



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-162/2008/043.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a **JYSK Kereskedelmi Kft.** Budapest és a **JYSK Holding A/S** Dánia ellen fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása, illetve tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

végzést

A Versenytanács az eljárást a JYSK Holding A/S eljárás alá vonttal szemben megszünteti.

A Versenytanács a JYSK Kereskedelmi Kft. esetében az eljárást a Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna, a Kronborg Comfort 4 évszakos paplan és a Claudius pehelypaplan mennyiségi árkedvezménye kapcsán a 2008/2009-es időszakra szóló "Hálószoba-fürdőszoba-lakás" című éves katalógussal megvalósított kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában megszünteti.

A jelen végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, de a Fővárosi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni.

I n d o k o l á s

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a JYSK Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: JYSK Kft.) ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetének, illetve a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit, amikor

- a 2008. szeptember 11. és szeptember 17. között érvényes reklámújságban meghirdetett Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna és Julie székpárna esetében az akció előtti induló árként feltüntetett árat az akciót megelőzően nem alkalmazta,
- a JYSK Kft. éves katalógusában meghirdetett ún. mennyiségi kedvezményes termékek közül a Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna, a Kronborg Comfort 4 évszakos paplan és a Claudius pehelypaplan esetében nem alkalmazta a reklámújságban feltüntetett akció előtti régi árat.

A versenyfelügyeleti eljárást elindító végzés szerint a versenyfelügyeleti eljárás a vizsgált termékek árfeltüntetésével kapcsolatos, 2008. január 1. és december 17. közötti kommunikációs gyakorlat vizsgálatára terjed ki.

A versenyfelügyeleti eljárásba bevonásra került a JYSK Holding A/S.

I.

Az eljárás alá vontak

2. A JYSK Holding A/S a JYSK cégcsoport anyavállalata,. A holding alá több leányvállalatszoport, így a többek között a JYSK Nordic divízió is tartozik. A JYSK Nordic divízióba tartozik a Magyarországon tevékenykedő JYSK Kft. is. A JYSK konszernnek 1.500 üzlete van az európai piacon. Jelenleg 33 országban működik áruháza.

3. A főtevékenysége szerint bútor és háztartási cikk kiskereskedelemmel foglalkozó JYSK Kft.-t a JYSK Holding A/S S alapította.

4. Az első magyarországi JYSK áruház 2005. április 7-én nyílt meg. Jelenleg 47 JYSK áruház van Magyarországon. A JYSK Kft. belföldi értékesítésből származó nettó árbevétele a 2008. augusztus 31-vel végződő pénzügyi évében meghaladta a 8 milliárd Ft-ot.

II.

Az eljárás alá vontak vizsgált magatartása

5. A piaci szereplők a fogyasztókat jellemzően az általuk szervezett akciókhoz kapcsolódó heti/egyéb időszakonkénti reklámújságjaik, illetve hosszabb időtartamra szóló katalógusok mint kommunikációs eszközök révén igyekeznek elérni. Ezeket jellemzően az érintett üzletek körzeteihez tartozó háztartások postaládáiba juttatják el, valamint internetes honlapjaikon teszik megismerhetővé. Mindemellett óriásplakátok, nyomtatott sajtóban, televízióban és rádióban megjelenő reklámok alkalmazására is sor kerülhet.

6. A JYSK Kft. általában 7 napos akciókat tart. Ezek népszerűsítése során reklámújságjában tájékoztatást ad a fogyasztók számára az akció során megvásárolható termékekről, azok áráiról, illetve az akció alatt történő vásárlással elérhető kedvezmény mértékéről. Emellett évente kiadja a „JYSK Hálószoza Fürdőszoba Lakás” című éves katalógust, amelynek érvényessége a szokásos üzleti évhez igazodik, szeptember 1-jétől a következő év augusztus 31-ig tart (a reklámújságok és az éves katalógus példányszámára, megjelentetési költségeire, a terjesztési körzet nagyságára vonatkozó, üzleti titoknak minősülő adatokat a Vj-162/2008/5., 33/1., 34. és 35/1. számú iratok tartalmazzák).

