



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

✉ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

Vj-94/2004/31.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a Gazdasági Versenyhivatal által a **Zepter International Ungarn Kft.** eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárásban – tárgyaláson – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas tájékoztatást adott a 2003-as év végén a Blikk, a Vasárnapi Reggel és a Metro című újságokban megjelentetett reklámjaiban.

Ezt meghaladóan az eljárást megszünteti.

A bírság kiszabását mellőzi.

A határozat ellen, annak kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, de a Fővárosi Bírósághoz címzett keresettel élhet az eljárás alá vont vállalkozás.

I n d o k o l á s

I.

A Gazdasági Versenyhivatal a 1996. évi LVII. törvény (Tpvt.) 70. § (1) bekezdése alapján hivatalból indított vizsgálatot annak megállapítására, hogy az eljárás alá vont vállalkozás, a Tpvt. 8. § (2) bekezdés c) pontjába ütköző magatartást tanúsított-e azáltal, hogy

- a törzsvásárlóinak küldött levelében azt a tájékoztatást adta, miszerint nagy értékű vásárlási utalványt kapnak az adott szállodában megrendezett árubemutatón résztvevő fogyasztók, akik csak a helyszínen értesülhettek arról, hogy vásárlási utalvány helyett csupán vásárlási kedvezményben részesülhetnek az esetben, ha vásárolnak az eljárás alá vont vállalkozás által kínált áruválasztékból,
- a lakásokon tartott árubemutató szervezéséért kapott 100 Euró értékű kupon csak a vásárlás értékének egy adott százalékában volt felhasználható,
- az árubemutató után az eljárás alá vont vállalkozás megbízottja felajánlotta, hogy a leendő vásárlás értékét két számlára bontja, miáltal 200 euró értékű kupont biztosított a bemutató színhelyét biztosító fogyasztónak.

II.

1) Az eljárás alá vont vállalkozás 1991. májusától folytat Magyarországon piaci tevékenységet.

A folyamatosan bővült áru kínálatot az egészséges életmódhoz, illetve a szépséghez, és környezetkímélő életvitelhez kapcsolódó áruk jellemzik.

2004. elején az eljárás alá vont vállalkozás új szervezeti felépítésre tért át, amikor is a korábbi programokat az un. Márka Divíziók váltották fel.

A megalakult Home Art divízió keretén belül nemes acélból készült konyhai edények, kiegészítők, valamint vákuumos tárolóedények kerülnek értékesítésre, míg a Home Care divízió keretén belül az eljárás alá vont vállalkozás házi takarítógépeket forgalmaz.

A Medical Márka Divízió a Biopton lámpa és az egészségmegőrzésére irányuló egyéb készülékek forgalmazására, míg a Beauty Divízió különböző kozmetikumok forgalmazására irányul.

A termékeit a megfelelő hatósági engedélyek birtokában forgalombahozó eljárás alá vont vállalkozás kizárólag a magyar piacon értékesít.

A szabadalom alapján gyártott Biopton lámpák kivételével a magyar piacon jelentős számú versenytárs forgalmazza az eljárás alá vont vállalkozás által kínált árukat.

2) Az eljárás alá vont vállalkozás különböző formában - így az internetes honlapján túl, a nyomtatott sajtóban, a fogyasztók részére megküldött reklámlevelekben, ingyenes katalógusokban, információs füzetekben és könyvekben - népszerűsíti áruit. Termékei megismerhetők a Budapesten fenntartott bemutatóteremben, továbbá áruismertető kérhető a fogyasztók részére napi 24 órában rendelkezésre álló Call Center révén.

A fogyasztók informálásának legfontosabb eszköze az eljárás alá vont vállalkozás értékesítési módszeréből adódik.

Az eljárás alá vont vállalkozás un. közvetlen értékesítést folytat, melynek érdekében ügynöki hálózatot tart fenn. Ügynökei – kik a vele kötött megbízási szerződés alapján forgalmaznak az ország adott régióin belül - menedzserek irányítása mellett végzik értékesítő tevékenységüket.

A harmincegy régióban értékesítő ügynökökkel kötött szerződés értelmében az ügynökök előzetesen, írásban, kötelesek bejelentetni és engedélyeztetni minden olyan hirdetést, reklámot, vagy értékesítési elképzelést, mely az eljárás alá vont vállalkozás által forgalmazott termékeket, vagy azok gyártóit érinti.

