



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
VERSENYTANÁCS

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☏ Fax: 472-8860

Vj-52/2005/2 .

Ikt. sz.: /2005

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **BRAVOTECH Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű Társaság** ellen fogyasztók megtévesztése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

határozatot

1. A versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, amikor az EURONICS műszaki áruházlánc által megjelentetett, 2005. január 11. és 31. között érvényes reklámújságjában azt állította, hogy
 - az akciós JVC DVD lejátszó „mindent” lejátszik, illetve
 - az újságban szereplő valamennyi termékre a legjobb árakat alkalmazza.
2. A versenytanács egyebekben az eljárást megszünteti.
3. A versenytanács 2. 000. 000 Ft (azaz kettőmillió Ft) bírságot szab ki, melyet az eljárás alá vont vállalkozás a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül köteles a GVH bírságbevételi számlájára befizetni.
4. A határozat ellen annak kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál a Fővárosi Bírósághoz címzett kereset terjeszthető elő.

Indokolás

I. Tényállás

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal eljárást indított annak vizsgálatára, hogy a Bravotech Kft. az EURONICS műszaki áruházlánc által megjelentetett 2005. január 11. és 31. között érvényes reklámújságjában közzétett tájékoztatásokkal megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló többször módosított 1996. évi LVII. törvény (továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének rendelkezéseit.

Az eljárás alá vont vállalkozás

2. Az 1995 óta működő cég 2001. óta tagja a műszaki cikkek kereskedelmével foglalkozó EURONICS hálózatnak, amely Európában 22 országban 8687 üzlettel 9,1 milliárd euró forgalmat bonyolít le.
3. Jelenleg Magyarország területén összesen mintegy 100 üzlet az EURONICS hálózat tagja. A Bravotech Kft. nem egyedül látja el a magyarországi hálózat ellátását, illetve szervezését. A kiskereskedelmi tevékenységet, amelyet az EURONICS üzletek folytatnak, egyrészt az ELEKTRO-QUALITY Kft. által működtetett 30 saját üzlet, illetve a Bravotech Kft-vel franchise szerződést kötött 28 partner látja el. Eljárás alá vont a kelet-magyarországi üzletek készleteit biztosítja nagykereskedelmi tevékenysége keretében, illetve szervezi akcióikat. A nyugat-magyarországi EURONICS üzletek esetében a VÖRÖSKŐ Kft. látja el e funkciókat. Az EURONICS Kft. az előbbi három vállalkozás tulajdonában áll, a magyar EURONICS üzletlánc ernyőszerve. Mind a Bravotech Kft., mind a VÖRÖSKŐ Kft. rendelkezik üzletekkel a másik cég által ellátott területen, ezek ugyanakkor Electro Plus néven működnek. A Bravotech Kft. által kiadott reklámújság címzettjei az újságban felsorolt teleülések lakói.
4. Eljárás alá vont 2004. évi nettó árbevétele 13.185.371.000 Ft, amely kb. 16%-os növekedést jelent az előző évi forgalomhoz képest. Ebből a belföldi kiskereskedelmi értékesítés – az Elektro-Quality Kft. és a franchise partnerek révén – 8.050.440.000 Ftot tesz ki.

A műszaki cikkek kereskedelme

5. Műszaki árut legnagyobb választékban a nagy alapterületű, szakosodott áruházláncokban talál a fogyasztó. Ugyancsak széles választékban kínálnak műszaki cikkeket az alapvetően élelmiszereket, egyéb termékeket is forgalmazó kereskedelmi láncok hipermarketei. Kisebb alapterületűek a független műszaki cikkekre szakosodott üzletek/üzlethálózatok és a márkakereskedelmi boltok.
6. A GFKI jelentésében a műszaki cikkek forgalmazására nagyobb üzlettel rendelkező piaci szereplők között az Euronics kb. 12 %, az Elektro Pont kb. 4 % részesedéssel rendelkezik. Eljárás alá vont az akcióiban részt vevő saját üzemeltetésű, azaz az ELEKTRO-QUALITY Kft. által működtetett üzletek piaci részesedését 4%-ra becsülte.
7. A műszaki cikkek piacán éles árverseny figyelhető meg: az árak a műszaki fejlődésnek is köszönhetően jelentős csökkenést mutatnak. Különösen igaz ez a vizsgált magatartás tárgyát képező digitális videó kamerák és DVD lejátszó termékeke esetében.
8. A piacon valamennyi szereplő rendszeresen közzétesz reklámokat, szervez akciókat. A hirdetések leggyakoribb formái a saját kiadású reklámújságok, illetve az internetes megjelenésekkel párhuzamosan a honlapokon elhelyezett tájékoztatások. A vállalkozások piacszerzési törekvéseik érdekében széles körűen élnek a marketing eszközökkel, amelyek sorába tartoznak a különféle nyereményjátékok, időleges