7. A JYSK Kft. a termékválasztékba újonnan bekerült termékek kivételével általában egy éves üzleti év vonatkozásában határozza meg a termékek szokásos (engedménnyel nem csökkentett) piaci árát, s általában nem jellemző, hogy egy éves időszakon belül azon „szokásos” árait megváltoztatná, amelyeket az éves katalógusaiban feltüntet.

8. A (jellemzően heti) akciók ideje alatt a JYSK Kft. az adott időszakra meghatározott akciós árát alkalmazza, de az akció végeztével ismételten a szokásos, nem akciós áron értékesíti a termékeket, kivéve, ha az adott akciós időszakot követő akciós időszakban újra szerepel ugyanaz a termék. Ebben az esetben az utóbbi akciós időszakban alkalmazott akciós áron kerülnek a termékek értékesítésre. A JYSK Kft. nyilatkozata szerint ilyen esetben érezheti esetlegesen úgy a fogyasztó, hogy a JYSK korábban nem alkalmazta a reklámújságban hirdetett szokásos eladási árát (Vj-162/2008/5.).

9. A termékválasztékba újonnan bekerült termékek addig nem vesznek részt akciós kampányban, amíg a „szokásos eladási ár” pozicionálása be nem fejeződött. A JYSK Kft. nyilatkozata értelmében a pozicionálás lezárultával az adott árat tünteti fel „szokásos eladási árként.”

10. A fogyasztók számára kizárólag a JYSK üzletekben elérhető „JYSK Hálószoza Fürdőszoba Lakás” éves katalógus egyes termékek kapcsán mennyiségi kedvezményről ad tájékoztatást, amikor a fogyasztó 2, 3, 4 darab megvásárlása esetén árkedvezményben részesül.

A mennyiségi kedvezménnyel érintett árak nem kerülnek meghirdetésre az akciós heti reklámújságokban, hanem csak az üzletekben, s az éves katalógusokban, illetve az interneten jelennek meg. A mennyiségi ár egész évben érvényesül, de ha egy akciós kampányban az akciós újságba bekerül egy mennyiségi árral érintett termék, akkor a termék kampánya „felülírja” az alkalmazott mennyiségi árat, s a mennyiségi árnál alacsonyabb kampányár lesz az irányadó. Ilyenkor a mennyiségi árkommunikációt felváltja a kedvezőbb árat bemutató reklámújságban megvalósuló kommunikáció.

11. Az akciós reklámújságok és az éves katalógusok tartalma változatlan formában megjelenik a www.jysk.hu honlapon is.

Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna

12. A Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna kapcsán

- a 2008. augusztus 28. és szeptember 10. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 2.000 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. szeptember 11. és 17. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.990 Ft helyett 2.000 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. szeptember 18. és 24. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 2.000 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. október 2. és 15. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 2.000 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. október 24. és november 5. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 1.350 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. október 30. és november 5. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 1.350 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. november 6. és 12. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 1.350 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. november 20. és 26. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 1.350 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008. december 4. és 10. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 1.350 Ft ellenében vásárolható meg,

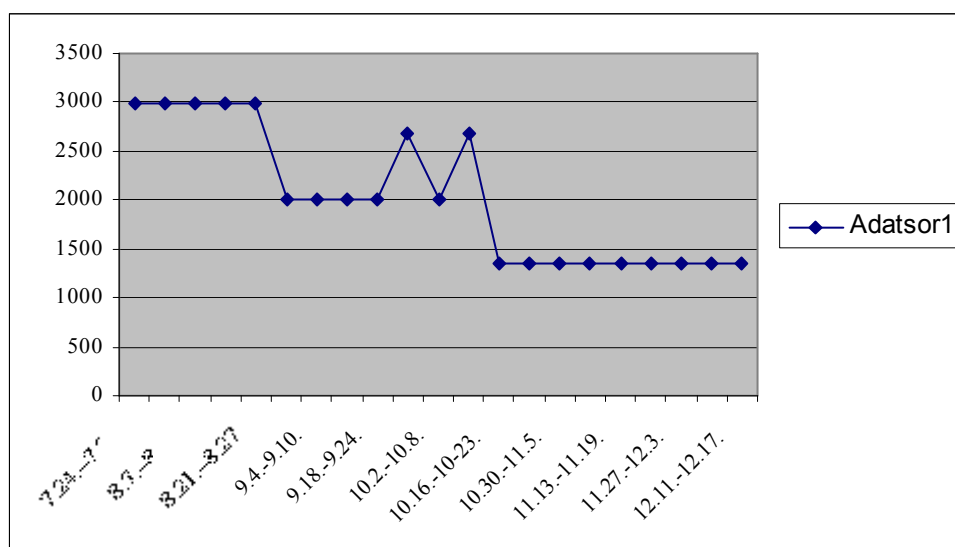
- a 2008. december 11. és 17. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 2.690 Ft helyett 1.350 Ft ellenében vásárolható meg,
- a 2008/2009-es időszakra vonatkozó, „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című katalógus tájékoztatása szerint a termék ára 2.690 Ft, ugyanakkor 2 darab termék megvásárlása esetén a fizetendő ár 3.990 Ft.