Az eljárás alá vont vállalkozás által szervezett képzésben résztvevő ügynökök – kiknek jelenlegi száma 2230 - a fogyasztókkal kialakított kapcsolatukban, illetve azok tájékoztatásakor az eljárás alá vont vállalkozás által meghatározott feltételek szerint, illetve az általuk átvett írásbeli tájékoztató anyag és szóbeli tájékoztatás szerint kötelesek eljárni.

Az értékesítés a különböző helyszíneken szervezett árubemutatókon un. házigazda bemutató rendszerben történik.

Az árubemutatókat részben nyilvános helyeken, pl. szállodákban, vendéglátóhelyeken, másrészt a különböző, ezt vállaló fogyasztók lakásán szervezik.

3) Sajtóban megjelent hirdetések.

3.1. Az eljárás alá vont vállalkozás 2003. karácsonya előtt „legyen házigazdánk, készüljünk együtt az ünnepekre” felhívással tett közzé hirdetéseket a nyomtatott sajtóban (Blikk, Vasárnapi Reggel, Metro).

A reklámok közölték, hogy minden bemutató szervezéséért 100 Euró értékű kupont kap az azt vállaló fogyasztó, mely kuponokat Zepter termékek kedvezményes vásárlására használhat fel.

A kuponon került részletezésre a kedvezmény mibenléte, mely szerint a 100 Euró értékű kedvezmény az esetben volt igénybevehető, amennyiben a „házigazda” legalább 200 Euró értékben vásárolt az eljárás alá vont vállalkozás termékéből.

Ezen érték alatt a kupon a 100 Eurohoz képest 50 %-os kedvezményre jogosított fel.

3.2. 2004-ben az eljárás alá vont vállalkozás hasonló szövegezésű hirdetéseket jelentetett meg a Nők Lapjában, az Otthon, a Story, a színes RTV, a Népszabadság, a Blikk, a színes Mai Lap, a Metro valamint az Átrium című újságokban.

A lapokban közölt információkból azonban kiderült, hogy a kuponok csak a vételár 20 %-ig jogosítanak árkedvezményre.

3.3. A vizsgálat által beszerzett, nagy számú fogyasztói vélemény az eljárás alá vont vállalkozás tájékoztatási tevékenységét, a kuponok felhasználási lehetőségét, és általában az értékesítési módszert megfelelőnek találta, illetve elégedettségének adott hangot az árubemutató megrendezésével kapcsolatban kapott ügynöki többletinformációkra nézve is.

4) Árubemutató.

4.1. Az eljárás alá vont vállalkozás zalaegerszegi menagementje 2004. február 20-ra meghívót küldött ki a fogyasztóknak, mely a keszthelyi Liget Plaza emeletén lévő Atlantisz Étterembe szólt.

A meghívó szerint az eljárás alá vont vállalkozás nagy értékű vásárlási utalvány ajándékozását helyezte kilátásba az eddigi megrendelések alapján, amelyek felhasználását a megjelent törzsvásárlókra bízta azzal, hogy a toplistán lévő termékek közül van lehetőségük választásra.

A fogyasztók a helyszínen tudták meg, hogy nem vásárlási utalványt kapnak, hanem vásárlási kedvezményben lehet részük az esetben, ha a termékbemutatón bemutatott termékek valamelyikét megvásárolják.

4.2. A vizsgálatban beszerzett, az értékesítésben dolgozó menedzserek nyilatkozatából megállapíthatóan, a menedzserek az eljárás alá vont vállalkozás tudtával megszervezett különböző rendezvényeken a meghívottak vacsorát, alkalmilag ajándékot kapnak, vagy tombolajátékon vesznek részt. Olyan gyakorlatról nem számoltak be, miszerint ajándékutalványt adnának a vásárlóknak.

III.

5. Az eljárás alá vont vállalkozás jogsértés hiányában kérte az eljárás megszüntetését.

5.1. Előadta, hogy az esetben, ha a kedvezményezett fogyasztó otthonában rendeznek árubemutatót, a „házigazda” fogyasztó valójában a szolgáltatásáért, vagyis a helyszíni biztosításáért járó követelését számíthatja be az eladó vételár-követelésébe.