árkedvezmények, de az adásvétellel együtt nem járó olyan egyoldalú kötelezettségvállalás is, mint az árgarancia.

9. Az árgarancia alapján, ha a vásárló igazoltan máshol olcsóbban is meg tudná venni bizonyos határidőn belül a már megvásárolt árut, a kereskedő a két áru árának különbözetét részére megtéríti. Az árgarancia e tipikus tartalmához képest az egyes kereskedők különböző árgarancia érvényesítési feltételeket szabnak. Általánosan jellemző a termékek márka és típus azonosságának, a hasonló kiszolgálási körülményeknek előírása, a 7-8-14. napos árgarancia érvényesítési határidő kikötése. A műszaki és elektronikai cikkek esetén közismerten árgaranciát biztosítanak fogyasztóknak eljárás alá vonton kívül az Electro World, az Elektro Pont, a Tesco, az Auchan, a Cora üzletekben.

Az eljárás alá vont magatartása

10. A Bravotech Kft. havi rendszerességgel jelenteti meg az EURONICS műszaki áruházlánc reklámújságját, amelyben a kelet-magyarországi üzletekre vonatkozó egységes akciókat hirdet. Az akció kiterjed mind a saját tulajdonú, mind a franchise szerződéssel kapcsolódó boltokra. A kiadvány rendszerint A3 formátumban, 4 oldal terjedelemben jelenik meg, így a vizsgált "2005. január 11-től az akciós készlet erejéig, de legkésőbb 2005. január 31-ig" érvényes kiadás is, amelyet üzleti titoknak minősülő példányszámban készítettett eljárás alá vont.

Videokamera ajándécsomaggal, „Mindent lejátszó DVD”

11. A lap 3. oldalán egy JVC mini DV kamera, alatta pedig egy JVC DVD lejátszó szerepel. A hirdetés felsorolja a kamera fontosabb tulajdonságait, keretben kiemelve a 119.999 Ft-os árat. A kép nagy „+” jellel közli, hogy „ráadás mindent lejátszó DVD”, továbbá kisebb „+” jellel „ráadás táska, akkumulátor és DV kazetta”.

A legjobb ár garanciája

12. Az újság 3. oldalán további részletes információk nélkül kiemelt alapon a "Legjobb ár garanciája" állítás olvasható, egyéb szolgáltatások címszavaival egy sorban, mint "Díjmentes házhoz szállítás", "Ingyenes beüzemelés" és "Testre szabott hitellehetőség".

Az akcióban résztvevő EURONICS üzletekről adott tájékoztatás

13. A vizsgált kiadvány 4. oldalán felsorolja az aktuális állapot szerinti 61 kelet-magyarországi üzlet nevét és címét, majd mellette nagyobb betűméretben feltünteti: "TOVÁBBI 57 HELYEN!". Az újságban nem található tájékoztatás arról, hogy a kiadvány csak a kelet-magyarországi üzletekre vonatkozik, vagy hogy csak az ott nevesített üzletek vesznek részt az akcióban.

III.

Az eljárás alá vont álláspontja

14. Eljárás alá vont álláspontja szerint nem történt jogsértés kampányuk meghirdetése során, amelynek igazolására alábbiakat adta elő.

Videokamera ajándécsomaggal

15. A januári reklámújságban meghirdetett digitális videokamera akciót alapvetően a karácsonyi készlet értékesítése céljából szervezték - kiadásra vonatkozó tájékoztatás a szórólapon nem szerepelt -, mivel a termékek ára jellemzően rövid időn belül nagymértékben csökken. Ezt eljárás alá vont véleménye szerint az a tény is alátámasztja, hogy az akciós videokamera átlagos fogyasztói ára 2004-ben az EURONICS üzletekben az alábbi volt: november: GRD/23 - 124.999.- Ft, GRD/24 - 129.999.- Ft, december: GRD/23, 24-119.999.- Ft. 2005. decemberében táskával és akkumulátorral értékesítette 119.999.- Ft-ért, jelenleg pedig 89.999.- Ft a készülék fogyasztói ára.

