



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL
ΕΠΣΕΝΨΤΑΝΣΧΣ

☒ 1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

☎ 472-8864 ☎ Fax: 472-8860

Vj-55/2005/24.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a G-Publishing Kft. 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 módon „verhetetlen áron” reklámozta áruját, valamint megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott az árujához kapcsolt ajándékként nevesített áru használati értékéről.

Kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást, hogy a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül fizessen meg a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557 számú bírságbevételi számlájára 5.000.000.-Ft (Ötmillió) forint versenyfelügyeleti bírságot.

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.

A Gazdasági Versenyhivatal az 1996. évi LVII. törvény 70. § (1) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárást annak megállapítására, hogy a eljárás alá vont G-Publishing Kft. (a Napi Ász c. bulvárlap kiadója) - ki az általa kiadott újságban „+ 99 Ft-os” felár felírat mellett DVD-nek nevezett lemezt mellékelte pénteki lapszámaihoz négy héten át - az első megjelenést megelőzően közzétett hirdetéseiben a Tpv. 8. § (2) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsított-e, tekintettel arra, hogy az újságokhoz mellékelte felvétel nem DVD, hanem VCD formátum volt.

Kiterjedt továbbá az eljárás arra is, hogy a több médiában több alkalommal reklámozott lapot „verhetetlen áron” 7-ből 5-ször” szövegezéssel reklámozta.

I

1. Az eljárás alá vont vállalkozás - kinek tevékenysége a Napi Ász kiadására korlátozódik - az ország teljes területén megvásárolható, illetve megrendelhető bulvárlappal - 2004. májusa óta van jelen a piacon.

Az eljárás alá vont Kft. 2004. évi nettó árbevétele 117.619.000,- Ft. (4. irat).

2. Az érintett bulvárlap piacon – hol a lap fő versenytársai a Blikk magazin, a Mai Lap magazin, a Színes Bulvár Lap és a Reggel című politikai bulvár magazin - a verseny rendkívül éles.

A piac összesített forgalma - az eladott lapszám szerint - napi 409.000 db bulvár sajtótermék.

Az Napi Ász helyettesítő termékeként fent megjelölt bulvárlapok vehetők figyelembe.

A bulvárlap piac jellemzője, hogy fogyasztói nem feltétlenül „márkahűek”, illetve a termék sajátosságaként nevesíthető, hogy a vásárlói döntést nem előzi meg feltétlenül hosszas keresés, így a választást - az eladott példányszámokra kihatóan - erőteljesen befolyásolhatja a címlap, tovább egy-egy nyereményjáték, vagy ajándékakció.

2.1 .Az eljárás alá vont vállalkozás érintett piaci részesedése – a melléklet nélküli sajtótermékeket figyelembe véve – kb. 8 %, míg a mellékletes példányok példányszámát is számításba véve, kb. 15 % volt 2005. első negyedévben.

2.2. A konkurenciaharc egyik fontos eszköze a marketing tevékenység, így az érintett piacot intenzív hirdetési tevékenység jellemzi. Az eladási példányszámok növelése érdekében televíziós és más formában közzétett reklámokkal, továbbá utcai ingyenes példányok terjesztésével kívánják a vállalkozások a fogyasztókat megnyerni.

3. A Gazdasági Versenyhivatal az eljárás alá vont vállalkozás által kifejtett reklámtevékenység miatt az eljárás alá vont vállalkozás ellen még nem indított verseny felügyeleti eljárást.

4. Az eljárás alá vont vállalkozás 2005. február 25. napjától kezdődően 4 héten keresztül adott filmmellékletet pénteki lapjaihoz, mely mellékleten az „Angyal” (Simon Templair) sorozat négy epizódja volt látható.

Az eljárás alá vont vállalkozás vizsgált tevékenységével jelentős fogyasztói kört ért el, tekintettel az alábbiakban részletezett marketing tevékenység kiterjedt voltára.

4.1. A különböző reklámhordozón közzétett reklámok közös jellemzője volt, hogy az újsághoz mellékelt ajándékként - „+99 Ft-ért” - egy DVD filmhez való hozzájárásról tájékoztatták a fogyasztókat arra az esetre, ha az újságot megvásárolják.

