



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-155/2007/33.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Csemege Match Zrt.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása miatt indult 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 a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított azzal, hogy 2007. április 11. és 24., 2007. április 24. és 30., 2007. május 2. és 8., 2007. május 23. és 29., 2007. május 30. és június 5. és 2007. június 20. és július 3. között tartott akciói keretében meghirdetett

- (i) egyes termékek az akció kezdőnapján egyes boltjaiban nem voltak elérhetőek, illetve
- (ii) egyes termékek egyes boltokban az akció egy-egy napján nem a meghirdetett áron voltak elérhetőek.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított harminc napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

I n d o k o l á s

I.

A tények

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a tisztességtelen piaci magatartás és versenykorlátozás tilalmáról szóló, módosított 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve 70. § (1) bekezdése alapján 2007. szeptember 26-án versenyfelügyeleti eljárást indított a Csemege Match Zrt. (a továbbiakban: Match Zrt., vagy eljárás alá vont) ellen, vizsgálva a 2007. április 11. és 2007. július 3. között megjelent

reklámújságjaiban feltüntetett termékek forgalmazását elősegítő teljes kommunikációs tevékenységet.

2. A vizsgálat indítását megelőzően a GVH észlelte, hogy a Match Zrt. 2007. április 11 – április 24. között érvényes reklámújságjában hirdetett hármaskiszerelésű Silan öblítő vélelmezhetően nem volt kapható az akcióidőszakban, így csak a termék egyesével történő megvásárlására volt lehetőség, amely esetben azonban nem volt érvényes a meghirdetett kedvezmény. Szintén észlelte a GVH, hogy a Match Zrt. 2007. június 20-tól július 3-ig tartó akcióidőszakában meghirdetett 779 Ft/kg egységárú császárszalonna vélelmezhetően nem volt kapható a 656. számú egri szupermarketben az akció első két napján.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. A Match üzlethálózat a Louis Delhaize csoport tagja, amely Európa több országában, illetve az Antillákon és Guyanában van jelen. A csoport tulajdonát képezik a Match szupermarketeken kívül a Profi diszkontok, Cora hipermarketek, kertészeti és kisállat-kereskedések, egy francia nyelvű internetáruház és egy bank is.
4. A magyarországi Match főtevékenysége élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem, 2006. évi nettó árbevétele 55 403 448 ezer Ft volt. Eljárás alá vont az egész országra kiterjedő bolthálózattal rendelkezik, termékeit összesen 124 üzletben kínálja a fogyasztóknak. A Match szupermarketek jellemzően nagyobb városokban – általában a városok központjában – találhatóak, alapterületük 400-1600 négyzetméter; az áruválaszték üzletmérettől függően 4500-16000 terméket ölel fel.
5. Eljárás alá vont piaci részesedése az élelmiszer- és élelmiszer jellegű vegyes kiskereskedelmi forgalomból – saját becslése szerint – 2007. április, május és június hónapokban egyaránt 5% alatt volt.

A vizsgált magatartás

6. A Versenytanács a vizsgáló által beszerezett, továbbá az előzetes álláspont kézhezvételét követően az eljárás alá vont által utólag szolgáltatott adatok (Vj-155/2007/27. és 30. számú iratok) és az eljárás alá vontnak a Versenytanács tárgyalásán előadott nyilatkozata (Vj-155/2007/29. és 32. számú iratok) szerint rögzítette a vizsgált magatartásra vonatkozó tényállást.