16. A szórólapon szereplő termékek tartása a saját és franchise üzletek számára kötelező, ezt a boltcsoportvezetők és területi vezetők rendszeresen ellenőrzik. Az üzletek részére eljárás alá vont a termékeket megrendeléstől számított 1-2 napon belül kiszállítja. Ha volt is olyan hely, ahol nem állt rendelkezésre akciós áru, azt 1-2 napon belül a központi raktárból szállítani tudták. Amennyiben eljárás alá vont franchise partnerei kötelezettségeiket nem tartják be, illetőleg más üzleti politikát képviselnek, a Bravotech Kft-nek a szerződés felmondására van lehetősége, amire két esetben már sor került.

17. Az akció kezdetén, 2005. január 11-én az ELEKTRO-QUALITY Kft. EURONICS üzleteiben előadása szerint 98, a kimutatások alapján 62 db JVC GRD/23, illetve 24 típusú videokamera volt, az akciós időszak alatt további 8 darabot értékesítettek az üzletek részére. Az ajándék JVC XVN 212 típusú DVD lejátszót az ELEKTRO-QUALITY Kft. üzletei az akció előtt nem forgalmazták, az akció időtartama alatt 208 darabot értékesített részükre eljárás alá vont. A lejátszókat a JVC cég biztosította a videokamerák könnyebb értékesítése érdekében. Az üzletek egy része, mivel külön is tudták értékesíteni a lejátszót, a kamerákhoz szükséges ajándék mennyiségen felül is leadott megrendelést a Bravotech Kft. felé.

18. Eljárás alá vont adatai szerint 38 darab kamerát értékesítettek az ELEKTRO-QUALITY Kft. üzletei ajándékkal az akciós időszakban. A kimutatott 62 db videokamera nyilvántartási átlagára 83.754,3.- Ft + ÁFA / darab, 208 db DVD lejátszó beszerzési átlagára 13.600.-Ft + ÁFA / darab. A vevő 119.999.- Ft-os fogyasztói áron jutott a két termékhez.

19. Hangsúlyozta továbbá, hogy a versenytanács gyakorlata szerint önmagában az áru készletezésével kapcsolatos gyakorlat nem szolgálhat alapul a jogsértés megállapításához (Vj-110/2004)

„Mindent lejátszó DVD”

20. A "mindent lejátszó" jelzöt eljárás alá vont az asztali DVD lejátszó formátumokra vonatkozóan értelmezte, míg a DivX, WMA és egyéb, más készülékekkel lejátszható formátumok alapvetően számítógépek által alkalmazottak. E jelzős szerkezettel azt is kívánta jelezni, hogy a készülék írott, másolt lemezek lejátszására is alkalmas. A versenytanács előzetes álláspontja után elismerte, hogy a reklám félreérthető, de állította, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztót nem befolyásolta a döntésben, mivel sem a dobozon, sem a terméken nem került feltüntetésre, hogy DivX-es formátumot le tudna játszani a készülék.

"Legjobb ár garanciája"

21. A "Legjobb ár garanciájá"-t 2004 folyamán vezette be. Kezdetben az üzletekben, helyi marketing eszközökkel, majd a reklámújságban is megjelentették és valamennyi ezáltal érintett üzletre kiterjesztették. A nemzetközi árubeszerzési háttérnek és a magas hazai forgalom alapján tudják garantálni a legjobb árat. Bevezetése óta néhány esetben éltek e „garancia” lehetőséggel a fogyasztók, ezzel kapcsolatos nyilvántartást nem vezetnek.

22. A legjobb ár azt is jelenti, hogy akkor is igaz az állítás, ha két azonos ár állapítható meg. Egy adott versenyben a holtversenyben győztes is elsőnek, azaz legjobbnak tekintendő.

23. Állítása szerint konkurensinél folyamatosan árelenőrzést végez és amennyiben ezen üzletekben alacsonyabb árat talál, saját árait erre a szintre csökkenti. Amennyiben valaki a legnagyobb körütekintés ellenére mégis olcsóbban meg tudná venni az adott készüléket, akkor az árkülönbözetet a vásárló részére megtéríti.

