



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Ügyszám: **Vj-40/2006/20.**

A 20. sz. határozat rendelkező részét a Versenytanács kijavította, mert feltüntette a Samsung 25M064 típusú tv-t is 2006. szeptember 29-i kijavításában.

Budapest, 2006. szeptember 29.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Euronics Magyarország Kft.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalma miatt indított eljárás során tartott nyilvános tárgyaláson meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t

A Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás azon magatartása, amellyel a 2005-2006. évi vizsgált időszakban megnehezítette az ECS6320 típusú hordozható számítógépre adott árengedménye megítélését, a Samsung CW2923065 típusú televíziót a valósánál nagyobb árkedvezménnyel hirdette meg, valamint a „Tud ennél olcsóbbat?” szlogent alkalmazta, a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas magatartást tanúsított.

Vele szemben 3.000.000.- (azaz Hárommillió) Ft bírságot szab ki, melyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül köteles megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557. számú bírságbevételi számlájára.

Ezt meghaladóan a jogsértés hiányát állapítja meg.

A határozat felülvizsgálatát az eljárás alá vont vállalkozás a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérheti a Fővárosi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható keresettel.

I n d o k o l á s

Az eljárás tárgya az eljárás alá vont vállalkozás (a továbbiakban Euronics) nyolc termékének népszerűsítésében 2005. májusától 2006. március közepéig tanúsított fogyasztómegegyezésre alkalmas magatartása, valamint a vizsgálati időszakban a „Tud ennél olcsóbbat?” jelszó használata.

I.

A Versenytanács az ügyfél előadása, a csatolt írásbeli bizonyítékok, a többször módosított 1996. évi LVII. törvény 71. §-a (a továbbiakban: Tpv.) nyomán készült vizsgálati jelentés alapján a következő tényállást állapította meg:

A műszaki cikkek (háztartási nagy és kisgépek, szórakoztató elektronikai, telekommunikációs stb. termékek) széles választékú hazai forgalmazásának éles versenyében a legnagyobb kínálatot a nagy alapterületű, szakosodott üzletekben (Electro World, Media Markt), s ezeken belül is a szakosodott áruházláncokban (Elektropont, Saturn, Euronics) és az ugyancsak széles választékban műszaki cikket kínáló, de alapvetően élelmiszer profilú vegyes kereskedelmi láncokban (Tesco, Cora, Auchan) forgalmazzák.

A Vj-49/2005. számú eljárásból ismert a GFK jelentése alapján a műszaki cikkek forgalmazására nagyobb üzlettérrel rendelkező versenytársak hazai piaci részesedése:

Media Markt	18,7 %
Tesco	16,5 %
Euronics	12,1 %
Metro	8,2 %
Auchan	7,7 %
Elektro World	6,3 %
Elektropont	4,3 %
Cora	3,4 %
Interspar	2,4 %
Saturn	0

Az Euronics

Az európai EURONICS nemzetközi láncot (lényegét tekintve beszerzési társulást) 1990-ben hozták létre, és a lánc ma már Ausztráliában és a Távols-Keleten is működik. A beszerzési társulás méreténél fogva előnyös feltételekkel tud szerződni a gyártókkal és az így szerzett előnyt, vagy annak egy részét a hálózathoz tartozó kereskedők, illetve a náluk vásárló fogyasztók kaphatják meg.

Az Euronics 2001. március 8. óta működő vállalkozás. Fő tevékenysége az alapítók által folytatott háztartási elektromos és elektronikus gépek, számítástechnikai és telekommunikációs eszközök kiskereskedelme, illetve az e tevékenység elősegítéséhez szükséges reklám és marketing tevékenység. Az Euronics 2001. április 10-e óta nemzetközi szerződésben foglaltak szerint szerzi be az árut, használja a márkanevet, nemzetközi akciókban vesz részt, alkalmazza az európai Euronics International kipróbált "know-how"-ját.

A társaság üzleti filozófiájához tartozik, hogy elsősorban a kistelepüléseken élő, alacsonyabb jövedelmű vásárlókat kívánja kiszolgálni. E fogyasztók márkáérzékenysége általában kisebb, az azonos funkciójú eszközök közül a választás legfőbb szempontja a termék ára. A vállalkozás ehhez igazodóan szervezte meg bolthálózatát.

Az Euronics az azonos elnevezés alatt működő **136** üzletével az egész ország területén megtalálható. A vállalkozás az alapító Vöröskő Kft, az Elektro-Quality Kft., a Bravotech Kft. és a Műszaki Áruházlánc Kft. vállalkozások üzleteit foglalja magában; az üzletek 70 %-a 40.000 lélekszám alatti településen található. Így a vidéki kistelepüléseken az egyik vezető pozícióban lévő vállalkozás.

A társaság árbevételi adatai: 2004-ben 154.900.000,-; 2005-ben 176.877.000,- Ft.

Az alapító tagok 2004. és 2005. évi közös marketing és reklámköltsége üzleti titok.

A kedvezmények

Az Euronics hétről-hétre ismeretlen mennyiségben terjeszti reklámújságját, továbbá óriásplakátokat is kihelyez. Ezek útján áruválasztékát ismerteti kedvezmények feltüntetésével.

A termékeket az eljárási időszak alatt háromféle kedvezménnyel lehetett vásárolni:

- Csereakcióban,
- Akcióban és
- Kiárúsításban

A csereakció során az árkedvezmény az új készülék vásárlásakor funkciójában azonos készülék leadásával volt érvényesíthető.