7. Az eljárás alá vont fő tevékenysége a napi fogyasztási cikkek, valamint a háztartáshoz szükséges apróbb felszerelési tárgyak kiskereskedelmi forgalmazása. Ilyen jellegű tevékenységet a hiper- és szupermarketek, illetve kisebb boltok is folytatnak.
8. A nagyobb piaci szereplők értékesítési gyakorlatának meghatározó eleme az adott időközönként változó kínálattal tartott akció, amelyekre különböző módokon, így különösen akciós újságok, de egyes esetekben szórólapok vagy más hirdetések formájában hívják fel a fogyasztók figyelmét. Az akciók keretében az adott áru tekintetében, a rendelkezésre álló árukészlet erejéig a piaci szereplők árengedményeket biztosítanak a fogyasztóknak.
9. A Match Zrt. is rendszeresen tart akciókat, amelyről a fogyasztókat ingyenes reklámújságjaiban tájékoztatja. A nagy példányszámú akciós újságokat az áruházak vonzáskörzetében terítik, ahol számos potenciális fogyasztót elérhet a közzétett marketing kommunikáció.
10. A vizsgálat során beszerzett tájékoztató anyagok (lásd a Vj-155/2007/18. és 29. szám alatti iratokat) tanúsága szerint az eljárás alá vont a vizsgált időszakban többféle reklámújságot jelentetett meg, ezeket jellemzően az különböztette meg, hogy mely boltokra érvényesek az ajánlatok. Az eljárás alá vont az ajánlat érvényességi körét a reklámújságok utolsó oldalának alján, olvasható formában jelenítette meg.
11. A vizsgálat során beszerzett adatok szerint az eljárás alá vont 2007. április 11-24., illetve a 2007. június 20. - július 3. közötti időszakra vonatkozóan az egész országra kiterjedő egységes újságot jelentetett meg. A 2007. április 25-30., május 2-8., május 23-29., közötti időszakokban kétféle reklámújságot jelentetett meg: a boltjai nagy részére vonatkozó „Heti Ajánlat”-ot és a szűkebb – jellemzően a nagy alapterületű budapesti, illetve egyes esetekben a nagyobb vidéki – bolthálózatot, ám az előzőnél szélesebb termékkört lefedő „Extra Ajánlat”-ot. A 2007. május 30. június 5. közötti időszak tekintetében a beszerzett adatok szerint az eljárás alá vont azonos termékkört lefedő, azonos című (Heti Ajánlat) újságot jelentetett meg egyrészt a vidéki, másrészt a budapesti boltjait lefedve. Össességében a két reklámújság lefedte teljes bolthálózatát.
12. A GVH a Match Zrt. 2007. április 11. és július 3. közötti időszakokra érvényes, a vizsgált rendelkezésre álló reklámújságjaiból véletlenszerűen kiválasztott összesen 28 termékről kért be az eljárás alá vonttól részletes adatokat. A hat vizsgált akciós időszakban megjelent országos reklámújságból – a vizsgáló véletlenszerű kiválasztását követően – a következő termékek alkalmazott árainak és elérhetőségének részletes elemzésére terjedt ki a versenyfelügyeleti eljárás.
13. 2007. április 11. és 24. között érvényes akciós újság:

Termék neve	Termék fajtája	Kiszerelés	Ár	Áthúzott ár	Megjelenés helye	Érintett boltok száma
Danone Activia joghurt	natúr	4x125 g	269 Ft	————	1. oldal	124
Pöttyös Óriás Túró Rudi	tej, ét	5x51 g	475 Ft	————	2. oldal	124
Carte d'or jégkrém	madártej+csoki	1+1 ajándék, 725 ml+725 ml	1049 Ft	————	3. oldal	124
Kaiser duó májas	————	2x200 g	329 Ft	————	4. oldal	124
Balaton multipack	tej, ét	4x30 g	189 Ft	————	6. oldal	124
Silan öblítő	többféle	2+1 ajándék, 3x1 l	959 Ft	————	7. oldal	124

14. 2007. április 25. és április 30. között érvényes akciós újság

Termék neve	Termék fajtája	Kiszerelés	Ár	Áthúzott ár	Megjelenés helye	Érintett boltok száma
Profí friss tej	2,8 %	1 l	155 Ft	————	Extra ¹ 1. oldal	16
Csirkecomb	tálcás és lédig	————	559 Ft/kg	————	Extra 2. oldal	16
Meggybefőtt	magozott	720 ml	219 Ft	265 Ft	Extra 3. oldal	16
Nestea	Több ízben	1,5 l	259 Ft	299 Ft	Extra 4. oldal	16
Segafredo	őrölt kávé	2x250 g	769 Ft	999 Ft	Heti 2. oldal	124

15. 2007. május 2. és május 8. között érvényes akciós újság:

Termék neve	Termék fajtája	Kiszerelés	Ár	Áthúzott ár	Megjelenés helye	Érintett boltok száma
Milli Kaukázusi Kefír	————	330 g	129 Ft	175 Ft	Heti és Extra ² 1. oldal	124
Milli tejföl	20%	450 g	199 Ft	259 Ft	Heti és Extra 1. oldal	124

¹ Az Extra Ajánlattal érintett 16 bolt a következő volt: II. Lövőház, III. Flórián tér, VI. Váci út, VII. Rákóczi út, IX. Vámház krt., XI. Tétényi út, XII. Alkotás út, XIII. Váci út 178., XIII. Váci út 201., XIV. Örs vezér tere, XXI. II. Rákóczi Ferenc út, Debrecen – Péterfia u., Győr – Vasvári P. u., Kaposvár – Berzsényi Dániel u., Pécs – Megyer út, Vác – Széchenyi u.

