



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

Vj-72/2007/24.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **Magyar Hipermarket Kereskedelmi Kft.** Törökbálint eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztók döntésének tisztességtelen befolyásolása miatt indult eljárás során tartott 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 a 2007. január 17. és 2007. február 27. között tartott akciói keretében akciós katalógusában általa meghirdetett és a jelen határozatban meghatározott termékek

- (i) tekintetében egyes áruházaiban irreálisan alacsony induló készlettel készült fel az akcióra,
- (ii) az adott akciós időszakban egyáltalán nem voltak elérhetőek egyes áruházaiban,
- (iii) az adott akciós időszak elején nem voltak elérhetőek egyes áruházaiban, továbbá
- (iv) egyes termékek a meghirdetett árnál magasabb áron voltak elérhetőek adott áruházaiban.

A Versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat 15.000.000 (tizenötmillió) forint bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 1003.2000-0103.7557-0000.0000 számú bírságbevételei számlája javára köteles megfizetni.

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**

- 1) A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy a Magyar Hipermarket Kereskedelmi Kft. 2007. január 17.-január 30. között a Segafredo kávé 2x250 g kiszerelésű, 789 Ft/kg áru termékét 399 Ft-ért hirdette, ugyanakkor azt minden áruházában ennél drágábban értékesítette.
- 2) Ennek nyomán a Gazdasági Versenyhivatal 2007. április 18-án a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló, módosított 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 67. § (1) bekezdése, illetve 70. §-a alapján versenyfelügyeleti eljárást indított a Magyar Hipermarket Kereskedelmi Kft. ellen, vizsgálva az eljárás alá vont 2007. január 17-30. között folytatott teljes, a fogyasztóknak szóló, akciókkal kapcsolatos kommunikációs gyakorlatát. A Gazdasági Versenyhivatal a vizsgálatot 2007. április 26-án – azonos tárgyban – kiterjesztette az eljárás alá vont további két akciós időszakában követett gyakorlatára is.

### **I. Az eljárás alá vont és a vizsgált tevékenység általános jellemzői**

- 3) A magyarországi Cora áruházakat üzemeltető Magyar Hipermarket Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: Cora, illetve eljárás alá vont) 2006. évi értékesítésének nettó árbevétele 103,6 milliárd forint volt. A Cora fő tevékenysége szerint élelmiszer, napi fogyasztási cikkek, műszaki cikkek, ruházat és lábbeli, sportszer és irodaszer fogalmazásával egyaránt foglalkozó vegyes kiskereskedelmet folytató társaság. A vizsgálattal érintett időszakban az ország különböző településein (Budakalász, Törökbálint, Szeged, Fót, Szolnok, Debrecen, Miskolc) összesen 7 áruházat üzemeltetett.
- 4) A fogyasztási cikkek komplex kiskereskedelmi forgalmazása – az úgynevezett modern kiskereskedelmi tevékenység – a hiper- és szupermarket típusú üzletek üzemeltetése keretében valósul meg. A Cora által üzemeltetett áruházak mindegyike hipermarket formában működik.
- 5) A modern kiskereskedelemnek, azon belül a hipermarket formában üzemelő kiskereskedelmi egységeknek jelentős szerepe van a fogyasztói szokások alakulásában. A vásárlási szokásokat lényegesen alakító tényezőnek minősül, hogy a hipermarketekben komplex áruválaszték áll rendelkezésre és földrajzilag rendszerint a

fogyasztók lakóhelyétől távol helyezkednek el. Mindezek következtében a hipermarketben történő vásárlásaik során a fogyasztók jellemzően többféle, és nagy mennyiségű terméket vásárolnak.

- 6) A jelentős áruházláncok értékesítési gyakorlatának meghatározó eleme az adott időközönként – jellemzően kéthetente – változó kínálattal tartott akció, amelyekre a piaci szereplők különböző formákban, így különösen akciós újságok keretében hívják fel a fogyasztók figyelmét. Az akciók keretében az adott áru tekintetében, a rendelkezésre álló árukészlet erejéig a piaci szereplők árengedményeket biztosítanak a fogyasztóiknak. Az akciótartásnak fontos szerepe van abban a tekintetben, hogy a potenciális fogyasztók az adott áruházat válasszák vásárlásuk színhelyéül.
- 7) A Cora is rendszeresen tart akciókat, amelyekről az áruházak vonzáskörzetében a postaládákba kézbesített ingyenes akciós újságban tájékoztatja a fogyasztókat, és rendszeresen megjelenik a weblapján is. Az akciós újságok „Akciós katalógus” alcímmel (továbbiakban: akciós újság) jelennek meg általában kéthetes gyakorisággal.