Az akciós értékesítésnél a kedvezmény mértéke jellemzően 20-25 % között volt, emellett esetenként alkalmazták azt a megoldást is, hogy egy termékhez egy másik terméket „párosítottak” és az akciós ár együtt volt értendő (SAMSUNG televízió 25M064).

A kiárusítási akciókban, ami a nyár végi, őszi, karácsonyi időszakhoz, illetve 2006-ban a kifutó (2005-ös) modellekhez kötődött, az engedmény mértéke 50%-ig emelkedett, esetenként előfordult egy-egy terméknél a 60-70%-os kedvezmény is. 2006. januártól kezdődően a társaság alkalmazta a kormány ÁFA csökkentési döntéséhez igazodóan az ÁFA 5%-os csökkentését, azt hirdette is szórólapjain.

Az engedményes akciókon túl a reklámanyagokban kiemelt helyet kaptak a részletvásárlási akciók figyelemfelkeltő hirdetései (kedvezményes hitel, ingyen hitel, 0%-os thm, stb.), valamint 2006. januártól a „Tud ennél olcsóbbat?” szlogen használata is.

II.

A Gazdasági Versenyhivatal a Tpv. 43/H. §-ra figyelemmel, a Tpv. 70. § (1) bekezdés szerint a jelen eljárást indította az Euronics ellen, mert úgy vélte, hogy 2005. májusa és 2006. márciusa között reklámeszközeivel (reklámújság, internet, óriásplakát) fogyasztómegegyezésre alkalmas tájékoztatást adott egyes műszaki termékei vásárlási feltételeiről, körülményeiről.

A Versenytanács ehelyütt külön nem ismerteti az egyes vélelmezett jogsértéseket, mert az áttekinthetőség kedvéért egyrészt az Euronics, a vizsgálat és a Versenytanács álláspontjával együtt táblázatba foglalta, másrészt a kifogásolt közléseket tartalmazó tájékoztatások a 20. számú jegyzőkönyv mellékletét képezik, amelyet az Euronics rendelkezésére is bocsátott.

III.

Az Euronics elsődlegesen a jogsértés hiányát kérte megállapítani.

Másodlagosan a Tpv. 75. §-t alkalmazhatónak tartotta, mert jogsértése csekély volt és az eljárás alatt kedvezmény feltüntetési gyakorlatában változtatásokat hajtott végre már a jelen eljárás folyamán.

Az elsődleges és másodlagos kérelme teljesítése hiányában a bírság kiszabásánál kérte figyelembe venni a cselekmény csekély súlyát. Előadta, hogy azért tartja azt csekélynek, mert

az semmiféle piaci hatást nem eredményezett. A piaci hatás hiányát pedig azért állította, mert arra a vizsgálati jelentés és a Versenytanács előzetes álláspontja nem utalt.

Megjegyezte, hogy a versenytársak nemcsak műszaki cikkeket forgalmaznak, hanem jellemzően vegyes profilúak.

Az eljárás során egyes kifogásolt reklámbeli állításait az eredeti, azaz az akciós árat megelőző ár érvényesülésével igazolta, míg másokat nem tudott bizonyítani. Ez utóbbi esetekben azzal védekezett, hogy bizonyítékai hiányában sem viseli a bizonyítási teher következményeit arra hivatkozva, hogy állításaival „ellentétes bizonyíték nem áll rendelkezésre”.

Az Euronics a Vj-1/1993 sz., Vj-94/1995. sz., Vj-68/1997. sz., Vj-11/2004. sz., Vj-106/2005. sz. eljárásokban hozott határozatokra hivatkozott védekezésének alátámasztására. A Versenytanács az Euronics álláspontját jogsértésenként nem részletezi, miután a határozat II. pontjában írt határozati mellékletbe foglalta.

IV.

A Tpv. 1. §-a szerint a törvény hatálya kiterjed az ország területén tanúsított piaci magatartásra, nem említve a kivételeket és a törvény személyi hatályát.

A Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontja szerint megtévesztésnek 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 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.

A c) pont szerint ha 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.

A d) pont szerint ha különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

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

A Tpv. 10. § szerint 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.

A Tpv. 75. § (1) szerint, ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza e törvény, illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel - az eljárás egyidejű megszüntetésével - kötelezővé teheti a vállalat teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. A végzés ellen külön jogorvoslatnak van helye (82. §).

A Tpv. 78. § (1) bekezdése szerint az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki e törvény rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet.

A (3) 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.

A gazdasági reklámtevékenységről szóló módosított 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 2. §-ának h) pontja szerint gazdasági reklám az olyan tájékoztatás, amely a szolgáltatás népszerűsítését mozdítja elő egyebek mellett, az o) pontja szerint pedig megtévesztő minden olyan reklám, amely bármilyen módon – beleértve a megjelenítést 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. 7. §-ának (1) bekezdése tiltja megtévesztő reklám közzétételét. A (2) bekezdés alapján a reklám megtévesztő jellegének megállapításakor figyelembe kell venni különösen a

reklámban foglalt azokat a tájékoztatásokat, amelyek a) az áru általános jellemzőire, b) az áru árára vagy az ár megállapításának módjára, valamint egyéb mellett a vásárlás egyéb szerződéses feltételeire vonatkoznak. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2) bekezdés a. pontja szerint az áru általános jellemzőjére vonatkozó tájékoztatásnak minősül különösen egyéb mellett műszaki jellemzőivel, adott célra való alkalmasságára, a használatától várható eredményre, ellenőrzöttségére, tesztelésére, valamint az igénybevételéhez, használatához szükséges bármely ismeretre vonatkozó tájékoztatás.