² Az Extra Ajánlattal érintett 16 üzlet a 2007. április 25. és 30. között érvényes akciónál felsoroltakkal megegyezik.

Borsos szalámi	————	————	2749 Ft	3699 Ft	Extra 1. oldal	16
Panírozott pulykafásírt	————	1 kg	379 Ft	489 Ft	Heti 1. oldal	124
Pro porcukor	————	500 g	115 Ft	149 Ft	Extra 3. oldal	16
Lutece szeletelt gomba	————	400 g	269 Ft	349 Ft	Extra 3. oldal	16
Egri Medina vörösbor	félédes	0,75 l	399 Ft	569 Ft	Extra 4. oldal, Heti 2. oldal	124

16. 2007. május 23. és május 29. között érvényes akciós újság:

Termék neve	Termék fajtája	Kiszerezés	Ár	Áthúzott ár	Megjelenés helye	Érintett boltok száma
Bontott csirke	tálcsás és lédig	————	529 Ft/kg	669 Ft	Heti és Extra ³ 1. oldal	94
Pulyka darált hús	————	700g	449 Ft	669 Ft	Heti és Extra 1. oldal	94
Csemegeuborka	5-8 cm	380 g	165 Ft	259 Ft	Heti 2., Extra 3. oldal	94

17. 2007. május 30. és június 5. között érvényes akciós újság:

Termék neve	Termék fajtája	Kiszerezés	Ár	Áthúzott ár	Megjelenés helye	Érintett boltok száma
Sága Fokhagymás Pulykapárizsi	————	————	889 Ft/kg	1049 Ft	Heti 1. oldal	124
Vénusz konyhatündér étolaj	————	3 l	759 Ft	869 Ft	Heti 2. oldal	124

³ A Heti, illetve Extra ajánlattal érintett 94 üzlet a következő volt: Budapest – II. Lövház, III. Flórián tér, VI. Váci út 3., VII. Rákóczi út, IX. Vámház krt., XI. Tétényi út, XII. Alkotás út, XIII. Váci út 178. és 201., XIV. Örs vezér tere, XXI. II. Rákóczi Ferenc út, Baja – Tóth K. tér, Békéscsaba – Andrássy u., Bük – Fürdőtelep, Celldömölk – Kodály Ikt. Hárs, Debrecen – Csapó u. és Péterfia u., Drog – Ella köz, Dunakeszi – Szabadság tér, Fóti u. és Casalgrande u., Dunaujváros – Vigadó tér, Szabadság u., Március 15. tér, Dózsa Gy. u. és Eszperantó u., Eger – Napsugár u. és Kalló-malom u., Esztergom – Rákóczi tér, Fonyód – Hunyadi u., Fót – Németh K. u., Gödöllő – Kazinczy krt. és Palotakert 19., Győr – Vasvári P. u. és Pálffy u., Hévíz – Petőfi S. u. Hódmezővásárhely – Szántó K. J. u. és Szent István tér, Jászberény – Jákóhalmi u., Kaposvár – Berzsényi D. u., Tallián Gy. u., Rippl-Rónai tér és Füredi u., Kecskemét – Rávagy tér és Széchenyi sétány, Keszthely – Helikon liget és Piac tér, Kistarcsa – Hunyadi u., Körmend – Bartók B. ltp., Kőszeg – Várkör és Rákóczi u., Mezőberény – Fő u., Mezőkovácsháza – Alkotmány u., Mezőtúr – Dózsa Gy. u., Miskolc – Győri kapu, Nyíregyháza – Kossuth u., Kossuth tér és Fazekas tér, Pápa – Fő tér, Pécs – Király u., Aidinger J. u. és Megyeri út, Salgótarján – Rákóczi u., Sárvár – Hunyadi u., Sopron – Várkerület, Százhalombatta – Gesztenyés tér, Szeged – Széchenyi tér és Retek u., Szentgotthárd – Mártírok u., Szekszárd – Csatári, Szombathely – Fő tér, Hunyadi tér, 11-es huszár u., Pázmány P. u., Éhen Gy. tér, Ady tér, Óperint u., Károly Róbert, Öntő-Maros u., Váczi M. u., Zanati-Selmece u. sarok, Szürcsapó u. 6/a. és 23., Tatabány – Kodály tér és Petőfi S. út, Vasvár – Dr. Járdányi u., Vác – Széchenyi u., Kölcsey u., Híradó u., Radnóti u. és Deákvari főtér, Veszprém – Kossuth u., Zalaegerszeg – Köztársaság u. és Széchenyi tér.