13. A termék ára az eljárás során szolgáltatott adatokból (Vj-162/2008/5/2.), az akciós reklámújságokból és az éves katalógusból megállapíthatóan a következők szerint alakult:

2008. június 11. – augusztus 27.:	2.990 Ft
2008. augusztus 28. – szeptember 10.:	2.000 Ft
2008. szeptember 11. – szeptember 17.:	2.000 Ft
2008. szeptember 18. – szeptember 24.:	2.000 Ft
2008. szeptember 25. – október 1.:	2.690 Ft
2008. október 2. – október 15.:	2.000 Ft
2008. október 16. – október 23.:	2.690 Ft
2008. október 24. – október 29.:	1.350 Ft
2008. október 30. – november 5.:	1.350 Ft
2008. november 6. – november 12.:	2.000 Ft
2008. november 13. – november 19.:	1.350 Ft
2008. november 20. – november 26.:	1.350 Ft
2008. november 27. – december 3.:	1.350 Ft
2008. december 4. – december 10.:	1.350 Ft
2008. december 11. – december 17.:	1.350 Ft
2008. december 18. – 2009. január 14.:	1.350 Ft

A rendelkezésére álló, a JYSK Kft. által szolgáltatott adatokból nem volt egyértelműen megállapítható, hogy 2008. szeptember 25. és október 1., illetve 2008. október 16. és 23. között milyen mértékű árat kellett fizetniük a fogyasztóknak, ezért a Versenytanács 2008/2009-es időszakra vonatkozó, „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című katalógusban jelzett 2.690 Ft árat határozta meg mint az adott időszakokban alkalmazott árat.

A termék árának 2008. július 24. és december 17. közötti változásait az alábbi ábra is mutatja:



14. 2008. szeptember 18-től két darab termék vásárlása esetén a fogyasztónak (mennyiségi kedvezményként) 1.995 Ft-ot kellett fizetnie egy darab termékért.

Kronborg Comfort 4 évszakos paplan

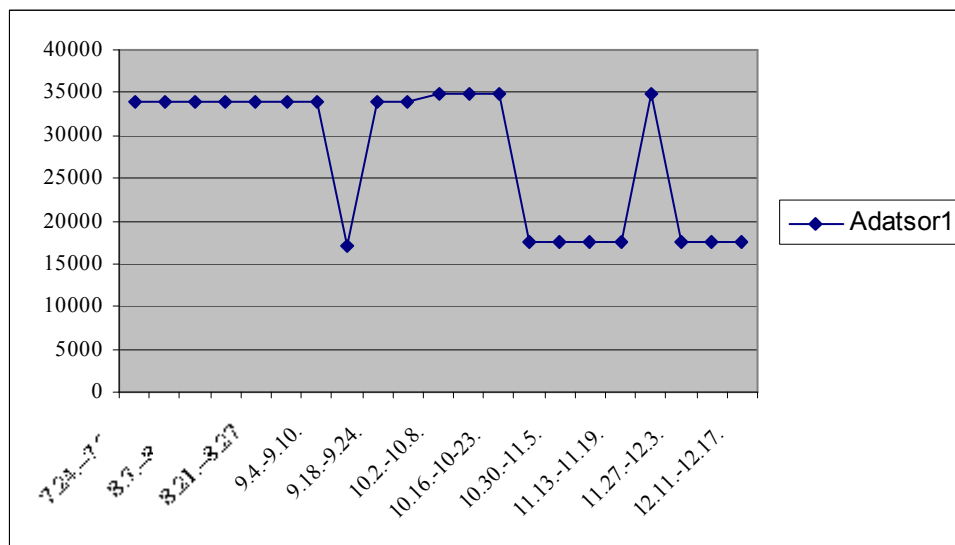
15. A Kronborg Comfort 4 évszakos paplan kapcsán