## **II. A vizsgált magatartás**

- 8) A vizsgálat a Cora 2007. január 17. és február 27. közötti, akciókkal kapcsolatos magatartására terjedt ki. A vizsgált időszak három elkülönült akciós időszakot ölelt fel, 2007. január 17-30. között volt az „első akciós időszak”, 2007. január 31 – február 13. között a „második akciós időszak” és 2007. február 14-27. között a „harmadik akciós időszak”. Ezen időszakban három akciós újság jelent meg, így minden időszak tekintetében – a három akciós újságban megjelenített – más-más összetételű és ár-, illetve egyéb jellegzetességeik alapján is különböző árukínálat került vizsgálat alá.
- 9) A termékek az akciós újságokban fényképpel jelennek meg, s a fénykép mellett szerepel a termék megnevezése és az akcióban meghirdetett bruttó fogyasztói ára. Egy-egy katalógus több száz terméket népszerűsít és a Cora minden áruházára érvényes ajánlatot tartalmaz. Az akciós újságokban minden oldalon szerepel egy-egy „Kihagyhatatlan” jelzővel (figyelemfelkeltő betűmérettel) hirdetett termék, kivéve az első és utolsó oldalt. A Cora az akciós újságok utolsó oldalának alján, apró betűkkel

szedett sorokban hívja fel a fogyasztók figyelmét arra a körülményre, hogy akciós ajánlata kizárólag a készlet erejéig érvényes.

10) A vizsgálat során a Gazdasági Versenyhivatal elsődlegesen a „Kihagyhatatlan” kategóriába sorolt termékek tekintetében végzett részletes ellenőrzést. Ezen kívül a harmadik akciós időszakban hirdetett Ovomaltine Maláta alapú italpor tekintetében végzett részletes ellenőrzést.

11) A „kihagyhatatlannak” minősített termékek az alábbiak voltak:

- *2007. január 17-30.*

Csirkemell filé 2 kg felett, Füstölt, főtt császárszalonna, Pick Diákcsemege, Tatra UHT tej, Findus Wok zöldségkeverék, Segafredo kávé 2x250g, Floriol Napraforgó étolaj, Best Dog Kutyaeledel, Winny Szénsavas üdítőital, Biopon Takarékos Mosópor, Útszórósó érdesítős, Benzi Trolibörönd, Targa Trio Vízfiteres porszívó, Cactus Clone Férfi Jogging alsó. (Összesen 14 termék.)

- *2007. január 31-február 13.*

Sertés bőrös lapocka, Füstölt, főtt tarja, Herz Csemege szalámi, Tojás 30 db-os, Sága Selyemsonkával és sajttal töltött pulykamell + fokhagymás pipifasírt, Kristálycukor 5kg, Reno kutyaeledel, Bonduelle Csemegekukorica, Jagermeister Likőr, Happy Day Gyümölcslé, Domestos Tisztítószer duopack Colgate Herbál Fogkrém triopack, Johnson's Tusfürdő triopack, Cactus Clone 3 páras fiú zokni. (Összesen 14 termék.)

- *2007. február 14-27.*

Csirke far-hát, Pick Diákcsemege, Banán, Winny Májas, Magyar tojás, Kristálycukor, Napocska Étolaj 1l, Hey-Ho Gyümölcslé, Bonux Compact mosópor, Adidas Tusfürdő, Deawoo F1013 Mosógép, Funai 21D-3218 F Televízió, HP M525 Digitális fényképezőgép, Philips 190S7FS LCD monitor, Női szobapapucs, Férfi jogging alsó, Dalmata/Giraffe 12” gyermek kerékpár, Lego Bionicle Barakki end-cap, Fúró-vésőkalapács, Szerszámos láda, Charlie Rotációs kapa, Winny kutyaszalámi. (Összesen 22 termék)

12) A fent felsorolt termékekre vonatkozó részletes ellenőrzés alapján megállapítható, hogy az akciós újságokban meghirdetett feltételekkel számos – a vizsgált 50

kihagyhatatlan termék körébe tartozó – árucikk az adott akciós időszakban: (i) nem volt elérhető az akció kezdetén, vagy annak teljes időtartama alatt, (ii) nem a meghirdetett áron volt elérhető. Az egyes árucikkokkal kapcsolatos hiányosságok egyes esetekben a Cora minden áruházában megfigyelhetőek voltak, egyes esetekben csak meghatározott áruházakban tértek el a meghirdetett feltételektől.