24. Az eljárás megindítása okán – mindamelllett, hogy a konkurencia vizsgálatot és a szükséges árkorrekciót továbbra is elvégzi – megszüntette a kifogásolt reklám alkalmazását.

25. A tárgyaláson bizonyítási indítványként kérte megkeresni egyes általa megjelölt áruházakat annak közlése végett, hogy az akciós termékeket a hirdetési újságban megjelölt időszakban alacsonyabb áron árulták-e.

Az akcióban résztvevő EURONICS üzletek

26. Az eljárás alá vont akciók az ELEKTRO-QUALITY Kft., illetve az eljárás alá vont franchise partnerei által üzemeltetett üzletekre terjednek ki. Az ország más területein lévő EURONICS üzletekre nem vonatkozik, ezekre nézve a VÖRÖSKŐ Kft. jelentet meg saját reklámújságot. A VÖRÖSKŐ Kft. tevékenységére vonatkozóan adatot szolgáltatni nem áll módjában, mivel teljes mértékben önálló gazdálkodást folytatnak. Az üzletek felsorolásakor mindazonáltal feltüntetik, hogy "TOVÁBBI 57 helyen" találhatóak EURONICS üzletek az országban, így utalva a másik cég által ellátott üzletekre is.

II.

A vizsgálati jelentés

27. A vizsgáló jelentésében az eljárás tárgyává tett állítások kapcsán jogsértés megállapítását és bírság kiszabását javasolta.

Videokamera ajándécsomaggal

28. A GVH vizsgálói tudomására jutott információk szerint több üzletben az ajándécsomag, illetve annak egyes elemei nem voltak elérhetőek a fogyasztók részére. Az eljárás alá vont által kifejezetten az ELEKTRO-QUALITY Kft. által üzemeltetett üzletre megadott adatok alapján megállapíthatónak találta, hogy egyrészt a három részes kameratáska készlet, ún. Starter Kit a összevetése alapján a 22, 24, 25, 38, 39, 41 kódszámú üzletek esetében az akció kezdetén megadott videokamera készlethez képest kisebb mennyiségben vagy nem állt rendelkezésre. Ezenkívül a negyedik elemet jelentő DVD - lejátszót a 47-es számú üzlet a videokamerák számához képest kevesebbet rendelt. A franchise üzletre nézve csatolt kimutatások a megadott adatok szűk körére tekintettel ilyen jellegű összevetést nem tesznek lehetővé. Mindezek alapján a vizsgáló számításai alapján az eljárás alá vont által ellátott üzletek minimálisan mintegy 8 %-a nem rendelkezett az akció kezdetekor egyező számú akciós videokamerával, illetve ajándékkal.

29. Eljárás alá vont "+ráadás"-ként hirdette a DVD lejátszót, táskát, akkumulátort, illetve DV kazettát, azaz a fogyasztó az akciós termék megvásárlásával, árának megfizetésével ezen felül, ehhez képest juthat további árukhoz. Ugyanakkor az eljárás alá vont által is ismertetett számítási mód alapján az akciós videokamera és a DVD lejátszó ára került összegzésre, így ténylegesen két, illetve több áru együttes értékesítéséről volt szó. A vizsgáló szerint ezáltal a DVD lejátszó, táskák, akkumulátor és DV-kazetta a tájékoztatástól eltérően nem képez "+ráadás"-t az akciós videokamera megvásárlásához viszonyítva.

„Mindent lejátszó DVD”

30. Az eljárás alá vont által reklámozott DVD lejátszó esetében maguk a lejátszható formátumok a termék funkciójára tekintettel lényeges tulajdonságát képezik. A "mindent lejátszó"-ként feltüntetett DVD lejátszó reklámjában a Bravotech Kft., az álláspontjában említett asztali DVD formátumokra, illetve írott lemezek lejátszására vonatkozóan külön tájékoztatást nem közölt. Az érintett akciós újság másik oldalán ugyanakkor maga is reklámoz DivX, illetve WMA formátumot lejátszó berendezéseket, amelyeknél az egyébként az írott lemezek lejátszásával kapcsolatosan használatos RW jelzést is feltünteti. Továbbá ez megfelel a piaci helyzetnek, miszerint az akció meghirdetése előtt is széles körben elérhetőek voltak az eljárás alá vont által "mindent lejátszó" -ként jelzettnél fejlettebb technológiai szinten álló berendezések.

