



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-66/2007/14.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Sanoma Budapest Kiadói Zrt.** Budapest eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztók megtévesztése miatt indított eljárás során, tárgyaláson kívül meghozta az alábbi

v é g z é s t

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

E határozat ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül az ügyfél a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, de a Fővárosi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel élhet.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (GVH) 2007. április 11-én indított versenyfelügyeleti eljárást a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) III. fejezetében foglalt, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása tilalmának vélelmezett megsértése miatt. A Gazdasági Versenyhivatal ügyindító végzésében valószínűsítette, hogy az eljárás alá vont Sanoma Budapest Kiadói Zrt. (a továbbiakban: Sanoma) az általa kiadott Átrium című időszakos építészeti és lakberendezési magazin példányszáma tekintetében valótlan adatokat közölt a meglévő, illetve potenciális hirdetőivel.
2. A Sanoma, melynek közvetlen irányítója a holland Sanoma Magazines International B.V., meghatározó tevékenysége heti, illetve havi rendszerességgel megjelenő, szórakoztató és életmóddal kapcsolatos magazinok megjelentetése. Egyebek között kiadója a jelen versenyfelügyeleti eljárásban releváns Átrium elnevezésű, építészeti-lakberendezési magazinok is.
3. Az Átrium magazint az egykori VICO csoport 1995-től jelentette meg, amely – az Egyesült Kiadói Holding Kft. értékesítését követően – 2000-ben került a VNU Budapest Lapkiadó Rt. irányítása alá. Utóbbi társaság felett a Sanoma cégcsoporthoz tartozó Sanoma Magazines International B.V. szerzett irányítást 2001-ben, így került átnevezésre a kiadó vállalat.

4. Az Átrium magazin 1995-ös első megjelenésétől kezdődően az építészeti-lakberendezési magazinok prémium szegmenséhez tartozott, célközönsége a kifejezetten igényes, szakmai, illetve kiemelkedő építészeti érdeklődéssel rendelkező olvasótábor volt. A Sanoma 2004. elejétől kezdve változtatott az Átriummal kapcsolatos üzleti elképzelésein – a lapot szélesebb olvasóközönség számára kívánta vonzóvá tenni. Az üzleti koncepció váltása következtében a lap tartalmának népszerűbbé tétele és a közérthetőbb témafeldolgozás mellett a lap ára csökkent, illetve jelentős példányszám-emelésre is sor került.
5. Mindezek mellett a lap hirdetőinek összetétele lényegesen nem változott, továbbra is hangsúlyos maradt az építészeti-lakberendezési magazinok esetében jellemző (i) lakberendezés és lakásfelszerelés, (ii) építőipar és (iii) háztartási gép és kiegészítő hirdetőinek a megjelenése. Előbbi szektorok tették és teszik ki a lap hirdetőinek többségét. A hirdetői csoportok között további jelentősebb részesedéssel az úgynevezett prémium márkák (vagy luxustermékek) hirdetői jelennek meg.
6. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az építészeti-lakberendezési lapok körében a legfontosabb versenytársai az Álomház, A Mi Otthonunk, Házak és Kertek, Interiőr Magazin, Konyhatippek/Fürdőtippek, Lakáskultúra, Octogon, Otthon, Otthon Stílus & Minőség, Szép Házak, Szép Lak, Magyar Építéstechnika, Építkezők Magazinja, Design Room című lapok. A lap elsődleges hirdetői köre tekintetében az Átrium piaci részesedése az elmúlt négy évben alacsony, ám ingadozás nélküli volt, míg prémium termékek hirdetői összköltésük kevesebb mint egy százalékát költötték el az Átriumban. Ezen részesedési arányok sem változtak az elmúlt négy éves időszakban.
7. A lapkiadók jellemzően többféle formában is tájékoztatják a potenciális hirdetőket a lap számukra legfontosabb tulajdonságairól, így pl. a célcsoportról, profilról, terjesztési módokról, példányszámról és a hirdetési feltételekről. A Sanoma az Átrium esetében (i) folyamatos tájékoztatást adott a hirdetők számára a Média Hirdetési Árak és Szolgáltatások (MédiaÁsz) című kiadványban, (ii) elektronikus formában a saját weboldalán (www.atrium.hu) is elérhetővé tett a hirdetőket érintő információkat, továbbá (iii) bizonyos időközönként prezentációkat is készített, amelyet zártkörű megbeszélés keretén belül mutatott be meglevő vagy potenciális partnereinek.
8. Az eljárás alá vont által szolgáltatott adatok alapján megállapítható volt, hogy az Átrium című lap nyomott példányszáma 2001-2003. között alacsonyabb volt [3.700-6.100 között ingadozva], mint az ugyanazon időszakban a MédiaÁsz-ban és három eseti prezentációban a Sanoma által megjelölt átlagos terjesztett példányszám [10.000]. Az üzleti modellváltást jelentő 2004 elejétől kezdve a nyomott példányszám megemelkedett 12.000, illetve fél évvel később 15.000 példányra, míg ezzel párhuzamosan a kezdeti időszakban a MédiaÁsz-ban továbbra is 10.000 példányt – azaz a nyomott példányszámnál lényegesen alacsonyabb számot – jelölt meg a Sanoma átlagos terjesztett példányszámként, majd egy fél éves csúszással változtatott a megjelenítésen, már a valós, nyomott példányszámot megjelölve.