### **III. Az eljárás alá vont álláspontja**

- 13) A vizsgálat során az eljárás alá vont előadta, hogy az akciós újságok irányvonalainak összeállítása a tárgyévet megelőző év júniusában kezdődik, majd ezen év szeptemberében kerül meghatározásra az egyes akciós újságok termékszintű tartalmi összeállítása. A szerepeltetni kívánt termékek közé csak a belistázott – azaz a Corával kapcsolatban levő – szállítók termékei kerülhetnek be. A Cora beszerzési feladatait intéző – és így a beszállítókkal való közvetlen kapcsolatot tartó – Provera Beszerzési Kft-vel (a továbbiakban Provera) való szoros együttműködés során kerülnek meghatározásra az egyes akciós termékek pontos értékesítési feltételei.
- 14) Előadta továbbá, hogy az akciós újság tartalmának véglegesítése során több ellenőrző pontot is beilleszt annak érdekében, hogy ne forduljanak elő hibák az akciós újságban. Ezen ellenőrzési pontok az akciós újság megjelenése előtti hat hónappal a Provera számára küldött éves termékigénytől a terjesztés előtti 4-5 nappal sorra kerülő, a már nyomdakész akciós újságon elvégzett utolsó átvizsgálásig tartanak.
- 15) Eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a meghirdetett árukkal kapcsolatos konkrét megrendelés az egyes áruházi osztályvezetők feladata, az igényeket és a majdani készletfogyást követő utánrendelés szükségességét saját hatáskörben mérik fel. Az áruházlánc decentralizált struktúrájából fakad az is, hogy az ún. „normál” áron értékesített termékek – azaz, amelyek nem szerepelnek az aktuális akcióban – árazásáért az egyes áruházak vezetői felelősek.
- 16) A készlethiányok nyilvántartása kapcsán eljárás alá vont ismertette, hogy informatikai rendszere csak a napi készletezéshez szükséges információkat tartalmazza, a rendszer utólag az adott napi készleteket közvetlenül rekonstruálni nem képes. Mindezzel együtt meghatározott számítások útján lehetséges utólag is rögzíteni készletadatokat, ám azok pontossága kétséges lehet. A készletekre vonatkozó adatszolgáltatása során

éppen ezért minden tőle telhetőt megtett, hogy a lehető legpontosabb adatokat szolgáltatassa a hivatal számára.

- 17) Az akciós árak alkalmazása tekintetében eljárás alá vont előadta, hogy az adott akciós időszak indulását két nappal megelőzően informatikai úton kerülnek a letöltésre katalógus árak a pénztárakba. Előadása szerint ennek oka, hogy a letöltést követően kerül sor egy manuális árelőellenőrzésre, melynek során az egyes osztályok munkatársai az osztályhoz tartozó katalógustermékek árait vonalkóddal ellenőrzik a pénztáraknál. Eljárás alá vont írásos nyilatkozata szerint a következő napon történik a hibák kijavítása, újabb ellenőrzéssel. Mindezt kiegészítve a tárgyaláson előadta eljárás alá vont, hogy az akciós árak információs rendszerben történő központi beállítása esetén elvileg nincs lehetőség az akciós áraktól való eltérésre.
- 18) A Versenytanács által eljárás alá vontnak megküldött előzetes álláspontra tett észrevételeiben a Cora csatolta azon táblázatokat, amelyek álláspontja szerint igazolják, hogy az első akciós időszakban a Biopon takarékos mosópor, a Cactus Clone jogging alsó, a Benzi trolibőrönd és a 250 g-os kiszerelésű Segafredo kávé esetében az akciós ár központilag beállításra került. A Versenytanács által tartott tárgyaláson elismerte ugyanakkor, hogy lehetséges olyan „hibaszázalék”, amely esetben a kasszáknál mégis az egyébként központilag megadott ártól eltérő árat alkalmaznak.
- 19) Eljárás alá vont előadta továbbá, hogy az 1000 g-os Ovomaltine Maláta alapú italpor és ajándék bögre fotója és ára hibásan jelent meg a harmadik akciós időszakra vonatkozó akciós újságban. (Valójában csak 200 és 400 g-os kiszerelésben volt kapható a termék, az utóbbi esetében volt elérhető az ajándék bögre, ám lényegesen magasabb áron, mint a meghirdetett mennyiség esetében.) Ezen hiányosságra az egyes áruházakban az információs pultnál, illetve termék normál helye mellett kihelyezett információs táblákkal hívta fel vásárlói figyelmét az eljárás alá vont.