A Grtv. 15. § (2) bekezdése szerint a Grtv. 7. §-ába ütköző reklám esetén a Tpv-t-ben meghatározottak szerint a bíróság, illetve a GVH jár el.

A Grtv. 17. § (3) bekezdése szerint a reklámozó indokolt esetben - az eset körülményeire való tekintettel, figyelemmel a reklámozó és az egyéb érdekelt törvényes érdekeire - a reklám ténybeli állításainak bizonyítására kötelezhető.

V.

A vállalkozásoknak versenyjogilag nem tiltott, hogy a fogyasztók áru, szolgáltatás, szolgáltató választásának számukra kedvező alakulása érdekében a befolyásolás különféle eszközeit alkalmazzák.

A vállalkozások a fogyasztókat számtalan módon befolyásolhatják, de csak a piaci befolyásolás vizsgálható, mert a versenyjogi tárgy mindig piaci magatartás.

Ezért elsődlegesen a Tpv-t. hatályának (1. §) fennállta értékelendő, mert versenyjogi szempontból csak az áru, a szolgáltatás lényeges tulajdonságára vonatkozó, piaci hatást kiváltani képes tájékoztatásoknak, illetve a fogyasztó választási szabadságát befolyásoló üzleti módszereknek van jelentősége a Tpv-t. III. fejezete vonatkozásában. Minden közlés egyébkénti rendeltetését nem érintően hordozhat versenyjogilag értékelhető tartalmat, amennyiben a fogyasztók piaci körébe a fogyasztói döntés meghozatalához rendszeresített tájékoztatást juttat.

Azonban tilalmazott az Euronics számára is a Tpv-t. III. fejezetében példálódzóan felsorolt tevőleges vagy tartózkodó magatartások tanúsítása, amellyel piaci léptékben korlátozható a fogyasztók választási szabadsága. E magatartások törvényi rögzítést azért nyertek, mert kisebb-nagyobb mértékben alkalmasak a verseny kedvezőtlen alakítására azáltal, hogy

tisztességtelenül fogyasztókat vonhatnak el a versenytársaktól, amelynek következtében a fogyasztók érdeksérelmén túl, a versenytársaknak jogosulatlan versenyhátránya keletkezhet. Másképpen fogalmazva, ha a törvényi tényállás megvalósult, azaz a kifogásolt piaci magatartást a gazdasági versenyben azzal tanúsítják, hogy megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak, illetve a fogyasztó választási szabadságát indokolatlanul korlátozó üzleti módszert alkalmaznak, a piaci verseny kisebb-nagyobb mértékben torzulhat, amelynek nagyságát és következményeit a szankcionálás tükrözi. Ezért közömbös, hogy a vizsgálati jelentés és a Versenytanács előzetes álláspontja nem tért ki külön az egyébként konkrétan megállapíthatatlan piaci hatásra.

Az eljárás során az Euronics egyrészt egyes állításainak (a táblázatban 3., 4., 6., 7., 8. számú jelölésűek) versenyjogszerűségét hitelt érdemlően bizonyította, eleget téve a Versenytanács felhívásának, másrészt azokban az esetekben, amikor bizonyítékot nem tudott fellelni (a táblázatban 2. és 5. jelölésűek) a bizonyítási teher jogkövetkezményét a bizonyítási teher megfordításával kívánta elhárítani akként, hogy a hivatal bizonyítsa terhére esően, hogy a piacon a reklámbeli tájékoztatásokkal piaci esélyeit javítani kívánó Euronics állításai nem igazak.

A kifogásolt tényállítások bizonyítási terhének az Euronics általi viselése a Grtv. 17. § (3) bekezdése előírásából, de abból az általános jogelvből is következik, amely az állító félre rója a bizonyítás sikertelenségének következményeit. A hivatalra csak a jogsértés következményeinek levonása hárul a Grtv. 15. § (2) bekezdésén keresztül hatályosuló Tpv. szabályok szerint, amelyhez a jogsértés megállapítása, szükség szerint az egyéb jogkövetkezményekkel együtt, illetve a jogsértés hiányának megállapítása tartozik.

Bár a határozati táblázatos melléklet összegezi a vélelmezett jogsértéseket, egyes jogsértések megállapítását, illetve az Euronics bizonyítása folytán a jogsértés hiányát, a Versenytanács külön is részletezi a táblázatban 1., 2., 5., 9. szám alatt jelölt esetben megállapított jogsértések indokait.

Az 1. számú jogsértés

A Tpv. III. fejezetének fogyasztómegtévesztést és meghatározott üzleti módszer alkalmazását tiltó rendelkezését a fejezetcím egységbe foglalja, miután mindkétféle törvényi tényállás

megvalósulása alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. A kétféle törvényi tényállás-csoport elhatárolása azon múlik, hogy a kifogásolt magatartás tartalmaz-e fogyasztómeztévesztésre alkalmas elemet, mert ez esetben a kifogásolt magatartás nem a Tpv. 10. §-a szerint minősül, amelynek a meztévesztésre alkalmasság nem törvényi eleme.