- a 2008. szeptember 11. és 17. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 33.900 Ft helyett 17.000 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 16.900 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. október 24. és november 5. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 34.900 Ft helyett 17.500 Ft-ért vásárolható meg. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. október 30. és november 5. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 34.900 Ft helyett 17.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 17.400 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. november 6. és 12. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 34.900 Ft helyett 17.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 17.400 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. november 27. és december 10. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 34.900 Ft helyett 17.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 17.400 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. december 11. és december 17. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 34.900 Ft helyett 17.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 17.400 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008/2009-es időszakra vonatkozó, „Hálószoba-fürdőszoba-lakás” című katalógus tájékoztatása szerint a termék ára 34.900 Ft, ugyanakkor 2 darab termék megvásárlása esetén a fizetendő ár 49.900 Ft, a megtakarítás mértéke 19.900 Ft.

16. A termék ára az eljárás során szolgáltatott adatokból (Vj-162/2008/5/2.), az akciós reklámújságokból és az éves katalógusokból megállapíthatóan a következők szerint alakult:

2008. május 5. – szeptember 10.:	33.900 Ft
2008. szeptember 11. – szeptember 17.:	17.000 Ft
2008. szeptember 18. – szeptember 30.:	33.900 Ft
2008. október 1. – október 23.:	34.900 Ft
2008. október 24. – október 29.:	17.500 Ft
2008. október 30. – november 5.:	17.500 Ft
2008. november 6. – november 12.:	17.500 Ft
2008. november 13. – november 19.:	17.500 Ft
2008. november 20. – november 26.:	34.900 Ft
2008. november 27. – december 10.:	17.500 Ft
2008. december 11. – december 17.:	17.500 Ft
2008. december 18. – december 26.:	34.900 Ft
2008. december 27. – 2009. január 14.:	15.000 Ft

A termék árának 2008. július 24. és december 17. közötti változásait az alábbi ábra is mutatja:



17. 2008. május 5-től két darab termék vásárlása esetén a fogyasztónak (mennyiségi kedvezményként) 24.950 Ft-ot kellett fizetnie egy darab termékért.