#### **IV. A jogi háttér**

- 20) A Tpv. 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 idézett szakasz (2) bekezdés a) pontja szerint a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha

adott vállalkozás 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 állít, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látja el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást ad. Az idézett szakasz b) pontja szerint ugyancsak megtévesztőnek minősül, ha elhallgatja azt, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli. A szakasz 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 magatartás tanúsít adott vállalkozás, ha különösen előnyös vásárlás hamis látszatát kelti.

- 21) 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.
- 22) A Versenytanács a Tpvt. 78.§-ának (1) bekezdése alapján bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpvt. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozásnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet. A Tpvt. 78.§ (3) bekezdése rögzíti, hogy 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.

## V. A Versenytanács döntése

- 23) A Versenytanács megítélése alapján a kiskereskedelmi egységekben forgalmazott áru vásárlására vonatkozó fogyasztói döntési folyamat tekintetében többféle mozzanat különíthető el:
- (i) annak fogyasztó általi megválasztása, hogy vásárlásait milyen típusú üzletben kívánja lebonyolítani (szaküzletben, hipermarketben, hagyományos kisebb forgalmú kiskereskedelmi egységben, piacon, valamely lánchoz tartozó áruházban, stb.);
  - (ii) annak eldöntése, hogy a kiválasztott üzlettípus kategórián belül konkrétan melyik üzletet keresi fel a vásárlás megvalósítása érdekében; továbbá
  - (iii) annak elhatározása, hogy a fogyasztó a konkrét üzletben megvásárolja-e az adott terméket.
- 24) Megállapítható továbbá, hogy a fogyasztók – különösen a hipermarketek esetében – jellemzően nem egy-egy konkrét termék beszerzése érdekében keresik fel az áruházakat – sokkal inkább nagyobb mennyiségű áru beszerzése érdekében vállalkoznak az adott kiskereskedelmi egység (sokszor lakóhelyüktől elég távoli) felkeresésére. A hipermarket típusú üzleteket üzemeltető vállalkozások üzleti modellje részben éppen ezen fogyasztói viselkedési jellegzetességre épül fel, így képes megtérülni az a jelentős beruházás, hogy lakott területektől jellemzően távoli helyeken, nagy alapterületű és jelentős árukészletet felhalmozó áruházakat tartanak fenn.
- 25) A fogyasztó döntésének fenti három mozzanata mind – külön-külön és együttesen is – hatással van a kiskereskedelmi piacon zajló versenyre, hiszen adott áruház típus, illetve a konkrét áruház kiválasztásával a fogyasztó már nagy valószínűséggel beszerzi a számára szükséges termékeket. Ebben az esetben csökken a jelentősége annak, hogy a fogyasztó vajon eláll-e az adott konkrét áru megvásárlásától abban az esetben, ha az akciós feltételektől való eltérés a vásárlás előtti kiderül. Az akciók tehát nemcsak egy adott akciós áru iránti keresletét növelik, hanem kedvezően hatnak az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is.
- 26) Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy adott áru meghatározott tulajdonságai tekintetében a fogyasztó más-más módon képes meggyőződni arról, hogy vajon az



akció feltételei megfelelően alkalmazásra kerülnek-e adott áruházban. A termék elérhetősége, illetve méretbeli kiszerezése – azaz külső jellemzői – már a polcon közvetlenül kiderül(het)nek a fogyasztó számára. Ezzel szemben már korlátozottabb a fogyasztó lehetősége arra, hogy ellenőrizze, vajon az adott termékért a pénztárban annyit számol-e fel az áruház-e, mint az akciós újságban meghirdetett ár. (Mindezt a kihelyezett vonalkódos ellenőrző egységeken keresztül még megteheti a fogyasztó, ám a jellemző vásárlói szokásokhoz valószínűsíthetően nem tartozik hozzá a teljes vásárolt árumennyiség leellenőrzése.)