A 7/2001. (III. 29.) GM. rendelet 2. § a) pontja szerint a rendelet alkalmazásában az eladási ár az áruért a fogyasztói forgalomban fizetendő ár, amely magában foglalja az általános forgalmi adót (áfa) és az árat terhelő más adók, illetve egyéb fizetési kötelezettségek összegét is, amely bruttó ár néven ismert.

Az Euronics árfeltüntetési gyakorlatától eltérően csak az 1. számú esetben tüntette fel úgy az eladási árat, hogy az eredeti és a kedvezményes ár összevetésre alkalmatlan volt. Az eredeti árat bruttó ár számításával jogszabályszerűen közölte, míg a kedvezményes ár alapját megváltoztatta és a bruttó árhoz képest, a jóval kisebb összegű nettó árat tüntette fel azzal, hogy ahhoz áfa is járul. E szabályszegés nem pusztán a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe nem tartozóan a rendelet megszegése, mert az 5. § értelmében a Grtv. alá vonható reklámban, – mint amilyenek az eljárásbeliek – a feltüntetett árakat csak eladási árként szabad feltüntetni. A Grtv. 15. §-a értelmében pedig a hivatalnak az efféle közlés meztévesztésre való alkalmasságát is vizsgálnia kell. Ebből következően azt kellett értékelni, hogy az árfeltüntetés alkalmazott módja alkalmas volt-e a fogyasztók meztévesztésére annak következtében, hogy az akciós újságban az eredeti árat úgy tüntette fel az Euronics, hogy „149.999,- helyett 99.999,- + áfa”, valamint az óriásplakáton 99.999,- + áfa, s felette esetleg nem is észlelhetően „Bruttó vételár: 124.999,-”.

A 2005. szeptemberi óriásplakáton a kétféle alapú árközlés egyensúlyát az észlelhetőséget kétségessé tevően az Euronics megbontotta, míg az akciós újságban a kétféle árközlés irányadó fogyasztói értelmezését megadta, s ezzel kiküszöbölte annak fogyasztómeztévesztésre alkalmas értelmezését, hogy nevezetesen nem tudható vagy kétséges az árengedmény mértéke. A fogyasztó az eredeti árat is nettó árnak vélhette, amelyből következően a kedvezmény nagysága a valósnál kedvezőbbnek tűnt. Az óriásplakát árfeliratainak jól észlelhetőségével, illetve az Euronics reklámújságbeli magyarázatával a fogyasztó meztévesztésre alkalmasság ugyan kiküszöbölhető és az Euronics ki is küszöbölte a magyarázatával, de a jogsértés hiánya mégsem állapítható meg, mert a különböző alapú árfeltüntetések az ajánlat megítélését nehezítették változatlanul (Tpv. 10. §).

A 2. és 5. számú jogsértés

A 2. és az 5. jogsértést a Versenytanács azonos elv szerint ítélte meg a Tpv. 9. §-ába foglalt értelmezési szabály szem előtt tartásával. A jogsértés vélelmének alapja az eredeti, azaz annak az árak az értelmezése volt, amelyből az Euronics különböző formákban (csere, árupárosítás, százalékos árengedmény) engedményt nyújtott.

A fogyasztók számára csak annak a korábbi árak volt jelentősége, amelyből a közvetlen megtakarítást el tudták érni, és nem annak a régebbi lehetséges árak, amely az akció időpontjára csökkent és így abból megtakarítást nem lehetett elérni.

A jogsértés vélelméhez egyes esetekben az vezetett, hogy a vizsgálati időszakban egy-egy termék állított eredeti ára az akciós időszakok során időről-időre emelkedett, miközben a kedvezményes ár lényegében nem változott. Ezért vált szükségessé, hogy az Euronics bizonyítsa az eredeti árat és annak változásait. A kifogásolt 2. és 5. számú esetben az Euronics az eredeti árat semmilyen módon nem tudta bizonyítani, amelynek következményeit viseli.

A két esetben megállapított jogsértés nem pusztán a Tpv. 8. § (2) bekezdés c) pontja szerint minősülő megtévesztésre alkalmas tájékoztatás az engedményekről.

Nemcsak valótlanok a 2. és az 5. jelölésű esetben árkedvezmény állításai, mert az Euronics nem tudta igazolni az eredeti árat, de szemléltette is a nem igazolt megtakarításokat az eredeti és a kedvezményes ár szerepeltetésével, mely a fogyasztói kedvezmény megítélést bizonyítatlanul kedvezőbbé tette és ezzel különösen előnyös vásárlás hamis látszatát is keltette (d. pont).

A 9. sz. jogsértés

A „Tud ennél olcsóbbat?” jelszó mintegy keretbe foglalta a 2005. évvégi és a 2006. évi reklámújságokban hirdetett sokféle árucikk népszerűsítését. Használatának célja nem lehetett más, minthogy a fogyasztó a hirdetett áruk közül válasszon. Visszatérő alkalmazása a Tpv. 9. § szerint tartalmilag azt közvetíti, hogy a fogyasztónak szükségtelen máshol olcsóbb árut keresnie, mert az Euronics árai a legalacsonyabbak a piacon. A lényegen nem változtat, hogy az Euronics formailag kérdésként fogalmazta meg bizonyításra szoruló piacelsőségi állítását, amely az Euronics terhére eső bizonyítatlanság miatt a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütköző jogsértés.

Ezért a Versenytanács a jogsértést a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja szerint megállapította.