Julie székpárna

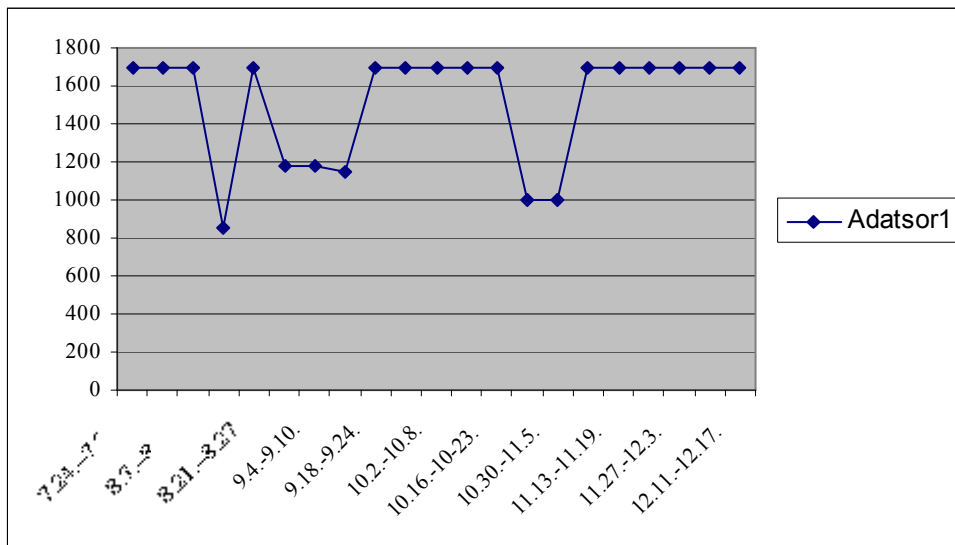
18. A Julie székpárna kapcsán

- a 2008. március 6. és 19. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 1.690 helyett 850 Ft-ért vásárolható meg. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. március 27. és április 2. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 1.690 helyett 1.000 Ft-ért vásárolható meg, a megtakarítás mértéke 690 Ft, -40%,
- a 2008. szeptember 11. és 17. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 1.690 Ft helyett 1.150 Ft-ért vásárolható meg, a megtakarítás mértéke 32%.

19. A termék ára az eljárás során szolgáltatott adatokból (Vj-162/2008/5/2.) és az akciós reklámújságokból megállapíthatóan a következők szerint alakult:

2007. december 27. – 2008. január 16.:	1.000 Ft
2008. január 17. – február 6.	nem ismert
2008. február 7. – március 5.:	1.690 Ft
2008. március 6. – március 19.:	850 Ft
2008. március 20. – március 26.:	1.690 Ft
2008. március 27. – április 2.:	1.000 Ft
2008. április 3. – augusztus 13.:	1.690 Ft
2008. augusztus 14. – augusztus 20.:	850 Ft
2008. augusztus 21. – augusztus 27.:	1.690 Ft
2008. augusztus 28. – szeptember 10.:	1.183 Ft
2008. szeptember 11. – szeptember 17.:	1.150 Ft
2008. szeptember 18. – október 23.:	1.690 Ft
2008. október 24. – november 5.:	1.000 Ft
2008. november 6. -	1.690 Ft

A termék árának 2008. július 24. és december 17. közötti változásait az alábbi ábra is mutatja:



20. 2008. január 30-tól két darab termék vásárlása esetén a fogyasztónak (mennyiségi kedvezményként) 1.250 Ft-ot kellett fizetnie egy darab termékért.

Claudius pehelypaplan

21. A Claudius pehelypaplan kapcsán

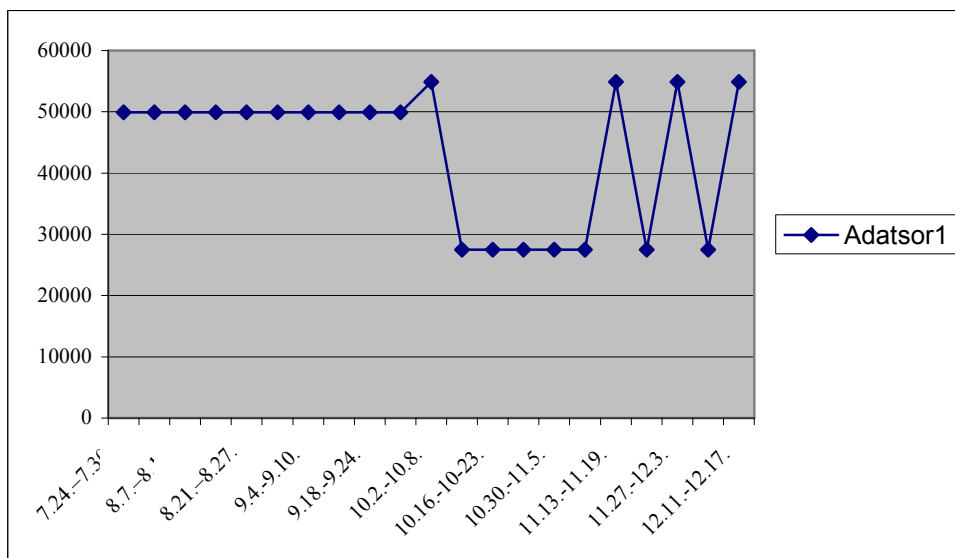
- a 2008. január 3. és január 16. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 49.900 helyett 25.000 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 24.900 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. január 31. és február 6. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 49.900 helyett 25.000 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 24.900 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. március 6. és 19. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 49.900 helyett 25.000 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 24.900 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. szeptember 11. és 17. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 49.900 Ft helyett 25.000 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 24.900 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. október 9. és 22. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 54.900 Ft helyett 27.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 27.400 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. október 24. és november 5. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 54.900 Ft helyett 27.500 Ft-ért vásárolható meg. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. november 6. és 12. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 54.900 Ft helyett 27.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 27.400 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,