18. 2007. június 20. és július 3. között érvényes akciós újság

Termék neve	Termék fajtája	Kiszereelés	Ár	Áthúzott ár	Megjelenés helye	Érintett boltok száma
Csirkecomb-negyed	————	tálcás és lédig	469 Ft/kg	————	2. oldal	124
Császárszalonna	————	————	779 Ft/kg	————	3. oldal	124
Carte d'or jégkrém	Több ízben	900 ml	879 Ft	1049 Ft	6. oldal	124
Karaván	örölt kávé	3x250 g	999 Ft	————	9. oldal	124
Special sör	dobozos	0,5 l	99 Ft	————	11. oldal	124

Készlethiányok a vizsgált időszakban

19. A vizsgálat során beszerzett adatok szerint kétféle formában fordult elő készlethiány az adott akciós termékkörben: (i) az adott termék az akció kezdőnapján nem volt elérhető, illetve (ii) az adott termék az akciós időszak elején még elérhető volt, ám elfogyott.

Akció kezdőnapján nem elérhető termékkör

20. Az akciós időszak első napján nem volt kapható:

- A 2007. április 11-24-ig tartó akciós időszakban a Carte d'Or csokoládé-madártéj duópack 29 üzletben nem volt készleten az első napon.
- A 2007. április 25-április 30-ig tartó időszakban az előhűtött csirkecomb 7 üzletben nem állt rendelkezésre sem tálcás, sem lédig formában az akció elején.
- A 2007. május 23-29-ig tartó időszakban a 700 grammos kiszereelésű friss pulyka darálthús 6 boltban nem volt kapható az akció indulásakor.
- 2007. május 30-június 5-ig a fokhagymás pulykapárizsi 2 boltból hiányzott az akció elején.
- Végül a 2007. június 20-július 3-ig tartó akciós időszak első napján 9 üzletben nem volt készlet a csirkecomból sem tálcás, sem lédig kiszereelésben, illetve 3 boltban nem volt megvásárolható a védőcsomagolt felezett császárszalonna.

Akció során elfogyott termékkör

21. A Versenytanács által rögzített tényállás szerint a következő boltokban fogyott ki az akciós időszak elején – a 6, illetve 7 napos akció esetében a 3. napig, míg a kéthetes akció esetében az 5. napig – a készlet:

Bolt név	Termék	Nyitókészlet	xDátum időszak	Készlet-fogyás napja
LUTHER	PR.B.DOBOZOS TEJ 2.8% 1L	10	2007.04.25 - 2007.04.30	2
LAKATOS	PR.B.DOBOZOS TEJ 2.8% 1L	22	2007.04.25 - 2007.04.30	2
SZEKSZARD	MAG.MEGGYBEF. 350G HORKER	6	2007.04.25 - 2007.04.30	2
DEBRECEN PLAZA	PR.B.DOBOZOS TEJ 2.8% 1L	73	2007.04.25 - 2007.04.30	2
DEBRECEN PLAZA	PR.B.DOBOZOS TEJ 2.8% 1L	73	2007.04.25 - 2007.04.30	3
DUNAUJV/DOZSA	PR.B.DOBOZOS TEJ 2.8% 1L	130	2007.04.25 - 2007.04.30	2
HELTAI	PR.B.DOBOZOS TEJ 2.8% 1L	5	2007.04.25 - 2007.04.30	1
JASZBER/JAKOHAL	PR.B.DOBOZOS TEJ 2.8% 1L	10	2007.04.25 - 2007.04.30	2
KAPOSV/TALLIAN	MILLI TEJFŐL 20% 450G	8	2007.05.02 - 2007.05.08	2
DEBRECEN/CSAPO	PAN.PU.FASIRT 1KG EÁ	5	2007.05.02 - 2007.05.08	2
SZOMB/EHEN	MILLI TEJFŐL 20% 450G	4	2007.05.02 - 2007.05.08	2
MEZOTUR	MILLI TEJFŐL 20% 450G	3	2007.05.02 - 2007.05.08	2
KECSKEM/RAVAGY	FRISS PULYKA DARÁLTHÚS 700G	8	2007.05.23 - 2007.05.29	1
FLORIAN	FELEZETT F.F.CSÁSZÁRSZAL.VCS.	18,276	2007.06.20 - 2007.07.03	5
GRASSALKOVICH	FELEZETT F.F.CSÁSZÁRSZAL.VCS.	17,964	2007.06.20 - 2007.07.03	5
MEZOKOVACSHAZA	FELEZETT F.F.CSÁSZÁRSZAL.VCS.	6,299	2007.06.20 - 2007.07.03	2