A Versenytanács más versenytanácsi határozatok hivatkozott egyetlen megállapítását sem tartotta jelen határozatával ellentétesnek, annak elvi rögzítésével, hogy a kifogásolt magatartások sokfélesége, egyedi körülményei a jogalkalmazás változása, fejlődése az egyes eljárásokban különböző következtetésekre adnak indokot. A Versenytanács e határozatokra röviden utal, azok helyes értelmezése érdekében.

- Vj-1/1993., és Vj-34/1999. – téves az értelmezés, mert szükségtelen a fogyasztói tényleges hátrány, elegendő annak lehetősége a jogsértés törvényi tényállása folytán,
- Vj-68/1997. – a jelen határozati álláspontot erősíti, mutatja, hogy a hivatal vizsgálja az állított eredeti ár érvényesülését,
- Vj-11/2004. – kizárt a jogsértés megállapítása más esetben,
- Vj-106/2005. – kifogásolt magatartást nem menti a kellő fogyasztói körültekintés hiánya, legfeljebb enyhíti.

A Versenytanács a bírság kiszabása körében (Tpvt. 78. §) közömbösnek tartotta, hogy az Euronics számos versenytársa vegyes profilú tevékenységet folytat, hiszen a piaci szereplők piaci helyének vizsgálata csak a műszaki cikkekre irányadóan folyt. Az Euronics vitatott mértékű piaci részesedése ellenére jelentős piaci szereplő, nemzetközi kapcsolatai és országos üzlethálózata miatt. Enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy a köznapi termékeket forgalmazó Euronics-et első ízben marasztalta, a vélelmezett jogsértések mintegy fele bizonyult megalapozottnak, ezért a kiszabott bírság jelzésértékű.

A Versenytanács a 3., 4., 6., 7., 8. sz. esetben a jogsértés hiányát állapította meg (Tpvt. 77. § (1) bekezdés i. pont). Ez részben a vizsgálói megállapítással való egyetértésen, részben a bizonyítékok mérlegelésén alapult. Ugyanis a csatolt árbizonyítékok nem közvetlenül az akciós árat megelőző időből származtak, hanem korábbi keletűek voltak, de az Euronics előadása szerint egy-egy akció kezdetéig érvényesültek, vagyis olyan árak voltak, amelyekből közvetlenül a fogyasztók megtakarítást tudtak elérni. Miután a Versenytanács bizonyíték hiányában az Euronics ezen nyilatkozatát kétségbe vonni nem tudta, ezért elfogadta a hivatkozást.

A határozat elleni Tpvt. szerinti jogorvoslati jogot a 83. § biztosítja az Euronics számára.

Budapest, 2006. szeptember hó 29.