- a 2008. november 20. és 26. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 54.900 Ft helyett 27.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 27.400 Ft.. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2008. december 4. és december 10. közötti időszakra vonatkozó, az interneten is megjelenített reklámújság arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy a termék 54.900 Ft helyett 27.500 Ft-ért vásárolható meg, s a megtakarítás mértéke 27.400 Ft. A termék kapcsán feltüntetésre kerül a „féláron” közlés is,
- a 2007/2008-as időszakra vonatkozó, „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című katalógus tájékoztatása szerint a termék ára 49.900 Ft, ugyanakkor 2 darab termék megvásárlása esetén a fizetendő ár 79.900 Ft, a megtakarítás mértéke 19.900 Ft,
- a 2008/2009-es időszakra vonatkozó, „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című katalógus tájékoztatása szerint a termék ára 54.900 Ft, ugyanakkor 2 darab termék megvásárlása esetén a fizetendő ár 79.900 Ft, a megtakarítás mértéke 29.900 Ft.

22. A termék ára az eljárás során szolgáltatott adatokból (Vj-162/2008/5/2.), az akciós reklámújságokból és az éves katalógusokból megállapíthatóan a következők szerint alakult:

2008. január 1. – január 15.:	25.000 Ft
2008. január 16. – január 30.:	49.900 Ft
2008. január 31. – február 6.:	25.000 Ft
2008. február 7. – március 5.:	49.900 Ft
2008. március 6. – március 19.:	25.000 Ft
2008. március 20. – szeptember 10.:	49.900 Ft
2008. szeptember 11. – szeptember 17.:	25.000 Ft
2008. szeptember 18. – szeptember 30.:	49.900 Ft
2008. október 1. – október 8.:	54.900 Ft
2008. október 9. – november 12.:	27.500 Ft
2008. november 13. – november 19.:	54.900 Ft
2008. november 20. – november 26.:	27.500 Ft
2008. november 27. – december 3.:	54.900 Ft
2008. december 4. – december 10.:	27.500 Ft
2008. december 11. – december 17.:	54.900 Ft
2008. december 18. – december 24.:	27.500 Ft
2008. december 25. – 2009. január 7.:	54.900 Ft
2009. január 8. – január 14.:	27.500 Ft

A termék árának 2008. július 24. és december 17. közötti változásait az alábbi ábra is mutatja:



23. 2007. augusztus 23-tól két darab termék vásárlása esetén a fogyasztónak (mennyiségi kedvezményként) 39.950 Ft-ot kellett fizetnie egy darab termékért.

III. Az eljárás alá vontak előadása

24. A JYSK Kft. előadta,

- nem állt szándékában a fogyasztókat akárcsak esetlegesen vagy közvetve bármilyen módon megtéveszteni,
- a Kronborg Comfort 40x40-es párnát 2008. június 11-től 2008. szeptember 17-ig 2.990 Ft szokásos eladási áron értékesítette, illetve nem mellőzhető körülmény, hogy a 2008/2009-es időszakra vonatkozó éves katalógusban az áru ára 2.690 Ft-ban került feltüntetésre mint szokásosan alkalmazott ár, s a 2.690 Ft-os árat a vizsgálattal érintett időszakban többször alkalmazta,
- a Julie székpárnát 2008. február 7-től 1.690 Ft szokásos eladási áron értékesítette, míg 2008. január 30-tól mennyiségi árként 4 darab vásárlása esetén 1.250 Ft-os árat alkalmaznak,
- a Kronborg Comfort 4 évszakos paplant 2008. május 5-től 2008. szeptember 30-ig folyamatosan változatlan 33.900 Ft-os szokásos eladási áron értékesítette, amely ár csak 2008. október 1. napján változott. A termék mennyiségi ára 2008. május 5-től változatlan. Nem helytálló, hogy a 2008. szeptember 17. és 22. között érvényes reklámújságban a termékkel kapcsolatban olyan árat, illetve mennyiségi árat tüntetett fel, amelyet az akciót megelőzően közvetlenül nem alkalmazott volna,
- a Claudius paplant 2007. augusztus 23-tól 2008. szeptember 30-ig folyamatosan 49.900 Ft-os szokásos eladási áron értékesítette, mely ár csak 2008. október 1. napján változott. A termék mennyiségi ára 2007. augusztus 23-tól változatlan volt. Nem helytálló, hogy a 2008. szeptember 17-22. között érvényes reklámújságban a termékkel kapcsolatban olyan árat, illetve mennyiségi árat tüntetett volna fel, amelyet az akciót megelőzően közvetlenül nem alkalmazott,
- minden esetben a kereskedelmi forgalomban jellemző árhoz képest tüntette fel a megtakarítási lehetőséget, így az árkedvezménnyel kapcsolatos tájékoztatás nem lehet alkalmas a fogyasztók megtévesztésére. A viszonylag rövidebb ideig alkalmazott árak