Az akciós árnál magasabb áron történő értékesítés

22. A Versenytanács által rögzített tényállás szerint a részletes vizsgálattal érintett öt termék esetében volt legalább öt százalékkal magasabb a kasszaár, mint a fogyasztói ár. Az eltérések minden esetben a bolthálózat egy-egy üzletét érintették, és csupán egy napig álltak fenn:

- a Carte D'Or Gerbaud Eszterházy 2007. június 22-én a Vásárcsarnokban 879 Ft helyett 1149 Ft-ba került,
- a 700 grammos friss pulyka darálthúst 2007. május 23-án a szombathelyi Éhen Gy. téri üzletben 499 Ft helyett 612 Ft-ért adták el,
- a felezett császárszalonnát 2007. június 22-én a Jumbo nevű Match üzletben 779 Ft helyett 902 Ft-ért lehetett megvásárolni,
- a fokhagymás pulykapárizsit 2007. június 4-én a szombathelyi Öntő-Maros utcában 889 Ft helyett 950 Ft-ért adták,
- illetve a kenyér formájú borsos szalámi kilóját 2007. május 7-én a Westendben lévő Match üzlet 2749 Ft helyett 2887 Ft-ért árulta.

Az elérhető kedvezmények mértékének megjelenítése

23. A Match Zrt. a vizsgált 28 termék közül 16 esetében hívta fel a figyelmet az árengedmény mértékére a korábbi áthúzott ár feltüntetésével. Az eljárás alá vont által szolgáltatott ártörténeti áttekintés alapján megállapítható, hogy áthúzott árként olyan ár szerepelt, amelyet eljárás alá vont közvetlenül az akciós időszak előtt hosszabb ideig – legalább egy hónapig – alkalmazott értékesítési gyakorlatában. A vizsgált mintában 11 olyan áthúzott ár szerepelt, amelyeket ugyan nem közvetlenül az akciós időszak előtt alkalmazott az eljárás alá vont, de azok konkrét alkalmazására nem több, mint egy héttel az akciós időszak kezdete előtt került sor.

II.

Az eljárás alá vont álláspontja

24. Eljárás alá vont előadta, hogy a boltjai jellemzően nagyobb városokban, általában a városok központjában helyezkednek el. Ebből következőleg a vizsgált magatartás nem eredményezheti a fogyasztók becsalogatását és ily módon a verseny torzulását, hiszen amennyiben a fogyasztó adott üzletben nem találja az általa keresett terméket, akkor jelentősebb idő és költség ráfordítás nélkül akár átmehet egy másik boltba kielégíteni fogyasztói igényeit.
25. A Versenytanács előzetes álláspontjában rögzített tényállás tekintetében előadta, hogy az számos esetben pontatlan adatokat tartalmaz, illetve helytelen adatsorból von le következtetést. Előadása szerint több esetben olyan termék elérhetőségét kérte számon az előzetes álláspont, amely adott bolt tekintetében nem is került meghirdetésre. Számos esetben úgy állapított meg készlethiányt az előzetes álláspont, hogy az adatok szerint aznap dátummal volt értékesítés adott termékből. Előadta, hogy ez a pontatlanság abból fakad, hogy az áru bevételezése nem feltétlenül esik egybe annak áruházba való kihelyezésével. Amennyiben az előbbire később kerül sor, előfordul, hogy a készletnyilvántartása nem jelöli még meg az adott árut, ám értékesítésre mégis sor került.
26. A meghirdetett ártól eltérő áron való értékesítéssel kapcsolatban az eltérés tényét elismerte, ám kiegészítésképpen előadta, hogy azok minden feltárt termék tekintetében egyedi esetnek minősülnek: egy-egy áruház esetében fordultak elő, minden esetben csak egy napig vagy annál rövidebb ideig. Ennek oka az informatikai rendszerében keletkező hiba, amelynek észlelését követően azonnal – azaz egy napon belül – már intézkedett is a kijavításról. Számítása szerint a feltárt eltérésekből eredően – figyelembe véve az esetekkel érintett üzletekben az érintett termékek tárgynapi forgalmát – összesen 2.200.- Ft áreltérést okozott a fogyasztóknak a magatartás.
27. A fentiek alapján az eljárás alá vont már az eljárás megindításának időpontjától vitatja a közérdek védelmének megalapozottságát, mert álláspontja szerint a versenyfelügyeleti eljárás