- 27) A vizsgálat során feltárt információk alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont által meghirdetett és a Gazdasági Versenyhivatal 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 egyrészt termék nem volt elérhető az akció során, (ii) másrészt a termék nem a meghirdetett áron volt elérhető.

#### A) A meghirdetett termék nem volt elérhető

28) A Versenytanács megítélése szerint az a körülmény, hogy adott termék nem érhető el az akciós időszakban az eljárás alá vont valamely áruházában, még nem feltétlenül minősül jogsértésnek. Az akciós újságok utolsó oldalának alján apró betűs szedéssel az eljárás alá vont felhívja a fogyasztók figyelmét az akciós újságokban, hogy adott termékre vonatkozó akció csak a készlet erejéig érvényes. Meghatározott körülmények fennállása esetén azonban az akciós időszakban az akció keretében meghirdetett áruból fennálló készlethiány jogsértő magatartásnak minősülhet:

- (i) A Versenytanács megítélése szerint nem fogadható el jogszerű magatartásként az, hogy adott termék az akció ideje alatt adott áruházban egyáltalán nem kapható.
- (ii) Nem minősíthető a készlethiány jogszerűnek akkor sem, ha az adott akció kezdetén nem érhető el a termék adott áruházban. A fogyasztók – éppen a „készlet erejéig érvényes” kitétel következtében – várhatóan az akciós időszak elejére időzítik vásárlásukat számítva arra, hogy későbbi időszakban esetlegesen már nem, vagy nem a meghirdetett áron vásárolhatják meg az akciós terméket.

(iii) Az akció időszaka során fellépő készlethiány oka lehet továbbá az is, hogy adott áruház irreálisan alacsony induló készlettel készült fel akcióra. Ebben az esetben az akció meghirdetett feltételei tekintetében megtévesztő gyakorlatot folytat adott vállalkozás, hiszen a várható fogyasztásra való felkészülés nélkül kínálja akciós termékét „a készlet erejéig”. A Versenytanács álláspontja szerint irreálisan alacsonynak minősülhet az induló készlet abban az esetben, ha az eljárás alá vont valamely áruházban különösen – más áruházában rendelkezésre álló készlethez képest irreálisan – alacsony készlet állt az akció kezdetén rendelkezésre és az induló készlet az akció során elfogyott, továbbá az adott áruházban nem került sor utánrendelésre.

29) A Versenytanács – a fentiekre tekintettel – jogsértőnek tekintette azon eseteket, ahol a beszerzett információk alapján megállapítható volt, hogy: (i) adott termék az akció során nem volt egyáltalán elérhető, (ii) nem állt rendelkezésre adott áruházban az akció első napján induló készlet valamely termékből, vagy (iii) az induló készlet irreálisan alacsonynak minősíthető és nem került sor utánrendelésre.

30) Az első akciós időszakban – 2007. január 17. és 30. között – nem volt elérhető

- a debreceni áruházban a teljes akciós időszak alatt a meghirdetett Cactus Clone férfi jogging alsó;
- a fóti áruházban az akciós időszak első két napján, míg a szolnoki áruházban a teljes időszak alatt a húsos Best Dog kutyaeledel.

31) A második akciós időszakban – 2007. január 31. és február 13. között – a teljes időtartamban nem volt elérhető a törökbálinti, illetve a budakalászi áruházban a Domestos Duopack tisztítószer.

32) A harmadik akciós időszakban – 2007. február 14. és 27. között – nem volt elérhető

- a miskolci áruházban a meghirdetett csirke farhát az időszak első négy napján;
- a debreceni és a miskolci áruházban a Charlie rotációs kapa az időszak első három napján;
- az eljárás alá vont minden áruházában az Ovomaltine Maláta alapú 1000g-os kieszerelesű italpor ajándék bögrével.