Fentiek folytán vitatható, hogy a Tpvt. hatálya kiterjed a jogviszonyra.

A sérelmezett hirdetés bemutató szervezésére irányuló megbízási ajánlatot tartalmaz.

5.2. Felhívta a figyelmet arra, hogy kizárólag a fogyasztói döntést befolyásoló megtévesztésre alkalmas magatartás jogellenes.

Jelen esetben a vevők akkor válnak fogyasztókká, amikor döntésük aktualizálódik a vonatkozásban, hogy elfogadják-e az eladó-megbízó ajánlatát, amiben nem az esetleges kedvezmény mértéke az egyedüli motiváció, hanem a termékről szerzett közvetlen benyomás.

5.3. Előadta, hogy a 2003. év végén megjelent eljárás alá vonti hirdetések jogszerűen tájékoztatták a fogyasztókat azáltal, hogy a Zepter-termékek kedvezményes vásárlására való felhasználást ígérték.

A reklám tájékoztatót arról is, hogy a kedvezményes vásárlás részleteit az érdeklődők a hirdetésben megadott telefonszámon ismerhetik meg.

Utalt arra is, hogy a 2003. év végén megjelent reklámokban használt hirdetési formát 2004-ben korrigálták.

5.4. Kérte figyelembe venni, hogy a zalaegerszegi termékbemutatón sérelmezett meghívót nem szerződésszerűen, és nem az eljárás alá vont vállalkozással szerződéses viszonyban álló ügynök küldte ki, illetve írta alá, így a magatartás nem alapozza meg az eljárás alá vont vállalkozás felelősségét.

Álláspontja szerint még az esetben sem állna fenn a versenyjogi felelősség, ha vele szerződéses viszonyban álló ügynök járt volna el az eljárás alá vont vállalkozás által kötött megbízási szerződést megszegve, illetve a szerződésben foglalt jogosultságn túl.

IV.

6. A vizsgálati jelentés - bírság kiszabása nélkül - indítványozta jogsértés megállapítását a zalaegerszegi termékbemutatóval kapcsolatban, kifejtve, hogy a szerződéssel nem rendelkező, meghívót kiküldő személy az eljárás alá vont vállalkozás érdekeit képviselve népszerűsítette áruit, miáltal a jogellenesség megállapítható.

Kifejtette a jelentés azt is, hogy a versenyjogi felelősségnek nem feltétele a felróhatóság.

Fentieket meghaladóan az eljárás megszüntetését indítványozta.

V.

7. A Tpvt. 8. § (1) bekezdése és (2) bekezdés c) pontja szerint tilos a fogyasztóknak a gazdasági versenyben való megtévesztése, mely jogsértés megvalósul akkor is, ha az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggően, a fogyasztói döntéseket befolyásoló körülményekről – így különösen a kapcsolódó ajándékokról, engedményekről – megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

7.1. Az eljárás alá vont vállalkozás tájékoztató tevékenységét kínálati piacon fejtette ki, így annak hatása a gazdasági versenyben érvényesül, mivel, az eljárás alá vont vállalkozás által is előadottan, nagyszámú versenytárs van jelen a piacon.

7.2. Az eljárás alá vont vállalkozás előadására tekintettel előrebocsátja a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont ügynökei a vállalkozás nevében kötnek szerződést a fogyasztókkal, és az az körülmény, hogy az un. „házigazda” - lakásának rendelkezésére bocsátásáért - beszámítható árengedményt kap, a lakást biztosító személyt nem fosztja meg fogyasztói mivoltától, mivel, az alkalmazott konstrukció mellett - éppen a beszámítás érdekében - ő is vevője az eljárás alá vont vállalkozásnak.

7.3 Fenti megállapítások után a Versenytanács vizsgálta, hogy az eljárás alá vont vállalkozás megvalósított-e fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást.

Az eljárás alá vont vállalkozás védekezésében írtak folytán kifejti, hogy nyilvánvalóan alkalmasak a fogyasztói döntés befolyásolására a különböző, a fogyasztói döntés kialakításában aktívan résztvevő reklámok, hirdetések és más jellegű fogyasztói tájékoztatók, függetlenül attól, hogy az így kapott információk megelőzik a vásárlásra, vagy kedvezményes vásárlásra irányuló konkrét szándék megszületését.