4.1.1. A első pénteki megjelenést megelőzően kb. 40 alkalommal - 2005. február 22., 23. és 24.-én a kora reggeli és késő esti órákban - reklámozták az RTL Klub műsorában a laphoz adott ajándékakciót.

A televízióban sugárzott felvételeken a hangalámondás szerint a „csak 99 Ft-ért” információ hangzott el, ugyanakkor a képen szerepelt a „+” jel is a 99 Ft-os DCD ár mellett.

4.1.2. A reklámhordozóként használt citylight poszter - melynek információtartalma megegyezett a TV reklám tartalmával - 220 példányban került kihelyezésre a lap megjelenése előtt a lap terjesztőjének, a Lapker Rt.-nek standjain.

(A külföldi nyomtatás miatt a formátum nem volt rekonstruálható, de eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint ezeken a reklámhordozókon is DVD lemezt hirdetett ajándékként.)

4.1.3. Az akciót saját lapjában is meghirdette az eljárás alá vont vállalkozás, továbbá szervezett kuponakciót is, melyben való részvétellel a már megjelent példányokhoz is hozzá lehetett jutni.

Az újság címlapján szerepelt a DVD lemezre utalás, valamint a háttérben szereplő lemezen is látható volt a DVD felirat. Az újság címlapján a „+ 99 Ft”-os felárról informáltak.

4.2 Az újsághoz ténylegesen mellékelt ajándék film nem DVD, hanem VCD formátumú film volt.

A DVD lemezek lejátszására Magyarországon jelenleg forgalomban levő valamennyi DVD készülék alkalmas. A számítógépeknél a DVD filmek lejátszásához DVD meghajtó és az ahhoz szorosan kapcsolódó softwarek szükségesek.

VCD lejátszására a régebbi típusú – néhány éve vásárolt - DVD készülékek nem mindegyike alkalmas, illetve jelenleg is forgalmaznak olyan készülékeket, amelyeken nem lehet lejátszani VCD felvételt.

4.3. Az eljárás alá vont előadása szerint, mivel a film másolása Görögországban történt, csak a vásárlók reklamációja után vette észre, hogy a vásárlókat nem tájékoztatták megfelelően.

A helyesbítést a másnapi – szombati kiadású – újság hátoldalán tették közzé az alábbi szövegezéssel, felajánlva a vásárlók számára a csere, vagy a pénzvisszatérítés lehetőségét is:

„A pénteki Napi Ász mellékleteként kiadott adathordozó lemezen található Angyal c. filmet bizonyos, régebbi típusú asztali DVD-készülékek és számítógépek nem tudják lejátszani. Ha az Ön készüléke nem játssza le a filmet, kérjük, hogy juttassa vissza a lemezt a kiadóhoz, ... s postafordultával küldünk Önnek egy másik, régebbi DVD-készülékek által is lejátszható példányt, vagy a pénzét visszatérítjük!”

A kiadót mindösszesen néhányan keresték fel ilyen igényükkel.

A citylightok visszavételéről eljárás alá vont nem intézkedett. (1.sz. irat mellékletei, 4.sz. irat, 6.sz. irat)

4.4. Az eljárás alá vont napilapjához adott film mellékletet, amelyért a vásárlónak „+99 Ft”-ot kellett fizetnie, ajándékként hirdette minden marketing kommunikációjában.

A DVD vagy CD mellékleteket adó folyóiratok és újságok általában 1000-2000 Ft-os áron vásárolhatók meg a standokon, vagyis az eljárás alá vont által adott melléklet a fenti árakhoz képest alacsonyabb, viszont nem olyan minőségű, mint egy DVD felvétel.

A kereskedelmi forgalomban kapható írható CD lemezek ára 120 és 500 Ft között mozog, míg egy írható DVD lemez ára kb. 1000 Ft.

5. Az eljárás alá vont napilapját a Nap TV-ben 50-szer, a Hálózat TV-ben 46-szor és a Danubius Rádióban 11-szer reklámozta (15.sz. irat)- „verhetetlen áron” kitétellel, az alábbi szöveggel:

„Napi Ász! Jól jár, aki 59-re lapot húz! Mostantól verhetetlen áron a Napi Ász! Csak 59 Ft-ért az újságárusoknál! Hétből ötször, a hétvégén is! Napi Ász. A napi bulvár. Csak 59 Ft-ért ”.