sem tekinthetők fiktívnek, mivel az érintett árakat követő áremelkedés éppen az árkedvezmény valóságosságát és a fogyasztók megtévesztettségének kizártságát igazolja.

A JYSK Kft. a jogsértés hiányának megállapítását kérte.

25. A JYSK Holding A/S előadta,

- Magyarország területén piaci magatartást nem tanúsít, s erre tekintettel (is) kéri az felügyeleti eljárás megszüntetését,
- a JYSK Kft. által minden kétséget kizáróan igazolásra került, hogy az eljárást megindító végzésben hivatkozott körülmények nem állnak fenn, amelyre tekintettel szintén a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését kéri.

IV. Jogi háttér

26. A Tpv. 1. §-ának (1) bekezdése alapján a Tpv. hatálya kiterjed a természetes és a jogi személynek, valamint a jogi személyiség nélküli gazdasági társaságnak - ideértve a külföldi székhelyű vállalkozás magyarországi fióktelepét is a VI. fejezetben szabályozott magatartások kivételével - a Magyar Köztársaság területén tanúsított piaci magatartására, kivéve, ha törvény eltérően rendelkezik. E törvény hatálya alá tartozik továbbá - a II-III. fejezetekben szabályozott magatartások kivételével - a vállalkozás külföldön tanúsított piaci magatartása is, ha annak hatása a Magyar Köztársaság területén érvényesülhet.

A Tpv. (2008. szeptember 1. előtti időszak vonatkozásában irányadó) 8. §-a (1) bekezdésének első mondata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Ugyanezen cikk (2) bekezdésének c) és d) pontja értelmében a fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha c) 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, illetve ha d) különösen előnyös vásárlás hamis látszatát keltik.

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

27. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartásokra irányadó Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. A d) pont szerint a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása,

reklámja, marketingtevékenységek vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. Az e) pont rögzíti, hogy a kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdése értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.

28. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A Tpv. 70. §-ának (1) bekezdése értelmében a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely e törvény rendelkezéseit sértheti, feltéve, hogy az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik, és a közérdek védelme az eljárás lefolytatását szükségessé teszi.

A Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének 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.

A Tpv. 74. §-ának (2) bekezdése szerint az eljáró versenytanács a tárgyaláson (illetve tárgyaláson kívül) a 72. § (1) bekezdésének a) pontja szerinti esetekben az eljárást végzéssel megszüntetheti.

V.
A Versenytanács döntése
a JYSK Holding A/S magatartása vonatkozásában

29. A versenyfelügyeleti eljárásba – figyelemmel a Tpv. 1. §-ának (1) bekezdésére is – bevonásra került a JYSK Holding A/S.