"Legjobb ár garanciája"

31. A "Legjobb ár garanciája" a termék árára vonatkozó tájékoztatást közöl, amely szerint eljárás alá vont üzleteiben vásárolhatók meg az általa értékesített termékek a "legjobb" felsőfokú jelzővel minősített áron. Az árgarancia szerinti árkiegyenlítéssel legfeljebb ugyanolyan alacsony ár érhető el, mint a versenytársé, de nem a legalacsonyabb, mert abból a piacon csak egy lehet. Ezzel párhuzamosan szintén lehetséges, hogy az

árgarancia érvényesítése ellenére vagy az érvényesítés hiányában is megvásárolhatóak a piacon alacsonyabb árakon ugyanazon termékek.

Az akcióban részt vevő üzletek

32. Az akció során lényeges a forgalmazás szempontjából, hogy mely üzletek kínálják az akciós terméket. Eljárás alá vont EURONICS névvel jelentette meg reklámújságját, az üzletek vonatkozásában saját üzleteit egyenként, cím feltüntetésével sorolta fel, ugyanakkor nem korlátozta a tájékoztatást a tekintetben, hogy csak ezen üzletek vesznek részt az akcióban. Ezáltal a felsorolás mellett feltüntetett "TOVÁBBI 57 HELYEN" tájékoztatás bár nem nevesít konkrét további üzleteket, nem ad megfelelő tájékoztatást arról, hogy a fogyasztó a hirdetett akciót csak a megadott üzletekben érvényesítheti.

V.

A versenytanács előzetes álláspontja

33. A versenytanács előzetes álláspontját alapvetően a vizsgálat megállapításai mentén fogalmazta meg. Már itt jelezte azonban, hogy az akcióban részt vevő üzletek és a több termék együttes, akciós csomagban való értékesítése tekintetében az eljárás jogsértés hiányában való megszüntetését tervezi.

VI.

Jogi háttér

34. A Tpv. 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének a) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül, 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 tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

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

36. A gazdasági reklámokról szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 2. § f) pontja értelmében fogyasztónak tekintendő minden olyan természetes és jogi személy, valamint jogi személy nélküli gazdasági társaság, aki felé a reklám irányul. A Grtv. 2. § g) pontja szerint minden olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség (a továbbiakban: áru) értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő, gazdasági reklámnak minősül.

37. A Grtv. 2. § n) pontja szerint megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítését is – megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti. A Grtv. 15. § (2) bekezdésében foglaltak értelmében a megtévesztő reklámok közzététele esetén – a Tpv-t-ben meghatározottak szerint – a reklámfelügyeleti eljárás lefolytatása a bíróság, illetve a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik. A reklám megtévesztő jellegének megállapítására a Gazdasági Versenyhivatal jogosult.
38. A Tpv-t. 77. § (1) bekezdésének d) és f) pontjai szerint az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetőleg megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
39. A Tpv-t. 78.§ (1) bekezdése értelmében a versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv-t. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A (2) bekezdés szerint 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 fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII.

A versenytanács döntése

40. Egy reklám közzétételeének elsődleges céljai közé tartozik adott termék megismertetése, népszerűsítése és kelendőségének fokozása. A vállalkozások fogyasztók felé irányuló, a reklámokban megjelenő tájékoztatásaival szemben általános követelmény, hogy a fogyasztók az alapján reális képet kaphassanak a termékről. Ha egy vállalkozás tisztességtelen módon, megtévesztésre alkalmas információt közöl a fogyasztókkal, és ezáltal a fogyasztók nem az elvárásaiknak megfelelő termékhez jutnak, a versenytársak sérelmén túlmenően torzul a gazdasági verseny. A versenytanács az alábbiakban részletezett módon tartja megítélhetőnek az egyes állítások megtévesztésre alkalmasságát.