Az újság ára fentiek szerint a hét öt napján 59 Ft, míg a filmmelléklettel megjelenő példányoké 187 Ft volt.

Az akciót megelőzően a lap ára 88 Ft volt.

III.

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

5.1. Előadta, hogy az első ajándék mellékletet tartalmazó újság megjelenését megelőzően nem volt tudomása arról, hogy az milyen formátumban készült, s ennek megfelelően jóhiszeműen állította azt, hogy a lemez DVD. A helyesbítést újságjának másnapi számában megtette, ezért véleménye szerint gondosan járt el.

Hivatkozott arra, hogy csak három napon keresztül ment a reklám a televízióban, illetve a későbbiekben is –a keddi napokon is - VCD filmmellékletet adtak az újsághoz anélkül, hogy a forgalom csökkent volna, miből megállapíthatóan a DVD-vel kapcsolatos információknak nem volt súlya. Álláspontja szerint fentiek folytán az ügy csekély súlyúnak minősül, így indokolt az eljárás megszüntetése.

A szerkesztőségi felhívásra jelentkező ügyfeleket kártalanították. (Mindösszesen 3-4 fő)

5.2. Az eljárás alá vont által csatolt igazságügyi szakértői vélemény szerint a laphoz adott filmfelvétel mindenképpen ajándéknak tekintendő, hiszen a piacon jelenleg forgalomban levő lemezek árát figyelembe véve, a lap eladásakor felszámított felár csak a CD önköltségét, vagy még azt sem fedezte, tehát a felvétel és maga a film teljes mértékben ajándék.

Álláspontját az ÁFA tv. rendelkezéseivel is alátámasztotta.

5.3. Az eljárás alá vont a reklámjában használt „verhetetlen ár” kifejezés használatakor a Tpv. 9. §-ára hivatkozott.

Értelmezése szerint a kifejezés nem tekinthető felsőfokú árujelzőnek jelen esetben.

A jelző használata nem helyezi a NAPI ÁSZ-t a piacon levő többi bulvárlap fölé, a „verhetetlen” szóból nem következik, hogy a NAPI ÁSZ-nál olcsóbb lap ne lenne a piacon.

A verhetetlen szó fenti értelmezése esetére – mellyel nem értett egyet - nem kívánt bizonyítást felajánlani arra nézve, hogy lapjánál nem volt olcsóbb bulvárlap a piacon.

Értelmezése szerint a verhetetlen jelző szubjektív megállapítás. Álláspontja szerint a vizsgált jelző helyesen úgy értelmezendő, hogy a reklám közlésekor nem volt olyan sajtóorgánium, amely hetente kétszer VCD formátumú ajándékot adott az olvasóknak, és amely 59 Ft-ba, illetve 187 Ft-ba került volna.

IV.

6. A vizsgálati jelentés szerint:

6.1. A DVD lemezek lejátszására Magyarországon jelenleg forgalomban levő valamennyi DVD készülék alkalmas. A számítógépeknél a DVD filmek lejátszásához DVD meghajtó és az ahhoz szorosan kapcsolódó softwarek szükségesek.

VCD lejátszására a régebbi típusú – néhány éve vásárolt DVD készülékek nem mindegyike alkalmas, jelenleg is vannak forgalomban olyan készülékek, amelyeken nem lehet lejátszani a felvételt.

A jelentés rögzítette, hogy a GVH Informatikai Irodája szerint a legjelentősebb műszaki különbség a két formátum között a képi algoritmusban van, amely az VCD-nél folyamatosan változó értéket mutat 2,5 Mbps és 1,5 Mbps között, míg

a DVD-nél ez a szám fix 9,8 Mbps. Állítása szerint a hang és képminőség különbsége is érzékelhető még a laikus számára is.

Idézte, hogy a szakértő sem vitatta, hogy nem minden készüléken játszható le az ajándékmez (DVD, számítógép), és azt sem, hogy bár megszorítással, de különbség van a hang és képminőség között.