Termékek és a vélelmezett jogsértés	Euronics álláspont	Vizsgálói álláspont	Versenytanácsi álláspont
1.) Notebook ECS G320 2005. május 20. EURONICS akciós újság és óriásplakát hirdetése: 149.999,- helyett 99.999,- + áfa.	Notebook 2005. május 20-i szórólapon A szórólapon jól olvashatóan megállapítható, hogy a 149.999,- Ft-os ár bruttó ár, továbbá hogy a 99.999 + ÁFA ár 124.999,- Ft összesen. A GVH számára zsinórmértékül szolgáló fogyasztó az ésszerűen eljáró fogyasztó. Mint azt a VJ-34/1999. sz. határozatában a Versenytanács megállapította a reklám esetén a vizuális és szöveges megjelenítés együttesen értékelendő. Elvárható, hogy a fogyasztó, amikor egy reklámot meglekint, annak teljes szövege alapján hozza meg döntését. Márpedig az akciós felhívás és a mellette levő szöveg egyértelműsíti a fogyasztó számára, hogy a 99.999 + ÁFA a bruttó ár. (Ez abból is kiderülhet, hogy a + ÁFA megjelölés külön feltüntetésre került.) A VJ-106/2005 határozat szerint a Versenytanács különbséget tesz a kis értékű ügyletek és a nagy értékű ügyletek között: „... a mindennapi, nem nagy értékű, gyakran vásárolt fogyasztási cikkek reklámozásakor tanúsítandó magatartással szemben, ahol a fogyasztótól nem várható el, hogy a kapott információhalmazt a vásárlás előtt alaposan megvizsgálja, azaz pl. az áru címkéjén szereplő információkat hosszadalmasan tanulmányozza – a huzamosabb, nagyobb értékű ügylet esetén a fogyasztókkal szemben is magasabb elvárás támasztható, főként akkor, ha nem valótlan (...) számokra esetleg ellentmondó információval találkozik. Ebből következik, hogy egy 100.000,- Ft összegű, nagy értékűnek nevezett vásárlás esetén a fogyasztótól elvárható, hogy tájékozódjon, olvassa el az apró betűs tájékoztatást és fogyasztói döntést ezt követően hozzon. A 2005. május 20-i szórólapon megjelenített notebook-kal kapcsolatos információk nem tévesek, a valóságnak megfelelőek és széleskörűek. Így a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolásáról nem lehet szó. Óriásplakát kampány. Az óriásplakáton is feltüntetésre került az ár: 99.999 + ÁFA, továbbá a bruttó vételár: 124.999,- Ft is olvasható. Összhangban a Versenytanács VJ-106/2005. sz. határozatával, mivel nagyobb értékű berendezésre vonatkozik a reklám, a fogyasztótól a szélesebb körű tájékozódás elvárható. A 2005. szeptember 1-i reklámmal kapcsolatos elmondottak megegyeznek a 2005. május 20-i szórólappal kapcsolatosan elmondottakkal. A VJ-68/1997. sz. határozatában a Versenytanács kimondta, hogy a kedvezményes ár feltüntetése, ha az alacsonyabb a korábbi árnál, nem alkalmas a fogyasztó megtévesztésére. A 2006. január 2-i szórólappal kapcsolatosan ismét utal a 2005. május 20-i szórólappal kapcsolatban elmondottakra. Ha 2006. januárjától a termék árát emelték 2005. szeptemberéhez képest, úgy jogosan tüntethették fel a 173.280,- Ft-ot.	2005. május 20. EURONICS akciós újságban: 149.999,- helyett 99.999,- + ÁFA. A kiskereskedelmi értékesítésben a nettó ár feltüntetés az adott módon, az engedményt nem tartalmazó bruttó árhoz viszonyítva lehet jogsértő. Mivel az alkalmazott grafikai megoldásban a „+ÁFA” kitétel harmadnagyságú betűvel szerepelt a szórólapon, a fogyasztó – első ránézésre – az alacsonyabb, nagyméretű nettó árat gondolhatta a termék fogyasztói árának, ezért a megtévesztésre való alkalmasság jelen esetben megállapítható. Az óriásplakát kampányban – 2005. szeptember (VJ-40/2006/12/9 sz. melléklet) csak a 99.999,- + ÁFA megjelölés szerepel, a megtévesztésre való alkalmasság itt egyértelmű.	Az eredeti árról nem tudni, hogy bruttó ár, mivel az akciós ár egyértelműen nettó ár. A fogyasztó ezért az eredeti árat is nettó árnak vélheti, amelyből következően a kedvezmény nagysága a valósánál kedvezőbb. A fogyasztómegtévesztésre alkalmas magatartást megszünteti az ugyanott olvasható apró betűs magyarázat, ami az Euronics javára írandó, de nem változtat azon, hogy a különböző alapú árfeltüntetés az ajánlata megítélését nehezíti. A Versenytanács álláspontját erősíti, hogy más esetekben az eredeti és a kedvezményes árat az Euronics egyaránt bruttó árként adta meg. A 2006. január 2-i szórólapi tájékoztatás nem lelhető. A Versenytanács a jogsértést megállapította (Tpvt. 10. §).