A nyilvánvalóan valótlan reklámállítások a Versenytanács állandósult gyakorlata szerint akkor is jogsértők, ha utóbb a fogyasztónak módja van meggyőződni a forgalmazás valós feltételeiről.

7.4. Fentiekre tekintettel a Versenytanács álláspontja szerint a 2003. karácsonya előtt megjelent hirdetés jogsértőnek minősül a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontja alapján, mivel a reklám ígéretével szemben a „házigazda” fogyasztó önmagában, a termékbemutató megszervezése folytán, nem jutott hozzá a reklámban konkrétan megjelölt 100 Euró értékű kuponhoz.

Ahhoz, hogy a 100 Euro értéket megkapja, vagy – további feltételként - 200 Euroért kellett vásárolnia, vagy az esetben, ha a vásárlás értéke fenti összeget (200 Euro) nem érte el, nem juthatott hozzá az ígért 100 Euróhoz.

Figyelemmel arra, hogy fenti hirdetés valótlan állítást tartalmazott a Versenytanács nem fogadta el az eljárás alá vont vállalkozás azon védekezését, hogy a fogyasztók, az általuk megszerzendő többletinformációk után esetleg megismerhették a termékbemutató szervezésének valós feltételeit.

A Versenytanács, mintahogyan azt már korábban kifejtette a Tpv. 8. §-a alkalmazásában a reklámokat ítéli meg, így a reklámok megjelentését követő esetleges szerződési alku minősítése már nem képezi a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát. Tény, hogy az eljárás alá vont vállalkozás felhívta a figyelmet a kedvezményes vásárlás lehetőségére, azonban – a fent kifejtettek szerint – ennek a fogyasztó szempontjából lényeges feltételét (100 Euro értékű kupon ígérete) közölte pontatlanul, illetve valótlanul.

7.5. A 2004-ben, a nyomtatott sajtóban széles körben megjelent hirdetés szövegezése jogszerű, így e vonatkozásban a Tpv. 77. § (1) bekezdés j) pontja alapján a Versenytanács az eljárást megszüntette.

7.6. A 2004. februárjában Zalaegerszegen megtartott termékbemutatóval kapcsolatban - a rendelkezésre álló adatok alapján - a Versenytanács nem látta indokoltnak a jogsértés megállapítását.

A Versenytanács egyetért azon vizsgálói megállapítással, miszerint a versenyjogi felelősség megállapításához nincs szükség felróhatóságra.

Rögzíti ugyanakkor, hogy az okozati összefüggés megállapíthatósága mindenképpen feltétele a jogsértésnek.

Az eljárás alá vont vállalkozás arra hivatkozott, hogy nem a vele szerződéses viszonyban álló személy küldte ki a meghívót, mely állítás valóságának kivizsgálására az eljárásban nem került sor.

Tényként volt ugyanakkor megállapítható, hogy a 31 regionális szervezettel bíró eljárás alá vont vállalkozásnál más, ilyen típusú jogsértés megvalósítására nem merült fel adat, illetve Zalaegerszegen sem volt másik, hasonló panasz.

Fentiekre tekintettel a Versenytanács, az esetleges jogsértés csekély súlyára figyelemmel – az érintett fogyasztók száma, az esetleges jogsértés eseti jellege, az eljárás alá vont értékesítési területén belül a jogsértéssel érintett terület nagysága - nem látta indokoltnak az eljárás további folytatását, így ez utóbbi cselekmény vonatkozásban a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontjának első fordulata alapján szüntette meg az eljárást. (Tpv. 77. § (1) bekezdés j) pontja).

7.7. A Tpv. 78. § (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal a vállalkozással szemben, aki megsérti a törvény rendelkezéseit. A bírság kiszabásakor az eset összes körülményeit kell figyelembe venni.

Az eljárás alá vont vállalkozás a jogsértő hirdetést rövid ideig, kimutatható anyagi előny nélkül jelentette meg. A jogsértő magatartással önként hagyott fel azáltal, hogy a 2004-ben megjelent hirdetése az árubemutatók szervezésének valós feltételeit közölték.

A rövid ideig és kis példányszámban megjelent jogsértő hirdetések gazdasági versenyben kifejtett hatása, illetve az általuk érintett fogyasztói kör folytán nem indokolta a bírság kiszabását.

Budapest, 2004. október 12.