Megállapította, hogy a jelenleg forgalmazott készülékek alkalmassága nem azonosítható a fogyasztók tulajdonában levő készülékek alkalmasságával, így nem fogadható el az igazságügyi szakértői azon, jelenlegi forgalmi adatokon nyugvó megállapítása, hogy a Magyarországon kapható 60 DVD készülék típus közül csak a készülékek 15 %-a nem alkalmas az SVCD formátum lejátszására.

Rögzítette, hogy a tényleges számok pontosabb becslése érdekében több nagy DVD forgalmazót megkeresett a vizsgálat annak érdekében, hogy pontosabb becslést kapjon arról, hogy hány (potenciális) magyar fogyasztó asztali DVD készüléke nem alkalmas az VCD formátum lejátszására.

Az összesített adatok alapján megállapította, hogy a 2003. és 2004. években forgalomba került DVD készülékek esetében, és főként a nagyobb piaci részesedéssel rendelkező kereskedőknél jóval magasabb volt az eladott mennyiségben azon készülékek száma, amelyek nem voltak alkalmasak VCD lejátszására. Ez esetenként elérte az eladott készülékek 25-35 %-át is

Álláspontját látta alátámasztottnak azzal is, hogy az eljárás alá vont szombati számában megjelenő helyesbítés is a régi DVD készülékekre hivatkozott.

Kiemelte, hogy a számítógépen történő lejátszás tekintetében az igazságügyi szakértői jelentés is megjelölte, hogy milyen kiegészítő felszerelések szükségesek a számítógéphez annak érdekében, hogy az VCD formátum lejátszható legyen. Ez ellentétben áll azzal az állítással, mely azt sugallja, hogy a Magyarországon magántulajdonban levő valamennyi számítógép alkalmas a VCD formátum lejátszására, illetve ennek nincsen költség vonzata.

Rögzítette, hogy az Informatikai Iroda 3, igen jól felszerelt gépen próbálta ki az újság mellékletét képező filmet, de egyik gép sem volt alkalmas annak lejátszására, még a legújabb Windows Media Player 9 változattal felszerelt sem.

A jelentés szerint az ajándék mibenlétével kapcsolatos jogsértést az eljárás alá vont is elismerte azáltal, hogy részben helyreigazítást közölt, másrészt a második melléklet esetében már módosította az újság címlapján szereplő tájékoztatást.

6.2. Az eljárás alá vont kiadó napilapjához adott mellékletet ajándékként hirdette.

A lap ára a melléklet megjelenése előtt 88 Ft volt. A lemezt + 99 Ft-ért kaphatta meg a vásárló, tehát összesen 187 Ft-ot kellett fizetnie a lapért és a lemezért.

Fentieknek megfelelően megállapította, hogy az eljárás alá vont által a keddi lapszámhoz adott filmfelvétel ajándéknak tekinthető a piaci árakat figyelembe véve, mivel azért csak egy csekély összeget kellett fizetni.

Rögzítette, hogy a fizetés tényéről és összegéről a fogyasztókat a döntés meghozatala előtt tájékoztatták, így e vonatkozásban jogsértés nem valósult meg.

6.3. „verhetetlen áron” felsőfokú árujelző alkalmazása jogsértőnek minősül, ha az eljárás alá nem tudja igazolni - előzetes adatok alapján - azt, hogy a reklámban szereplő kijelentés minden aspektusában igaz.

A vizsgálat a reklám sugárzásának időpontjában vásárolta meg a Blikk Nők c. kiadványt, amely egy napilap különszámaként és tartalma alapján is bulvárlapnak minősül. A lap ára 49 Ft volt.

2005. június 20-án a Blikk Magazin ára is 59 Ft volt, vagyis ugyanannyi, mint eljárás alá vont lapjáié.

A jelentés szerint a reklám „verhetetlen áron” kijelentése védhetetlen, mivel bármely konkurens, akiknek üzletpolitikájára és árkialakítására az eljárás alá vont nincs hatással, egyik napról a másikra csökkentheti eladási árait, vagyis az eljárás alá vont által hirdetett ár alá mehet, azaz „megverheti”.

A kijelentés nem tekinthető szubjektívnek, hiszen egy lap ára objektív módon, matematikai összehasonlítással mérhető.

6.4. Fentiek alapján a 6.1. pontban írtak miatt a Tpv. 8.§. (2) c) pontjába, míg a 6.3. pontban írtak alapján a Tpv. 8. §. (2) a) pontjába ütköző jogsértés megállapítását indítványozta.