előzményei során csak egyedi fogyasztói panaszok álltak a GVH rendelkezésére, amelyek nem alapozzák meg a gazdasági versenyre gyakorolt hatás kimutatását. Összegezve az eljárás alá vont közérdek hiányában kérte az eljárás megszüntetését.

III.

Jogi értékelés

Jogszabályi háttér

28. A Tpvt. III. fejezete tartalmazza a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolásának tilalmát rögzítő szabályokat. A törvény 8. § (1) bekezdése alapján tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Az adott törvényhely (2) bekezdés a) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha adott vállalkozás az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állít, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látja el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad. A 8. § (2) bekezdés c) pontja szerint megtévesztő, 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 ad. Végül a d) pont szerint megtévesztő magatartást tanúsít adott vállalkozás, ha különösen előnyös vásárlás hamis látszatát kelti.
29. A Tpvt. 9. §-a értelmében a használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.
30. A Tpvt. 77. § (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács határozatában – többek között – megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

A Versenytanács döntése

31. A versenyjog által önmagában nem tiltott az akciók megtartása és az ezekről való tájékoztatás. A Versenytanács következetes gyakorlata szerint (lásd többek között a Vj-22/2006., illetve a Vj-29/2006. számú ügyekben hozott határozatokat) valamely vállalkozás által tartott akció, illetve a vállalkozás által forgalmazott termékekről tájékoztatást adó reklámújságok vagy egyéb tájékoztatási eszközök esetében ugyanakkor elvárt, hogy a fogyasztó pontos képet tudjon alkotni

az akció mibenlétéről, az akcióban való részvétel esetleges feltételeiről, illetve arról, hogy milyen termékekre vonatkozik az akció.

32. A Versenytanács megítélése szerint a fogyasztók igénye alapján az élelmiszertermékek vásárlására vonatkozó döntési folyamat tekintetében – az egyéb árutípusokhoz hasonló módon (lásd többek között a Versenytanács Vj-22/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozatát) – többféle mozzanat különíthető el:
- (i) annak fogyasztó általi megválasztása, hogy vásárlásait milyen típusú üzletben kívánja lebonyolítani (kisebb élelmiszerüzletben, hipermarketben, láncba szerveződött és komplex bolti vegyes kiskereskedelemmel foglalkozó áruházban stb.);
 - (ii) annak eldöntése, hogy konkrétan melyik üzletet keresi fel a vásárlás megvalósítása érdekében;
 - (iii) annak elhatározása, hogy a fogyasztó megvásárolja-e az adott terméket.
33. A fogyasztó döntésének fenti három mozzanata mind – külön-külön és együttesen is – hatással van az élelmiszer termékek kiskereskedelmi piacán zajló versenyre, hiszen adott áruház típus, illetve a konkrét áruház kiválasztásával a fogyasztó már nagy valószínűséggel beszerez valamely számára szükséges – nem feltétlenül az akciós körbe tartozó – terméket. (Ebben az esetben csökken a jelentősége annak, hogy a fogyasztó vajon eláll-e az adott konkrét áru megvásárlásától, ha az akciós feltételektől való eltérés a vásárlás előtt kiderül.) Az akcióban meghirdetett termékekkel kapcsolatos megtévesztő gyakorlat így az érintett termékkörnél szélesebb dimenzióban lehet képes a versenyt torzítani. A becsalógató hatással kapcsolatban a boltok belvárosi elhelyezkedését a Versenytanács a jogsértés súlyát enyhítő körülmények között vette figyelembe.
34. A Versenytanács által rögzített – az előzetes álláspontban foglaltakat az arra adott eljárás alá vont által tett észrevételek fényében módosított – tényállás alapján a GVH által részletesen megvizsgált termékekkel kapcsolatos értékesítési gyakorlat több esetben nem felelt meg az akciós újságban meghirdetett feltételeknek. Ezen eltérések a következőképpen csoportosíthatók:
- (i) a meghirdetett termék készlethiány következtében nem volt elérhető az akció során,
 - (ii) a termék nem a meghirdetett akció feltételeinek megfelelően volt elérhető az egyes áruházakban.
35. A Versenytanács értékelése szerint meghatározott körülmények fennállása mellett a fogyasztók megtévesztésének minősülhet, ha a vállalkozás meghatározott időszakra vonatkozóan olyan