2.) Samsung televízió 25M064 2005. november 10-i és november 18-i szórólapon a termék ára, illetve az engedmény mértékének feltüntetése. 2005. november 10.: 69.999,- helyett csereakcióban 59.999,- 2005. november 18.: ráadás porszívóval 79.999,- helyett – 25%, így 59.992,- 2006. február 1.: 79.990,- helyett 30%, így 56.976,-	Samsung televízió. A 2005. november 18-i szórólapon foglaltak megfeleltek a valóságnak. A 2005. november 18-i szórólapon a fogyasztót nem tévesztik meg. A televízió árát (69.999,- Ft) megnövelték a porszívó árával (79.999,- Ft) és ebből vontak le 25% kedvezményt. Az árengedmény így valós volt. A 2005. november 10-i szórólapon feltüntetett akció csereakció volt, ahol az engedmény nem azáltal valósult meg, hogy a cég az árat közvetlenül csökkentette, hanem azáltal, hogy az eredeti ár alkalmazásakor figyelembe vette a beszállított és leadott használt termék árát, így juthatott az alacsonyabb árra. 2006. során a termék árát az Euronics Kft. megemelhette, így elfogadható a 30% árengedmény érvényesítése is.	Megállapítható, hogy a három akciós újságban közölt tájékoztatásban csak az eladási ár (fogyasztói ár) - 59.999,- Ft – azonos vagy hasonló. Az adatokból az állapítható meg, hogy a 2005 novemberi „ráadás porszívó” akciókban alkalmazott árból adta 2006 februárjában a 30% engedményt. A megtévesztésre való alkalmasság megállapítható.	A Versenytanács egyetért a vizsgálói megállapítással, akként, hogy az Euronicsnak bizonyítania kellett a terhére esően, hogy a Samsung televízió eredeti ára önmagában volt 69.999,- Ft, illetve 79.999,- Ft 2005. végén, 2006. elején. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c. és d. pont).
3.) Polar PDT-519 mosógép 2005. novemberi szórólapon az árfeltüntetés és a Whirlpool logo használata. 2005. november 2.: csereakcióban hirdeti 59.999,- Ft helyett 49.999,- Ft-ért. 2005. november 10.: 59.999,- Ft helyett 49.999,- Ft. 2005. november 18.: 25% kedvezménnyel 66.666,- Ft helyett 49.999,- Ft.	Nem sugallja azt a szórólapon, hogy az Euronics Kft-nél 20% az ÁFA. Az ÁFA 5%-os csökkenése a 2005. novemberében már bejelentett kormányzati intézkedésre utal. A szórólapon mindenhol fel van tüntetve a tényleges ár és a csökkentett ár, így a fogyasztó pontos tájékoztatást kap a tényleges árcsökkenés mértékéről. Igazából a fogyasztót nem az ÁFA mértékének csökkentése érdekli, hanem az, hogy az eredeti árhoz képest mekkora az árcsökkenés: erről pedig pontos információt kap a szórólapon. 2005. október 1-én 66.900,- Ft volt az írásbeli bizonyítékkal igazolt eredeti ár, a fogyasztó javára tévedett, ami nem jogsértés.	A szórólaponból megállapítható, hogy a november 10-i csereakcióban 59.999,- helyett 49.999,- Ft-ért adják a készüléket. 2005. november 18-án 66.666,- helyett – 25%-kal értékesítik ugyanezen az áron. Az eljárás alá vont által csatolt Vj-40/2006/10/ számú irat 21 számú mellékletében szereplő számla szerint a gépet a Whirlpool „Polar” márkanéven (elnevezéssel) értékesíti. A Polar termékeket a Whirlpool csoporthoz tartozó gyártók állítják elő, ebből következően a reklámújságban a termék képe alatt a „Whirlpool” és a „Polar” logo egymás melletti feltüntetése – a gyártó, illetve a technológia azonossága miatt - nem valósítja meg a megtévesztést. A Whirlpool gyári garancia nem erősíti a megtévesztés hatását.	A Polar-PDT-519 mosógép 2005. november 10-ig csereakció nélkül 59.997,- Ft-ba került, november 18-án pedig az akció nélküli árat 66.666,- Ft-ban tüntették fel. Az Euronicsnak bizonyítania kellett a terhére esően, hogy a mosógép 66.666,- Ft-os ára 2005. november 10. és 18. között érvényesült. Ennek hiányában az árengedmény megjelölése 25%-ban valótlan. A Versenytanács sem kifogásolta a Whirlpool logo használatát. A Versenytanács a jogsértés hiányát állapította meg az Euronics bizonyítéka alapján.
4.) Samsung projektor SP43T 2005. november 10-i szórólapon csereakcióban és 2005. november 18-i szórólapon kedvezménnyel	A november 10-i és 18-i szórólapon megjelenítés között üzletpolitikai változás következett be. Korábban csereakcióban hirdették a terméket, ezt követően árengedményt alkalmaztak. Nem megtévesztő a 249.999,- Ft-os ár, mert bizonyítottan 2005. február 10-én 249.999,- Ft volt ez eredeti ár, a fogyasztó javára tévedett, ami nem jogsértés.	A terméket a 2005. november 10-i szórólapon csereakcióban 249.999,- helyett, a 2005. november 18-i szórólapon 239.990,- helyett – 25% kedvezménnyel, de ugyanazon az áron értékesítették (179.999,- Ft, illetve 179.992,-ért). Az eltérő tartalmú (elnevezésű)	Az Euronics 2005. november 10-én 249.999,- Ft eredeti árral, november 18-án pedig 239.990,- eredeti árral jelölte ugyanazt a Samsung SP43T projektoros televíziót, de november 18-án az SP43T jelölést kihagyta. Előbb csereakcióval, utóbb