Álláspontja szerint a 99 Ft-ért megvett lemez ajándéknak minősül a 6.2. pontban írtakra tekintettel.

7. A vizsgálat indítványozta továbbá 5 millió Ft bírság kiszabását.

7.1. Kiemelte, hogy a pénteki Napi Ász c. újságból a szokásos 12-15 ezer példány helyett közel 60 ezer példányban fogyott, tehát jelentősen megnövelte a keresletet az eljárás alá vont kiadványával szemben.

A példányszám növekedést igen erős versenyhelyzetben érte el, ahol egy-egy ajándék vagy nyereményjáték reményében a fogyasztók könnyen választanak más lapot. Fentiek alapján vizsgáló a jogsértés súlyosnak ítéli meg.

A közzétett helyesbítést nem értékelte elegendőnek, és megállapította, hogy a jogsértés hatással volt a versenyre.

Megállapította, hogy a jogsértés olyan médiumban történt, amely a potenciális vásárlók széles körét éri el. Magyarországon az RTL Klub a legnagyobb lefedettséggel rendelkező, nagy nézettségű kereskedelmi csatorna.

A jogsértő reklámot ugyan csak három napon keresztül vetítették, de a city lightok hosszabb időn keresztül megtalálhatóak voltak az ország utcáin.

A vásárlói döntés meghozatala előtt a vásárlónak nem volt módjában megállapítani, hogy az ajándék film milyen formátumban készült, mert a borítón ez még a második film esetében sem volt feltüntetve. Az ajándék filmet pedig úgy rögzítették, hogy azt csak a vásárlás után tudta megtekinteni a vevő.

A vizsgáló értékelte eljárás alá vont jóhiszeműségét, ugyanakkor nem tartotta elegendő intézkedésnek, hogy csak az újság hátsó oldalán jelentették meg a helyreigazítást, hiszen ezzel csak néhány potenciális fogyasztót (kb. 12-15 ezer) volt elérhető szemben, a megtévesztő reklámmal. Az eljárás alá vont még a helyesbítésben sem tájékoztatta pontosan a fogyasztókat, hogy az ajándék lemez milyen formátumban készült.

A felajánlott cserелеmez ugyanúgy VCD formátumú volt, tehát cserére nem volt lehetőség. Az ajándék tényleges formátumát a lemezborítón csak a 3. ajándék lemezen tüntette fel. (Az VCD formátum csak 30-50 perces felvételek rögzítésére alkalmas.)

7.2. A verhetetlen állítással kapcsolatos jogsértést tartalmazó hirdetés eljárás alá vont olyan médiumokban jelentette meg (televízió és rádió), amellyel a potenciális vásárlók széles körét érhetette el. (A hirdetés 96 alkalommal hangzott el televízióban és 11 alkalommal rádióban.)

A széleskörű kommunikáció miatt a cselekmény hatással volt a versenyre még akkor is, ha az újságos standokon viszonylag könnyen ellenőrizhető az ár, tekintettel arra, hogy a lapok vásárlási folyamata során nem jellemző, hogy a fogyasztó hosszas keresési után hozza meg döntését. A fogyasztói döntés alkalmi és gyors, nem előzi meg piackutatás.

V.

8 .Az 1996. évi LVII. törvény (Tpvt.) 8. §. (1) bekezdése értelmében tilos a fogyasztók gazdasági versenyben történő megtévesztése.

A Tpvt 8. §. (2) bekezdés a.) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül, ha valamely vállalkozás az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad.

A Tpvt 8 § c.) pontjába ütköző - az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő – és a fogyasztói döntést tisztességtelenül befolyásoló magatartást valósít meg az a vállalkozás, amely az áru vásárlásához kapcsolt ajándékokról ad megtévesztésre alkalmas tájékoztatást.

9. A fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tárgyában indított versenyfelügyeleti eljárás szempontjából a alapvető jelentőséggel bír, hogy a vállalkozói magatartás versenyjogilag releváns legyen, vagyis a piaci viszonyok torzulásához vezessen vagy vezethessen. (Vj-127/2003 számú határozat).