terméket reklámoz, amely a hirdetésben szereplő időszakban a vállalkozás áruházaiban nem érhető el, tekintettel arra, hogy a meghirdetett termék lényeges tulajdonságának minősül, hogy az adott helyen az adott időszakban megvásárolható. Ennek megfelelően az adott magatartás a Tpv. 8. § (2) bekezdésének a) pontjába ütközhet. A Versenytanács megítélése szerint ugyanakkor önmagában az a körülmény, hogy adott termék nem érhető el az akciós időszak valamely napján az eljárás alá vont valamely áruházában, még nem feltétlenül minősül jogsértésnek.

36. Az eljárás alá vont akciós újságjaiban, bekeretezve, apróbetűvel az utolsó oldalon felhívta a fogyasztók figyelmét arra a körülményre, hogy az akciós árak az akciós készlet erejéig érvényesek, amely önmagában közvetíti azt az üzenetet a fogyasztók felé, hogy az akciós terméket nem feltétlenül találják meg az adott időszak egészében az eljárás alá vont áruházaiban.
37. Meghatározott körülmények fennállása esetén azonban ezen felhívás ellenére az akciós időszakban az akció keretében meghirdetett áruból fennálló készlethiány jogsértő magatartásnak minősülhet.
- (i) Nem minősíthető a készlethiány jogszerűnek, ha az adott akció kezdetén nem érhető el a termék adott áruházban. Ezen jogsértést súlyosító tényező lehet, ha adott termék az akció ideje alatt adott áruházban egyáltalán nem kapható.
 - (ii) Az akció időszaka során fellépő készlethiány oka lehet továbbá az is, hogy adott áruház irreálisan alacsony induló készlettel készült fel akcióra, amely – a készlethiány bekövetkezése esetén – ugyancsak jogsértő magatartásnak minősül.
38. A Versenytanács megítélése szerint így az eljárás alá vont a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütköző jogsértést követett el azon esetekben, ahol a rögzített tényállás alapján megállapítható volt, hogy az akció első napján nem volt elérhető a meghirdetett termék adott boltban. Ez összesen – a vizsgált 28 termék és érintett 124 áruház alapján lehetséges előfordulási esetkör, azaz 124x28 – viszonylatában csekély jelentőségű, hiszen mindössze 6 termék esetében fordult elő akként, hogy egy termék esetében 29 áruházat érintett, míg egyéb termékek esetében 10-nél kisebb számú bolt volt érintett.
39. Az irreálisan alacsony indulókészlet esetében a Versenytanács – többek között a Vj-72/2007. számú versenyfelügyeleti eljárásban követett – gyakorlata szerint ugyancsak az akció meghirdetett feltételei tekintetében tanúsít megtévesztő magatartást a vállalkozás, hiszen a tájékoztatásában ugyan meghirdeti, hogy adott termék elérhető lesz, ugyanakkor még a várható fogyasztásra sem felkészülve kínálja akciós termékét „a készlet erejéig”.