II.

Jogi háttér

9. A Tpv. 8. § (1) bekezdése szerint tilos a fogyasztók megtévesztése a gazdasági versenyben. A (2) bekezdés a fogyasztó megtévesztésre alkalmas magatartások példalódzó felsorolását tartalmazza. Ezen belül az a) pont tiltja az áru ára, lényeges tulajdonsága tekintetében valótlan tény, vagy valós tény megtévesztésre alkalmas

állítását, megtevesztésre alkalmas árujelzővel való ellátását, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtevesztésre alkalmas tájékoztatás adását.

10. A használt kifejezések értelmezéséről szóló 9. § előírja, hogy a mindennapi életben, illetve a szakmában elfogadott általános jelentés az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtevesztésére alkalmas-e.
11. A Tpv. 70. § (1) bekezdés alapján a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely a Tpv. rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik, és a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi. A végzésben meg kell jelölni azokat a körülményeket és magatartásokat, amelyek miatt az eljárás megindult.
12. A Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontja szerint az eljáró versenytanács a vizsgáló jelentésének kézhezvételét követően az eljárást végzéssel megszünteti, ha a vizsgálat elrendelésére okot adó, a 70. § (1) bekezdésében meghatározott körülmények nem állnak fenn, továbbá akkor, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye.
13. A Tpv. 82. § (1) bekezdés szerint a vizsgálónak, illetve az eljáró versenytanácsnak az eljárás során hozott végzése ellen külön jogorvoslatnak csak akkor van helye, ha azt a Tpv. megengedi. A jogorvoslati kérelem előterjesztésének a végzésben foglaltak foganatosítására, az eljárás folytatására – a Tpv. eltérő rendelkezése hiányában - halasztó hatálya nincs. A jogorvoslati kérelmet az ügyfél, illetve akire nézve a végzés rendelkezést tartalmaz, a végzés közlésétől számított nyolc napon belül terjesztheti elő.

III.

Jogi értékelés

14. A Tpv. III. fejezetének célja a fogyasztók döntési szabadságának az áruk, illetve szolgáltatások közötti választással összefüggésben történő védelmezése, tilalmazva, hogy a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolása révén a gazdasági verseny sérelmet szenvedjen. A Tpv. a fogyasztók megtevesztésére alkalmas magatartások tilalmazásával a gazdasági versenyt oly módon óvja, hogy nem engedi tisztességtelenül befolyásolni a fogyasztói döntés mechanizmusát. A tisztességtelen befolyásolás kihat vagy kihathat a fogyasztók versenytársak, illetve az azonos vagy egymást ésszerűen helyettesítő termékek közötti választásának a folyamatára, s ezáltal a verseny alakulására.
15. A sajtótermékek tekintetében – akár a nyomtatott vagy az elektronikus média területéhez tartozik az adott áru – jellemzően kétféle fogyasztói csoportot lehet megkülönböztetni: (i) az olvasó vagy néző/hallgató, mint a termék információs tartalmának fogyasztója, illetve (ii) a hirdető, amely a termék reklámfelületének vevőjeként jelenik meg fogyasztóként. Ez a kettős fogyasztói réteg megfigyelhető a magazinok, azon belül az építészeti-lakberendezési magazinok esetében is. Adott fogyasztói réteg számára az áru – jelen esetben az Átrium című magazin – lényeges tulajdonságainak köre eltérő lehet. A hirdetők, mint fogyasztók esetében a nyomtatott sajtótermékek esetében a lap példányszáma az áru lényeges tulajdonságának minősülhet, hiszen ezen tényező befolyásolhatja döntését abban a tekintetben, hogy a reklámozási felületet igénybe veszi-e vagy sem. Megjegyzi ugyanakkor az eljáró

versenytanács, hogy egy lap példányszáma csak egyike a hirdető fogyasztói döntését befolyásolni képes lényeges tulajdonságoknak, azt befolyásolhatja még adott kiadvány profilja, olvasói köre, terjesztési módja vagy pl. földrajzi helye.

16. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett esetben a Sanoma azon időszakban (2001 és 2003 között) nyújtott a lap példányszáma tekintetében a valóságnak nem megfelelő tájékoztatást, amikor a lap profilja szerint nem a nagyon széles fogyasztói kör elérése volt a cél, sokkal inkább a fogyasztói kör magas kvalifikáltságának a biztosítása. Ebben az időszakban a lap példányszáma a hirdetői döntésben kisebb súllyal jelentkezhetett, mint pl. az a tényező, hogy vajon a megcélzott magasan kvalifikált fogyasztói réteget valóban eléri-e a lap. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy ezen utóbbi tényező tekintetében a vizsgálat nem tárt fel olyan adatot, amely alapján megkérdőjelezhető lenne a Sanoma által az adott időszakban a hirdetők felé kommunikált célcsoport összetétele.
17. A vizsgálat által feltárt információk szerint továbbá az Átrium magazin arculatváltása, illetve a példányszám és az arra vonatkozó tájékoztatás ezzel párhuzamos megváltozása nem érintette lényegesen a lap piaci részesedését, az a speciális építészeti-lakberendezési hirdetői piacon stabilan megmaradt az addigi – egyébként alacsony – szinten, míg a prémium márkák piacán is maradt 1% alatt. Ezen körülmény is erősíti az eljáró versenytanács azon következtetését mely szerint az eljárás alá vont Sanoma által 2001-2003 között az Átrium című magazin példányszáma tekintetében a MédiaÁsz, illetve három eseti prezentáció esetében megjelölt valótlan példányszámra vonatkozó információ igen csekély jelentőséggel bírt a hirdetők, mint fogyasztók hirdetési szolgáltatás igénybevételeire vonatkozó döntésének kialakulásában.
18. Mindezen túl a Sanoma az Átrium magazin szélesebb fogyasztói réteg megszólításával járó arculatváltását – így a példányszámnak, mint az áru lényeges tulajdonságának a hirdetők számára való felértékelődésével párhuzamosan – követően (az eljárás megindítása előtt három évvel!) felhagyott korábbi magatartásával és a valóságnak megfelelő információkat közölt a lap példányszámára vonatkozóan – mind a MédiaÁsz, mind a prezentáció tekintetében.

IV.

Az eljáró versenytanács döntése

19. A jelen eljárás indításának törvényi feltétele volt, hogy vélelmezhető legyen a Tpv. III. fejezetébe ütköző anyagi jogi jogsértés és ezzel együtthetően a közérdek igényelje a versenyfelügyeleti beavatkozást. A Tpv. korábban idézett 72. § (1) bekezdés (a) pontja – továbbá a vizsgáló számára a 71/A. §-a – alapján mód nyílik a Tpv. 70. § (1) bekezdésében írt eljárásindítási feltételek meglétének utólagos ellenőrzésére. Amennyiben ezek egyikének hiánya állapítható meg, az eljárás végzéssel megszüntetendő. E döntéssel az eljárás alá vont vállalkozás olyan helyzetbe kerül, mintha a versenyfelügyeleti eljárás vele szemben meg sem indult volna
20. Figyelemmel a feltárt tényekre az eljáró versenytanács nem látta igazoltnak, hogy a közérdek védelme alapján szükséges a GVH eszközeinek felhasználásával, a közigazgatási eljárás keretein belül hivatalból megítélni az eljárás alá vont 2001. és 2003. között tanúsított magatartását.
21. Az eljáró versenytanács ezért – élve a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontjában biztosított jogával – a rendelkező rész szerint határozott.

22. Megjegyzi ugyanakkor az eljáró versenytanács, hogy az eljárásnak a Tpvt. 70. § (1) bekezdésében megfogalmazott közérdek hiányára tekintettel történő megszüntetése nem érinti esetleges érdekelt félnek a Tpvt. 88/A. §-ban foglalt azon jogát, hogy a törvény III-V. fejezetében foglalt rendelkezések megsértésére alapított és külön jogszabályban foglaltak szerinti egyéb polgári jogi jogkövetkezmény alkalmazása – például kártérítés – iránti igényét közvetlenül bíróság előtt érvényesítse.

23. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 82. §-a rögzíti.

Budapest, 2007. augusztus 27.