Az eljárás alá vont vállalkozás kínálati piacon - hol a versenytársak között kiélezett verseny folyik a fogyasztók megnyeréséért - valósította meg a vizsgált magatartásokat.

Fentiek folytán a Versenytanács álláspontja szerint megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozás magatartásával kapcsolatban a Tpvt. 8. § (1) bekezdésében írt egyik tényállási elem, azaz a magatartás gazdasági versenyben történő megvalósítása, fennáll.

10. Ezt követően vizsgálta a Versenytanács, hogy az eljárás alá vont vállalkozás által a televízióban, illetve posztereken közzétett azon reklámállítás, miszerint „+ 99 Ft”-os felár mellett DVD-t ad ajándékba, alkalmas volt-e a fogyasztói döntés szabadságának befolyásolására, vagyis megsértette-e az eljárás alá vonti magatartás valamely, a Tpv. 8. § (2) bekezdésében írt tényállást.

10.1. Álláspontja szerint a fenti - a televízióban a kép és hang együttese által közvetített – reklámokban foglalt közlés egyrészt azt hozta a fogyasztók tudomására, hogy DVD-t kapnak a lap megvásárlásakor, másrészt pedig arról informált, hogy ez az „ajándék” DVD 99 Ft-ba kerül.

Fenti két üzenet közül az a közlés, miszerint az áru, vagyis a lap megvásárlása esetén az áruval együtt egy DVD tulajdonába juthat a vásárló - a Versenytanács álláspontja szerint - nem volt valós, amit tényszerűen az eljárás alá vont vállalkozás sem vitatott, és amit önmagában alátámasztott az eljárás alá vont vállalkozás által az első megjelenést követő napon kiadott helyreigazítás is.

A rendelkezésre álló adatokból megállapíthatóan az ígért DVD helyett adott VCD használati értéke nem azonos a DVD használati értékével sem az asztali DVD lejátszókat, sem a számítógépeket tekintve, így a közlés azáltal, hogy a reklám ígéretéhez képest felértékelte az eljárás alá vont vállalkozás által az újsággal együtt adott „ajándékot”, nem tekinthető jogszerűnek.

10.2. A Tpv. 9. §-a értelmében a reklámokban használt kifejezéseket a mindennapi életben elfogadott általános jelentésük alapján kell vizsgálni annak megállapításakor, hogy valamely tájékoztatás alkalmas-e a fogyasztók megtévesztésére.

Az „ajándék” szó annak a mindennapi életben elfogadott általános jelentése alapján, a Versenytanács álláspontja szerint, nem vitásan olyan juttatáskor alkalmazható, melynek megszerzéséért nem kell ellenértéket fizetni.

Fentiek ellenére a Versenytanács - önmagában - nem találta megtévesztésre alkalmasnak az ajándék szó alkalmazását tekintettel arra, hogy a reklámhordozók a szó használata mellett, mintegy azt értelmezve, illetve magyarázva, feltüntették azt is, miszerint ajándék alatt az értik, hogy a fogyasztónak kevesebbet kell fizetnie a lemez tényleges kereskedelmi árához képest.

10.3. Megtévesztésre alkalmas volt ugyanakkor a reklám azon összefüggésben, miszerint a fogyasztók „+99 Ft”-ért (a csökkentett ár fejében) egy DVD birtokába jutnak, ugyanis a feltüntetett alacsonyabb „ellenérték” nem ahhoz a használati értékkel bíró tárgyhoz kapcsolódott (DVD), melyet a reklámok megjelöltek.

Fentiekre tekintettel a Versenytanács szerint az eljárás alá vont vállalkozás magatartása a Tpv. 8. § c) pontjába ütközik, amennyiben az árral ellátott, kapcsolódó ajándéknak nevezett „többletszolgáltatásról” megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adott.

A magatartás sérti a Tpv. 8. § (1) bekezdés a) pontját is, mivel valótlan állítást tett arról a ténylegesen ellenérték fejében megvásárolandó áruról, amit az eljárás alá vont vállalkozás az általa egyébként forgalmazott áruhoz (újsághoz) kapcsolt.

10.4. Fentiek értelemszerűen vonatkoznak a tényállásban írt, más reklámhordozókon közzétett (poszter, saját újság) reklámokra is.