Videokamera ajándécsomaggal

41. A hirdető újság 3. oldalán található kép azt az információt hordozza, hogy a vásárló 119.999 Ft-ért nemcsak egy JVC GRD 23/24 típusú mini DV kamerát, hanem egy JVC XV-N212 típusú DVD lejátszót, továbbá egy kamera táskát, akkumulátort és DV kazettát is kap. Önmagában a versenytanács e termékek „ráadás” szóval való összekapcsolását nem tartja sem valótlannak, sem valós tény megtévesztő módon való állításának. Az ehhez hasonló árukapcsolás elterjedt marketing technika, amellyel egy

kevésbé keresett terméket egy jobban keresett termékkel párosítva próbálnak meg értékesíteni. A reklám üzenete összességében az, hogy a fent nevezett elemeket tartalmazó csomagot a vásárló – a készlet erejéig - az ott megjelölt áron vásárolhatja meg az EURONICS boltokban. Egy józanul gondolkozó fogyasztó nem hiheti azt, hogy a kamera ára 119.900 Ft., az alapterméken kívül „ajándékba” kapott termékekhez pedig teljesen ingyen jut. Egy erőfölényben nem levő vállalkozás mind árucsomagjait, mind árait teljes szabadsággal képi, azon akár extra hasznot, akár veszteséget is realizálhat.

42. Egy akciós terméket hirdető vállalkozás számára elvárás ugyanakkor, hogy a reklámozott termékből megfelelő mennyiség álljon rendelkezésre. E mennyiség azonban általános érvénnyel nem állapítható meg. Nem életszerű elvárás, hogy minden egyes érdeklődő számára biztosítsanak kedvezményes terméket, viszont az sem helyes piaci magatartás, hogy az újságban megnevezett boltok a reklámozott áruból egyáltalán ne legyen készlete.
43. Jelen esetben az eljárás alá vont adataira támaszkodó vizsgálói számítás kimutatta, hogy hat saját tulajdonú üzlet esetében nem állt rendelkezésre kameratáska, akkumulátor és DV kazetta, illetve ha volt is, annak mennyisége kevesebb volt a boltban árult videó kameráknál. Továbbá, egy üzlet kevesebb DVD lejátszót rendelt, mint kamerát. Az eljárás alá vont által üzemeltetett franchise üzletekre nézve hasonló bizonyítékokat a vizsgálat nem tárt fel. Eljárás alá vont viszont állította, hogy a hódmezővásárhelyi központi raktárból gyakorlatilag másnapra képesek a boltban hiányzó árut kiszállítani.
44. Megállapítható, hogy néhány, csekély számú boltban a vevők egy része nem részesülhetett az ígért „ráadás” árukban, így a reklám elvileg alkalmas lehetett a fogyasztók megtévesztésére. A további bizonyítás lefolytatásától – a tekintetben, hogy az eljárás alá vont valóban képes volt-e a raktárból pótolni a hiányt - azonban a versenytanács eltekintett, figyelembe véve az akcióban eladott kamerák csekély számát, a hiányos készlettel rendelkező boltok alacsony arányát, illetve a ráadás kameratáska nem meghatározó értékét. A versenytanács így e kérdésben az eljárást a Tptv. 72. § (1) a) pontja alapján megszüntette.

„Mindent lejátszó DVD”

45. A JVC reklámban szereplő DVD lejátszója az ígéret ellenére nem képes „mindent” lejátszani. A lejátszható formátumok a DVD lejátszók egyik fontos paraméterét jelentik, amely meghatározhatja a vásárló döntését. A vásárlás jellege alapján nem szükségszerű, hogy a boltban felvilágosítást kapjon arról, hogy a lejátszó csak korlátozottan képes „mindent” lejátszani. Ha a vásárlóra hárítanánk annak ellenőrzését, hogy a reklámszöveg állítása megfelel-e a valóságnak, úgy a hirdetőik valótlan, meg nem alapozott állításokkal, ígérekkel árasztanák el a fogyasztókat, ezzel aláásva a gazdasági élet egyik alapját jelentő bizalom elvét. Végül, az az állítás sem állja meg a helyét, hogy a DivX formátum lejátszására alkalmas készülékek csak a hirdetési időszakot követően jelentek volna meg a piacon.