- 33) Irreálisan alacsony induló készlettel készült fel az eljárás alá vont a harmadik akciós időszakban az Adidas Tusfürdő értékesítésére a miskolci és szolnoki áruházában, hiszen míg az előző esetben 5 db-os, az utóbbiban 3 db-os induló készlete volt, addig egyéb áruházában 20-60 közötti, azaz nagyságrendileg más számú termék állt induláskor rendelkezésre. Ugyancsak irreálisan alacsonynak minősült a Funai 21 D-3218 F típusú televízió esetében a budakalászi 4 db-os és a debreceni 5 db-os induló készlet. Az egyéb áruházakban 20-30 közötti induló készlettel, azaz ebben az esetben is nagyságrendileg eltérő darabszámmal készült fel az akcióra az eljárás alá vont.
- 34) Nem minősítette jogsértőnek a Versenytanács azon eseteket, ahol a vizsgálat ugyan feltárta a termékhiány tényét, ám az eljárás alá vont igazolta, hogy kellő időben leadott rendelése (utánrendelése) ellenére nem érkezett meg a szükséges készlet adott áruházába.

#### B) Nem a meghirdetett áron értékesített termék

- 35) A Tpv. 8. § (1) bekezdés a) pontja külön kiemeli és nevesíti a fogyasztók megtévesztésének azon esetét, ahol adott vállalkozás az áru ára tekintetében közöl valótlan tény. Ennek alapján megtévesztő magatartásnak minősül, ha adott vállalkozás nem az általa valamely formában, így adott esetben akciós újságban meghirdetett áron értékesíti az adott terméket.
- 36) A vizsgálat kiderítette, hogy az eljárás alá vont által „kihagyhatatlannak” minősített termékek tekintetében számos esetben volt különbség adott áru akciós újságban meghirdetett ára és a pénztárnál alkalmazott – azaz a fogyasztó által ténylegesen fizetendő – úgynevezett „kassa ára” között. A meghirdetett ártól való eltéréssel kapcsolatosan feltárt esetek – az egyes akciós időszakokra, illetve áruházakra vonatkozó bontással együtt – az alábbiak:
- 37) Az első akciós időszakban:
- a Biopon Takarékos Mosópor minden áruházban 1.899.- Ft helyett 2.039.- Ft volt;
  - a Cactus Clone Jogging alsó minden áruházban 1.399.- Ft helyett 4.789.- Ft volt;

- a Benzi Trolibőrönd 52 cm-es Budakalászon és Szegeden 4.990.- Ft helyett 5.000.- Ft, míg Szolnokon 5.080.- Ft volt;
- a Segafredo Kávé 2x250g minden áruházban 399.- Ft helyett 788.- Ft volt.

38) A második akciós időszakban:

- a Reno Kutyaeledel 1.499.- Ft helyett Miskolcon 1.550.- Ft, Szolnokon 1.562.- illetve 1.584.- Ft és Szegeden 1.514.- Ft volt.

39) A harmadik akciós időszakban:

- a HP M525 Digitális fényképezőgép 34.990.- helyett Fóton az időszak első napján 38579.- Ft volt;
- az 1kg-os Notadolce Kristálycukor 219.- Ft helyett Szegeden 225.- Ft, míg Törökbálinton 232.- Ft volt;
- a Philips 190S7FS LCD Monitor 54.990 helyett Budakalászon 55.792.- Ft volt;
- a Daewoo F1013 Mosógép 69990.- helyett Fóton 70.220.- Ft, míg Miskolcon 71353.- Ft volt;
- a Funai 21 D-3218 F televízió 29.990.- Ft helyett Fóton 30.370.- Ft, míg Szegeden 30.119.- Ft volt;
- a Pick Diákcsemege 1369.- Ft/kg helyett Fóton 1390.-/kg volt;
- a 2l-es Hey Ho gyümölcslé 319.- Ft helyett Miskolcon 330.- Ft, míg Szolnokon 326.- Ft volt;
- a Bonux Compact mosópor 2499.- Ft helyett 2821.- és 2846.- Ft közötti áron volt elérhető (minden áruházban volt eltérés);
- az Adidas Tusfürdő 479.- Ft helyett 481 és 544.- Ft közötti áron volt elérhető (minden áruházban volt eltérés).

40) A részletesen átvizsgált „kihagyhatatlan” termékkör 50 elemből állt, így az eljárás alá vont 7 áruházára nézve lehetséges 350 esetben volt szükséges összevetni a ténylegesen alkalmazott árakat a meghirdetett árakkal. Ezen esetkörből összesen 53

tekintetében tárta fel a vizsgálat, hogy eljárás alá vont által alkalmazott kasszaárak meghaladták az akcióban meghirdetett árakat.