11. Az eljárás alá vont vállalkozás által a védekezésében előadottat a Versenytanács az alábbiak szerint nem találta elfogadhatónak.

11.1. Az eljárás alá vont vállalkozás az eljárás megszüntetését kérte arra tekintettel, hogy a vizsgált magatartás csekély súlyú.

A Tpv. 77. § (1) bekezdés j.) pontja alapján akkor lehet helye az eljárás megszüntetésének, ha nem állapítható meg jogsértés, továbbá - ennek hiányában - az esetben, ha a Versenytanács nem látja indokoltnak az eljárás folytatását (Tpv. 72. § (1) bekezdés a.) pont).

Jelen ügyben a jogsértés megállapítható volt, mivel az ahhoz szükséges tényállás – a fent kifejtettek szerint – megvalósult.

Fentiek folytán az eljárás alá vont vállalkozás által hivatkozott csekély súlyú abban a vonatkozásban volt vizsgálható, hogy indokolt lehet-e az eljárás folytatásának mellőzése.

A Versenytanács szerint cselekmény nem tekinthető csekély súlyúnak, mivel az eljárás alá vont vállalkozás a piaci részesedés növelését célzó magatartást különböző reklámhordozókon, így nagy nézettségű televízióban, jelentős számban közzétett posztereken, és saját újságjában kampányszerűen fejtette ki, miáltal – kínálati piacon, éles versenyhelyzetben - nagyszámú fogyasztóhoz jutott el a reklám.

Az a körülmény, hogy az eljárás alá vont vállalkozás - előadása szerint - utóbb el kívánta hátrítani magatartása következményét, szintén nem teszi csekély súlyúvá a magatartást.

A helyreigazításra csak a napilapokban, azoknak is csak a hátulsó oldalán, vagyis nem a figyelemkeltésre legalkalmasabb első oldalon került sor, szemben a jogsértő reklámmal, ami az első oldalon jelent meg.

Nem lett ugyanakkor közzétéve a helyreigazítás azon reklámhordozókon (televízió, poszter), melyekről nagy számú fogyasztó szerezhette tudomást az eljárás alá vont vállalkozás tervezett akciójáról.

A Tpv. 8 §-ába ütköző jogsértés megvalósul a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartás kifejtésével.

A konkrétan bekövetkezett, és egyben megállapítható piaci hatás, és ennek nagysága a bírság kiszabása körében értékelendő (Tpv.78.§(2) bekezdés).

Elvben mód van arra – az ügy összes körülményeinek mérlegelésével, illetve többek között az esetlegesen jelentéktelen piaci hatás figyelembevételével – hogy a Versenytanács indokoltság hiányában ne folytassa az eljárást, azonban a már kifejtettek alapján, valamint az 1/3, 6/4, és 6/5. számú üzleti titkot tartalmazó iratokban foglalt forgalmi adatokra is tekintettel a Versenytanács a megszüntetést nem látta indokoltnak.

11.2. A nyereségorientált vállalkozások versenyjogi felelősséggel tartoznak piaci hatású tevékenységük piaci következményeiért, így az eljárás alá vont vállalkozás esetleges jóhiszeműségének a jogsértés megállapítása, illetve az eljárás megszüntetése szempontjából nincs relevanciája.

Megjegyzi a Versenytanács, hogy álláspontja szerint az eljárás alá vont vállalkozás nem járt el kellő körültekintéssel akkor, amikor olyan reklámot jelentetett meg, amelyben foglalt ígéret megvalósíthatóságával kapcsolatos valós körülményekről nem győződött meg a reklám közzététele előtt.

12. A Versenytanács a Tpv. 9. §-a alkalmazásában értelmezte az eljárás alá vont vállalkozás azon reklámját is, amelyben „verhetetlen áron” hirdette az újságot.

A Versenytanács szerint - a szavak általános jelentése alapján - a verhetetlen árra vonatkozó állítás azt jelenti, hogy az adott piacon az eljárás alá vont vállalkozás árujánál nincs olcsóbb.

Az eljárás alá vont vállalkozás ezzel ellentétes álláspontját nem fogadta el.