A legjobb ár garanciája

46. A „legjobb ár garancia” állítás önmagában olvasva azt jelenti, hogy az újságban található termékeket a vásárló nem tudja kedvezőbben megvásárolni – ezért, ha a vevő adott termék mellett dönt, számára az Euronics boltok nyújtják a legjobb lehetőséget. A reklámújságban egyéb szolgáltatások mellett szereplő, figyelemfelkeltő, általános érvényű állítás valóságnak való megfelelését az eljárás alá vont azonban nem bizonyította. Szemben a tárgyaláson tett indítványával, az eljárás alá vontnak – nem pedig a versenyhatóságnak - kellett volna igazolnia, hogy az általa forgalmazott termékeket a fogyasztók más vállalkozásoktól nem vásárolhatják meg olcsóbban. Amint azt az eljárás alá vont az eljárás során előadta, több fogyasztó élt már a „garancia” lehetőségével, amely önmagában azt mutatja, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott árak nem minden esetben a legkedvezőbbek.
47. A versenytanács a „legjobb ár garancia” intézménye kapcsán megjegyzi, hogy ennek hatására az adott árut kereső vevő felhagyhat a további utánjárással, piacfelméréssel, hiszen az eljárás alá vont ígérete szerint adott árut ő nála tudja a legjobb áron, azaz a legolcsóbban megvenni. Tekintettel a reklámállítás fogyasztói döntésre gyakorolt alapvető hatására, a hirdetőnek olyan önkényességtől, utólagos egyoldalú értelmezésektől mentes, az áron felül csak az adott termékhez közvetlenül kapcsolódó szolgáltatásokat számba vevő mechanizmust kellene tudni működtetnie, amely valóban garantálja adott termékből adott időszakban a legjobb vásárlás lehetőségét. Jelen eljárás azonban nem az eljárás alá vont garancia rendszerének részletes elemeit, hanem a „legjobb ár garancia” állítást önmagában vizsgálta

Az akcióban résztvevő EURONICS üzletekről adott tájékoztatás

48. A vizsgált kiadvány 4. oldalán felsorolja az aktuális állapot szerinti 61 kelet-magyarországi üzlet nevét és címét, majd mellette nagyobb betűméretben feltünteti: "TOVÁBBI 57 HELYEN!". A versenytanács szerint önmagában ez az információ többlet nem tartalmaz a fogyasztói döntést befolyásolni alkalmas információt. A településenkénti tételes felsorolásból a vásárló megtudhatja, hogy a kiválasztott terméket hol tekintheti meg, illetve vásárolhatja meg. Az újságban valóban nem található tájékoztatás arról, hogy a kiadvány csak a kelet-magyarországi üzletekre vonatkozik, de e tény a felsorolást olvasva nyilvánvalóan kitűnik. Megjegyzendő, hogy ennek a kérdésnek nincsen hatása az adott újságot lapozgató fogyasztóra nézve. A további üzletekre vonatkozó mondat csupán azt jelzi, hogy az országban léteznek más Euronics üzletek is.
49. Az valóban nem derül ki a reklámból, hogy a többi 57 helyen érvényesek-e az újságban foglalt feltételek. Továbbá, valóban adható a tételes felsorolásnak és az 57 további helyre utaló tájékoztatásnak egy olyan értelmezés, ami által a reklám üzenete e megnevezett kelet-magyarországi üzleteken kívül a nyugat-magyarországiakra (mint a „további 57”) is kiterjeszti. Ezt azonban olyan pontatlanságnak tartja a versenytanács, ami ismételten nem alkalmas a fogyasztói döntés befolyásolására. Mindenesetre, az esetleges félreértések elkerülése érdekében eljárás alá vont érdekében áll egyértelműen világossá tenni a hirdető újságban, hogy az akció mely boltokra vonatkozik.

A bírság mértéke

50. A versenytanács a Tpv. 78. § (2) bekezdése alapján bírságot szabhat ki. A törvényben nevesített szempontok alapján, a bírság összegének megállapításakor figyelembe vette, hogy egyfelől

- az eljárás alá vont a magyar műszaki cikkek kereskedelmének jelentős szereplője
- az akció az ország jelentős részén éreztette hatását,
- az akciós újságban levő termékek jellege alapján a megtévesztés hatása, mértéke utólag (pl. ismétlődő vásárlással) nem enyhíthető, másfelől
- a reklámozott kamerából – és a vele árult DVDV lejátszóból - nem adtak el jelentősebb mennyiséget,
- a legjobb ár garancia hirdetést eljárás alá vont önként megszüntette.

51. A bírság mértékének megállapításakor, vetítési alapként figyelembe vette a versenytanács a jogsértést hordozó reklámanyag bekerülési költségét.

52. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § biztosítja.

Budapest, 2005. szeptember 20.