- 41) A „kihagyhatatlannak” minősített termékek – éppen minősítésük folytán – az adott akciós időszak zászlóshajójának tekinthetők, így az ezekkel kapcsolatos esetleges jogsértés súlya jelentős. A kiemelt termékkör ugyanis különös súllyal képes befolyásolni a fogyasztói döntést abban a tekintetben, hogy miért éppen az eljárás alá vont áruházát választja ki adott fogyasztó a vásárlása helyszínéül.
- 42) A Versenytanács mindezek alapján megállapította, hogy az eljárás alá vont akciós újságjainak kiemelt termékei közül a lehetséges alkalmazási kör több mint 15%-a – a lehetséges 350 esetből 53 – tekintetében előforduló, a meghirdetett és a ténylegesen alkalmazott árak közötti eltérés nem minősíthető egyszerűen „hibásnak”, így a magatartás a gazdasági versenyben a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolására alkalmas volt.
- 43) Megjegyzi a Versenytanács, hogy eljárás alá vont által a lehetséges árazási eltérések – azaz a meghirdetett és a ténylegesen alkalmazott árak közötti eltérések, a „hibák” – kiküszöbölése érdekében állítólagosan megtett lépései elvileg a bírságolás keretében vehetők figyelembe, hiszen a Tpv. 8. §-a a vállalkozás felróhatóságától függetlenül minősíti jogsértőnek az itt tilalmazott cselekményeket.
- 44) A fentiekre figyelemmel a Versenytanács a rendelkező részben foglaltak szerint a Cora előzőekben részletezett – az akciós újságban kihagyhatatlannak minősülő termékek elérhetősége és azok árazása kapcsán érvényesülő – magatartását a Tpv. 77. § (1) bekezdés d) pontja alapján a Tpv. 8. § (2) bekezdés a) pontjába ütközőnek minősítette.
- 45) A Versenytanács a Tpv. 78. §-ában foglaltak figyelembevételével bírságot is kiszabott. A bírság alapösszegének meghatározása során a Versenytanács figyelemmel volt az eljárás alá vont éves árbevételére és a jogsértéssel vizsgált időszakra, továbbá arra a körülményre, hogy a vizsgálattal felölelt – az adott akciós időszakban a fogyasztói döntés befolyásolása tekintetében különös súlyt képviselő – termékkör tekintetében kiterjedtnek minősíthető a megtévesztő gyakorlat.
- 46) Enyhítő körülményként vette figyelembe a Versenytanács az eljárás alá vont egy termék esetében feltárt magatartását, mely szerint az akciós újságban hibásan

megjelent és nem elérhető áru hiányára külön információs táblán hívta fel a vásárlói figyelmét.

- 47) Nem vette ugyanakkor figyelembe enyhítő körülményként a Versenytanács az eljárás alá vont azon előadását, hogy az akciós áraknak az informatikai rendszerbe történő központi betöltését követően már csak rendszerhiba esetén léphetnek fel eltérések, közvetlen beavatkozásra azonban ezt követően nincs mód. Nem volt figyelembe vehető ezen védekezés egyrészt azon esetekben, ahol minden áruházban egységesen eltért a kasszaár a meghirdetett ártól, hiszen ekkor láthatóan nem is helyi – azaz az egyes áruházak – szinten keletkező probléma jelentkezett. Másrészt azért sem volt figyelembe vehető ezen védekezés, mert eljárás alá vont nem terjesztett elő olyan bizonyítékokat, amely rendszerének a kifejtett zártságát igazolná, sőt nyilatkozatai ellentmondóak voltak abban a tekintetben, hogy a központi betöltést követően utólagos korrekcióra van-e mód.
- 48) A Versenytanács súlyosbító körülményként vette figyelembe, hogy az elmúlt két évben a Versenytanács több alkalommal is megállapította, hogy az eljárás alá vont a Tpv. III. fejezetébe ütköző és a jelen eljárásban vizsgált magatartáshoz hasonló gyakorlatot folytatott.
- 49) A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110.§ (1) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
- 50) A Ket. 138.§-ának (1) bekezdés a) pontja szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő kötelezett késedelmi pótlékot köteles fizetni. Ugyanezen szakasz (3) bekezdése szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpv. 83.§-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

## **VI. Egyebek**

- 51) A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpv. 45.§-án, illetékessége a Tpv. 46.§-án alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik bíróság (86.§) hatáskörébe, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
- 52) A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. § (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2007. szeptember 17.