A Versenytanács szerint azokon a piacokon, ahol a jelentős konkurencia harc folytán a vállalkozások egymástól függetlenül (folyamatosan) változtathatják az árakat, jogsértés veszélye nélkül nehéz megfogalmazni egy-egy elsőbbségi állítást.

Mindazonáltal, fentiektől függetlenül, nem lehetetlen, hogy valamely állítás egy adott hirdetési időtartamra igaz legyen, ehhez azonban - napilapok esetében - legalább a reklámozás napján igazoltan valósnak kell lenni az állításnak.

A vizsgálat alacsonyabb árat is feltárt, melyre tekintettek az eljárás alá vont vállalkozás állítása nem minősült valósnak, miáltal sérti a Tpv. 8. § (1) bekezdés a) pontjában írt rendelkezést.

Az eljárás alá vont vállalkozás felhívás ellenére nem ajánlott fel bizonyítást arra nézve – amire korábban hivatkozott (15.számú irat) -, hogy a hirdetési időszakban lapjánál nem volt olcsóbb bulvárlap a piacon.

Az eljárás alá vont vállalkozás értelmezése szerint a verhetetlen jelző szubjektív megállapítás, illetve a vizsgált jelző helyesen úgy értelmezendő, hogy a reklám közlésekor nem volt olyan sajtóorgánium, amely hetente kétszer VCD formátumú ajándékot adott volna az olvasóknak, és amely 59 Ft-ba, illetve 187 Ft-ba került volna.

A Versenytanács nem osztotta az eljárás alá vont vállalkozás fenti álláspontját, illetve értelmezését.

Az árral kapcsolatos közlés olyan információ, mely - a Tpv. 8. § (2) bekezdés a.) pontjából is megállapíthatóan - a fogyasztói döntés szempontjából lényeges ténynek minősül. A fogyasztó számára kedvező, ha egy adott újsághoz, melynek tartalmát ismerni szeretné, a reklám szerinti „verhetetlen” áron jut hozzá egy olyan piacon, ahol több hasonló tartalmú újságot kínálnak magasabb áron.

A Versenytanács szerint a reklámok szövegezése ellentmond az eljárás alá vont vállalkozás által előadott értelmezésnek.

A reklámok az 59 Ft-os, verhetetlen árú lapot kínálták a fogyasztóknak azzal, hogy a szöveggel, hogy „Jól jár, aki 59-re lapot húz! Mostantól verhetetlen áron a Napi Ász!

Csak 59 Ft-ért az újságárusoknál! Hétfőből ötször, a hétvégén is!”

12. A Tpv. 78. § (1) bekezdése alapján a Versenytanács bírságot szabhat ki, melynek összegét a Tpv. 78. § (2) bekezdésében írtakra tekintettel állapít meg.

A bírság összegét az eset összes körülményeire – különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartásra tekintettel határoz meg.

A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

A bírság összegének meghatározásakor a Versenytanács értékelte azt, hogy határozatában két jogsértés került megállapításra az eljárás alá vont vállalkozás terhére.

Mindkét reklám vonatkozásában figyelembe vette a gazdasági verseny veszélyeztetettsége körében, hogy az eljárás alá vont vállalkozás magatartását éles versenyhelyzetben fejtette ki, hol a fogyasztók egy-egy ajándék, vagy számunkra kedvező ár hatására dönthetnek az egymást helyettesítő lapok megvásárlásáról.

Mindkét reklám – a viszonylag rövid idejű, de intenzív reklámozás mellett - jelentős számú fogyasztót ért el azáltal, hogy a DVD-t reklámozó hirdetés a nagy nézettségű RTL-Klub csatornán, posztereken és az újságban is megjelent, illetve a különösen kedvező árat közlő reklámot 96 alkalommal sugározták különböző televíziókban, illetve tizenegyszer a közkedvelt Danubius Rádióban.

Figyelemmel volt a Versenytanács arra is, hogy a reklámok megjelenése időszakában az eljárás alá vont vállalkozás jelentősen emelte példányszámát, és a jogsértő reklámok ezen időszakban, a piaci térnyerés növelésével egy időben jelentek meg.

A helyreigazító nyilatkozatot – a fent már kifejtettek szerint – nem értékelte az eljárás alá vont vállalkozás javára a bírság összegének meghatározása szempontjából.

Budapest, 2005. szeptember 15.