ugyanaz az ár.		akció (csere, kedvezmény) két egymást követő periódusban megfogalmazásában különbözik. Ami a megtévesztésre alkalmasságot alátámasztja, az az eredeti ár változtatása a két újságban.	árengedménnyel az akciós ár 179.992, illetve 179.997,- Ft lett. Az Euronicsnak bizonyítani kellett terhére esően az eredeti árat, mert a kedvezmény ehhez képest jogszerű. A Versenytanács a jogsértés hiányát állapította meg az Euronics bizonyítéka alapján.
5.) Samsung CW29Z306T Slim fit televíziót 2005. november 02-án 149.999,- Ft-os eredeti áron hirdette és 129.999,- Ft-ért adta csereakcióban, a 2006. február 1-i szórólapon ugyanezt 30% kedvezménnyel 173.280,- Ft helyett 119.876,- Ft-ért adta.	A termék eredeti ára 173.280,- Ft volt. A 2006. február 1-i szórólapon 173.280,- Ft helyett 119.876,- Ft-ért értékesítették a terméket. Ez 30%-os árengedményt jelent. A mínusz 5% ÁFA a 30%-hoz képest más színnel van feltüntetve és csupán azt jelenti, hogy a Euronics alkalmazza áraiban az 5%-os ÁFA csökkenést. 2005. során a termék ára 173.290,- Ft volt, a 149.999,- Ft eredeti ár megjelölés, ha nem felelt meg a valóságnak, a fogyasztót hátrány akkor sem érte, ezért a VJ-1/1993. sz. versenytanácsi határozat értelmében a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolását sem lehet megállapítani.	A tv-t 2005. november 02-án 149.999,- Ft-os eredeti áron hirdette és 129.999,- Ft-ért adta csereakcióban. A 2006. február 1. szórólapon ugyanezt a terméket 30% kedvezménnyel 173.280,- Ft helyett 119.876,- Ft-ért adta. Megállapítható, hogy a szórólapon az eredeti ár feltüntetése téves, és a téves tájékoztatás alkalmas a megtévesztésre.	Az Euronicsnak igazolnia kellett terhére esően, hogy az eredeti ár 2005. novemberétől februárig 173.290,- Ft volt. Ehhez tartozik, hogy miért jelölte 2005. november 1-én az eredeti árat 149.999,- Ft-ban. A Versenytanács a jogsértést megállapította az Euronics bizonyítéka hiányában (Tpvt. 8. § (2) bekezdés c. és d. pont).
6.) A Gorenje K177XB hűtőgépet az Euronics 2005. szeptember-októberben az eredeti árat 59.999,- Ft-ban jelölte, csereakcióval 49.999,- Ft-ért adta. 2005. decemberében az eredeti árat 66.666,- Ft-ban jelölte, ami 25%-os árengedménnyel ugyancsak 49.999 Ft-os eladási árat eredményezett. 2006. február 1-vel az Euronics 69.990,- Ft-os eladási árat közölte, amelynek 30%-os kedvezményes vételára 48.975,- Ft lett.	A hűtőgép ára igazoltan 2005. májusától 66.900,- Ft volt. 2005. szeptember től december felé haladva az eredeti ár ezalatt, illetve az igazolt árral közel azonos volt. A fogyasztó javára tévedett, ami nem jogsértés.	Az eredeti ár változtatása a megtévesztésre alkalmasságot alátámasztja.	Az Euronicsnak terhére esően bizonyítania kellett, hogy 2005. decemberétől az eredeti ár valóban 66.666,- Ft volt. Ennek hiányában a 25%-os, illetve a 30%-os árengedmény valótlán. A Versenytanács nem kifogásolta a – 5% ÁFA jelölést, mivel a 30%-os árengedménybe egyértelműen beleértendő. A Versenytanács a jogsértés hiányát állapította meg az Euronics bizonyítéka alapján.
7.) Nokia kártya független mobil telefon 2600-t 2006. február 16-án ezt a terméket -33%-al hirdették 29.990,- Ft helyett 19.975,- Ft-ért. Ez a termék már „bevezető áron” 2005. szeptember 30-án is ennyibe került. Csereakcióban 29.999,- Ft helyett 19.999,- Ft-ért.	2005. szeptember 30-a és 2006. között áremelésre került sor. 2005. folyamán az Euronics csereakcióról határozott, a kártyához (telefon) 19.990,- Ft-ért is hozzá lehetett jutni. 2005. végén 2006. elején a termék tekintetében a Euronics új árengedmény alkalmazásáról döntött. Az árengedmény –33%-ban valósult meg csereakció nélkül. Ez az árengedmény a csereakció hiánya miatt eltérő jellegű volt a 2005-ös árengedménytől.	Megállapítható, hogy az árfeltüntetés, pontosabban a 2006-os kiinduló árfeltüntetés téves. A megtévesztésre alkalmasság megállapítható. Rögzíteni kell, hogy a csökkentett fogyasztói ár 2006-ban sem magasabb a 2005. évinél.	A Versenytanács eleve nem sérelmezett jogsértést, mert 2005. szeptemberében és 2006. februárjában is a Nokia kártya állított eredeti ára 29.999,- Ft, illetve 29.990,- Ft volt, azaz nem változott, amelyhez képest csupán a kedvezmény jellege változott. Szeptemberben cserevel, februárban 33%-os árengedménnyel alakult ki a kedvezményes 19.999,- Ft, illetve a 19.975,- Ft-os eladási ár.
8.) Polar 650-es mosógép. Ez a termék nem Whirlpool termék, ezért a logo sem használható. Megtévesztő lehet, hogy egy nem márkás terméket a piac ismert mosógépmárkájával hirdetnek és ezt megerősítik azzal, hogy Whirlpool garanciát adnak hozzá.	A Whirlpool logo használata nem kifogásolható, mert a Polar 650-es mosógép a Whirlpool csoport tagja.	A Whirlpool logo használata nem kifogásolható, mert a Polar 650-es mosógép a Whirlpool csoport tagja.	A Versenytanács a jogsértés hiányát állapította meg, mert a Polar 650-es mosógép a Whirlpool csoport tagja.
9.) A „Tud ennél olcsóbbat!” jelszó, amely a 2005. II. félévi és 2006. évi reklámújságok vezető szlogenje volt.	A „Tud ennél olcsóbbat!” téves kifejezés. Ténylegesen az alábbi szlogen hangzik el: „Tud ennél olcsóbbat?” Az ÁFA csökkentésre való hivatkozás pedig összhangban van a Kormány által a Euronics-nek adott védjeggyel. A Kormány ugyanis azokat a cégeket, amelyek tényleges ÁFA csökkentést alkalmaztak védjegy viselésével bízza meg. A Euronics ezért tünteti fel a –5%-os védjegyet szórólapjain megkülönböztetett színnel.	A „Tud ennél olcsóbbat!” jelszó, amely a 2005 végi és 2006 évi reklámújságok vezető szlogenje volt jogsértő. A választott figyelemkeltő kifejezés önmagában, a reklámeszközök környezetével összevetve (szórólapokon, plakátokon, tévéreklámban) alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. Nem fogadható el az eljárás alá vont védekezésének az a része, hogy kérdés formában közölt figyelemfelkeltés nem alapozhatja meg a megtévesztésre való alkalmasság megállapítását. A szlogent ugyanis a vizsgálat szerint úgy kell és csakis úgy lehet értelmezni, hogyha a fogyasztó tud ennél olcsóbbat, akkor odamegy vásárolni, ha nem tud, mert a kisvárosban (településen) az Euronics-on kívül más üzlet (versenytárs) nincs, akkor a kérdés formájában közölt - kódoltan: „a legolcsóbb vagyok” - üzenet valóságtartalma, illetve az összehasonlítás realitása megkérdőjelezhető.	A Versenytanács fogyasztómegtévesztésre alkalmasnak tartotta a „Tud ennél olcsóbbat?” kifejezés használatát, függetlenül az alkalmazott írásjeltől, mert a közölt árak teljes skálájának a legalacsonyabb voltára utal. A Versenytanács a jogsértést megállapította (Tpvt. 8. § (2) bekezdés a) pont).