40. A Versenytanács gyakorlata szerint az akció során fellépő időközi készlethiány kapcsán felmerülő megtevesztés súlyosabb hatással van a versenyre, ha az az adott akció első időszakában merül fel. A fogyasztók ugyanis várhatóan az akciós időszak elejére időzítik vásárlásukat – számítva arra, hogy később esetleg már nem vásárolhatják meg az akciós terméket. Éppen ezért a Versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy az indulókészlet megfelelőségét a jelen eljárás keretében nem volt szükséges vizsgálni, amennyiben
- (i) kéthetes időtartamra meghirdetett akció esetében az időközi készlethiány az akció indulását követő ötödik napon túl következett be, illetve
 - (ii) egyhetes időtartamra meghirdetett akció esetében az időközi készlethiány az akció indulását követő harmadik napon túl következett be.
41. A Versenytanács az induló készlet megfelelőségének vizsgálata során abból indul ki, hogy nem várható el a kereskedelmi vállalkozásoktól a várható kereslet teljesen pontos előrejelzése. Nem vitatott, hogy termékenként akár eltérő nagyságú indulókészlet lehet indokolt, ám különösen kirívó esetekben az alacsony készletezés jogsértőnek minősül. Elvárt, hogy az adott vállalkozás – amennyiben meghirdet valamely terméket egy adott akciós időszakra vonatkozóan – a számára előre látható és nyilvánvaló körülményekkel számolva készüljön fel a majdani kereslet kielégítésére.
42. A Versenytanács az indulókészlet megfelelőségének vizsgálata során – amennyiben az rendelkezésre áll – figyelemmel van az adott termék korábbi akciós időszakra vonatkozó forgalmára, továbbá – a bolthálózattal rendelkező vállalkozások esetében – a forgalmi viszonyok tekintetében összehasonlítható áruházak esetében az egyes áruházak aktuális akció során megfigyelhető indulókészletére. Amennyiben ezen összehasonlító adatok alapján adott áruházban túlságosan alacsony indulókészlet állapítható meg, az alapot adhat a jogsértés megállapítására.
43. A Versenytanács rögzített tényállás szerinti esetek tekintetében, a vizsgálat során beszerezett bizonyítékok alapján nem állt rendelkezésére olyan adat, amely azt mutatta volna, hogy az adott áruházak valamely előre látható és nyilvánvaló körülmény ellenére túlságosan alacsony készlettel készültek fel az akcióra. Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy a feltért esetek jelentős része olyan friss, és gyorsan romló árunak minősülő termékekhez kötődik, amelyekből nem feltétlenül képes az eljárás alá vont raktározni az adott akció teljes időszakára – így az utánszállítás szükségessége ezen termékekből elengedhetetlen volt. Az akció kezdeti időszakán belül megfigyelt készletfogyást így erre tekintettel sem minősítette jogsértőnek a Versenytanács.

44. A Versenytanács gyakorlata szerint megtévesztő magatartásnak minősül az is, ha az akciós újságban meghirdetett termék az üzletben a meghirdetett árnál magasabb fogyasztói áron vásárolható meg.
45. A Versenytanács által rögzített tényállás szerint 5 termék esetében fordult elő, hogy egy-egy áruházban, egy-egy napon nem a meghirdetett áron kerültek értékesítésre a termékek és a különbség elérte az értékesítési ár 5%-át. A Versenytanács ezt a magatartást a Tpv. 8. § (2) bekezdésnek a) pontja szerinti jogsértésnek minősítette, hiszen a termék ára tekintetében az eljárás alá vont megtévesztő tájékoztatást tett közzé.
46. A Versenytanács az eljárás alá vont elérhető kedvezményeket megjelenítő gyakorlatát nem minősítette jogsértőnek, mivel a rendelkezésre bocsátott adatok alapján megállapítható, hogy az áthúzottként megjelenített árat a Match Zrt. az akciós időszakot megelőzően ténylegesen és hosszabb ideig alkalmazta.
47. A Versenytanács a jogsértés megállapításán túl nem tartotta szükségesnek bírság kiszabását, tekintettel arra, hogy a feltárt jogsértés – figyelemmel az eljárás alá vont boltjainak számára és a vizsgált termékkör egészére – csekély jelentőségű volt. A Versenytanács a bírság mellőzése körében figyelemmel volt továbbá arra is, hogy a Match Zrt. boltjai jellemzően a települések központjában helyezkednek el, amely körben a megtévesztéssel járó becsalógató hatás mértéke valószínűsíthetően alacsonyabb, mint a nagy alapterületű és jellemzően autóval megközelíthető, települések szélén elhelyezkedő hipermarketek esetében. Ebben az esetben ugyanis a vásárlók jelentős részét valószínűsíthetően a bolt elhelyezkedése és nem az adott akciós termékkör befolyásolja a vásárlásra vonatkozó döntés meghozatalánál.

IV.

Egyéb kérdések

48. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45. §-n, illetékessége a Tpv. 46.§-n alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság (86. §) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
49. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § biztosítja.

Budapest, 2008. június 26.