket képviselő matracok esetében az előjegyzések száma csekély volt és két héten belül meg is történt az utánszállítás,
- a másik három, jogsértően készlethiányos termékhez képest alacsonyabb árszínvonalú és irreálisan alacsony induló készletű cipőtartó esetében a rendkívül magas előjegyzési szám alapján arra lehet következtetni, hogy a fogyasztóknak még a szokásosnál jóval hosszabb szállítási határidő ellenére is megérte a termék az akciós árat, hiszen az utánszállításig eltelt időszak alatt lett volna lehetősége a fogyasztóknak a Lupo cipőtartó helyett mást választani,
- az eljárás alá vont piaci részesedése az érintett termékek esetében feltehetően és igazolhatatlanul alacsony, tekintettel arra, hogy ezen termékek a kisebb-nagyobb bútor vagy egyéb szakáruházak mellett számos más üzletben, pl. hipermarketekben, barkács- és építőipari áruházakban is megvásárolhatók,
- a JYSK áruházak jellemzően bevásárló központokban, nagyobb áruházláncok mellett, azok vonzáskörzetében helyezkednek el, ahol tehát esetenként sok más vegyes- és szakkereskedelmi egység található, és ahol így a JYSK áruházak felkeresését követően nagyobb keresési költség nélkül megtalálható

lehet akár az eljárás alá vont üzletében készlethiányos termékek helyettesítője is,

a fentiekben leírt magatartás csekély piaci hatással bírhatott.

A fentiekre tekintettel – közérdek védelmének szükségessége hiányában – a GVH a rendelkező részben foglaltak szerint döntött.

A jogorvoslati jogosultság a Tpvt. 71/A. §-án alapul. A jogorvoslati kérelem előterjesztése illetékmentes.

A GVH hatáskörét a Tpvt. 45. §-a, illetékességét a Tpvt. 46. §-a szabályozza, mely rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, mely nem tartozik bíróság (Tpvt. 86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

Budapest, 2008. július 25.



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

FOGYASZTÓVÉDELMI IRODA

Melléklet – Készletmozgások a vizsgált akciós héten

Cikkszám	Termék megnevezés	Akciós ár (Forint)	Kassa bruttó ár (Forint)	2008.01.24		2008.01.25		2008.01.26		2008.01.27		2008.01.28		2008.01.29		2008.01.30		Összes eladott (db)	Összes eladott mennyiség előző év hasonló időszakában, korábbi kampányban (db)
				Nyitó készlet (db)	Napi eladott mennyiség(db)	Nyitó készlet (db)	Napi eladott mennyiség(db)	Nyitó készlet (db)	Napi eladott mennyiség(db)	Nyitó készlet (db)	Napi eladott mennyiség(db)	Nyitó készlet (db)	Napi eladott mennyiség(db)	Nyitó készlet (db)	Napi eladott mennyiség(db)	Nyitó készlet (db)	Napi eladott mennyiség(db)		
3630748	Romek számítógépasztal	14900	14900	266	28	245	11	234	17	217	14	203	9	196	15	181	13	107	95 (2007.02.08-14)
3630790	Romek felsőrész	5990	5990	256	28	233	13	220	18	202	14	188	9	185	15	170	13	110	94 (2007.02.08-14)
3629900	Direktor irodaszék	15000	15000	301	54	251	16	235	16	219	7	212	16	195	6	190	15	130	32 (2007.01.11-17)
3673507	Tifani garnitúra, kanapé + 2 fotel	75000	75000	163	16	152	5	147	5	138	3	135	5	128	8	121	5	47	37 (2007.02.18-24)
36695	Madrid hintaszék	10	10	111	20	95	7	88	5	83	1	82	4	78	3	80	5	45	22 (2007.02.18-

00		000	000																24)
36001 92	Pia komód 4 fiókos	5 500	5 500	231	154	292	105	187	68	119	22	97	42	144	67	225	48	506	739 (2008.01.03-09)
36096 47	Lupo cipőtartó	2 000	2 000	49	12	37	1	36		36	1	35		35	1	34		15	987 (2008.01.03-09)
33130 23	Gold S5 rugós matrac 80x200cm	22 500	22 500	83	18	108	11	97	20	77	5	72	5	67	1	68		60	95 (2008.01.03- 09)
33204 16	Gold F20 habszivacs matrac 70x200	13 500	13 500	135	4	154	8	146	6	140		140	2	138		138	4	24	105 (2008.01.03-09)
40129 50	Greenfirst Nature paplan 140x200cm	13 500	13 500	402	6	396	1	396	6	391	3	388	1	387		387	3	20	46 (2008.01.10- 16)
41125 50	Kronborg Dreamer paplan 135x200cm	20 000	20 000	448	6	448	2	445	10	435	7	428	3	425	6	419	2	36	32 (2007.01.11- 17)
58424 00	Nevada szőnyeg 60x90cm	500	500	937	126	883	102	781	70	711	53	658	54	652	50	626	37	492	220 (2007.02.08-14)
58425 00	Nevada szőnyeg 70x140cm	1 000	1 000	590	71	555	47	508	52	456	27	429	26	427	22	417	30	275	79 (2007.02.08- 14)
58426 00	Nevada szőnyeg 80x240cm	2 000	2 000	443	28	439	25	414	24	390	14	376	16	360	10	350	5	122	102 (2007.02.08-14)
58427 00	Nevada szőnyeg 140x200cm	2 500	2 500	430	21	419	18	401	21	380	18	362	16	356	9	347	8	111	152 (2007.11.02-07)
45191 00	Celia pléd	1 000	1 000	862	253	681	132	549	95	454	32	422	42	391	34	369	36	624	813 (2007.12.13-20)
16022 01	Gumis lepedő jersey 90x200cm fehér	599	599	1056	17	1059	23	1036	30	1006	15	991	15	980	34	973	17	151	525 (2008.01.03-09)

16022 90	Gumis lepedő jersey 90x200cm vegyes színek	599	599	981	51	1070	49	1021	59	962	36	926	35	881	39	881	30	299	646 (2008.01.03-09)
16003 01	Gumis lepedő frotír 90x200cm fehér	599	599	1107	19	1148	46	1102	51	1051	10	1041	18	1021	21	996	14	179	507 (2008.01.03-09)
16003 90	Gumis lepedő frotír 90x200cm vegyes színek	599	599	871	53	957	35	922	34	888	24	864	29	853	14	887	32	221	672 (2008.01.03-09)
11854 70	Kronborg Delia ágynemű-garnitúra 140x200cm	3 500	3 500	381	10	377	5	372	7	365	1	364	1	363	4	359		28	30 (2007.11.08- 14)
11849 70	Kronborg Vigdis ágynemű-garnitúra 140x200cm	3 500	3 500	379	14	365	4	361	11	350	1	349	4	346	3	343	3	40	34 (2007.11.08- 14)
36937 07	Nevada kanapéágy	30 000	30 000	163	16	166	12	154	15	139	4	136	7	129	7	122	13	74	84 (2007.10.04- 10)
36769 48	Nantes ruhásszekrény 3 ajtós, 3 fiókos	40 000	40 000	189	14	178	4	174	11	163	3	160	6	154	9	145	7	54	36 (2007.01.25- 31)