30. A JYSK Kft. és a JYSK Holding A/S eljárás során tett nyilatkozatai szerint

- a JYSK Kft. és az anyavállalat közötti együttműködési szerződés értelmében az anyavállalat határozza meg a JYSK cégcsoport mindenkori termékválasztékát, folytatja a tárgyalásokat, illetve tartja a kapcsolatokat a beszállítókkal, működteti a központi információs rendszert, továbbá meghatározza a cégcsoport raktáraiban raktározott központi készletet, valamint együttműködik a JYSK Kft.-vel az értékesítés, illetve az értékesítésben résztvevő termékkör meghatározásának tervezésében,
- a JYSK cégcsoport együttműködik a JYSK Kft.-vel az értékesítés, illetve az értékesítésben résztvevő termékkör meghatározásának tervezésében is, azzal, hogy a reklámkiadványokban, illetve a katalógusokban megjelenő termékkört, valamint az érintett termékek árait a JYSK Kft. véglegesíti. Az anyavállalat javaslatot tesz az értékesítési árra (figyelemmel arra, hogy a JYSK cégcsoport termékbeszerzése központilag történik, s mivel a termék beszerzési árát nem lehet figyelmen kívül hagyni a termék árának kialakításakor, ezért közreműködik a termék végleges árának kialakításában), amelyet adott esetben a JYSK Kft. a magyarországi viszonyokhoz igazít,
- a JYSK Kft. a beszerzés és marketing osztályán keresztül a JYSK Holding A/S JYSK Nordic divízió Sales and Controlling osztályával együttműködve gondoskodik a JYSK Kft. egyes üzleteinek ellátásáról és az alkalmazott kommunikációról is. A JYSK Kft. koordinálja és nyomon követi a megjelenő kiadványok készítését, tervezést, megjelenését. Az éves katalógusok, reklámújságok összeállítását, megrendelését a JYSK Kft. végzi, mint ahogy a megjelenésével és terjesztésével járó költségek is őt terhelik. Visszajelzéseket ad és tájékoztatja az anyavállalatot a hatályos magyarországi jogszabályi háttérrel. Nyomon követi a versenytársak aktivitását, melynek alapján javaslatot tesz az árazás, valamint a választék jövőbeni módosítására, továbbá jelzi az anyavállalatnak a kommunikáción szükségessé váló változtatásokat,
- a www.jysk.hu internetes honlapot a dán anyavállalat a JYSK Nordic divízió Marketing osztályán keresztül tartja fenn a JYSK Kft. támogatásával és koordinálásával.

31. A Versenytanács a rendelkezésére álló dokumentumok, nyilatkozatok alapján nem tudta egyértelműen meghatározni, hogy a jelen eljárás során érintett kommunikációs eszközök konkrét tartalmának kialakításában milyen szerepet játszott a JYSK Holding A/S. Ehhez további, eredményességüket tekintve kétséges eljárási cselekmények lefolytatása mutatkozott szükségesnek, mindazonáltal ezt a Versenytanács nem látta indokoltnak, tekintettel arra, hogy a fogyasztókkal szemben folytatott, esetlegesen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal szembeni fellépés hatékonyan megoldható az ugyanazon vállalatcsoporthoz tartozó JYSK Kft. vonatkozásában, amelynek a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal összefüggésben fennálló felelősségét illetően kétség nem merült fel az eljárás során.

32. A fentiekre tekintettel a Versenytanács a JYSK Holding A/S eljárás alá vonttal szemben az eljárást a Tpv. 72.§-a (1) bekezdése a) pontjának második fordulata alapján megszüntette.

VI.
A Versenytanács döntése
a JYSK Kft. magatartása vonatkozásában

33. A vállalkozások gyakorta élnek a vásárlásösztönzés, vagyis a vásárlók érdeklődésének adott vállalkozás, illetve áru irányában történő felkeltését szolgáló marketingtevékenység mint kereskedelmi gyakorlat lehetőségével. A vásárlásösztönzés eszközeinek, így akció keretében egyes áruk árai csökkentésének a segítségével a vállalkozások képesek befolyást gyakorolni a fogyasztók magatartására, a különböző vállalkozások és áruk közötti választás kapcsán meghozott döntéseikre. Maga az árengedmény, illetőleg az erről való tájékoztatás a fogyasztói érdeklődés növelésével, a fogyasztók vásárlásra ösztönzésével jár, mivel a fogyasztók a kedvezőbb vásárlás reményében keresik az akciós árukat, felkeresve a vállalkozást.

A vásárlásösztönzés eszközeinek tisztességes alkalmazásáért a vállalkozások felelősséggel tartoznak: a vásárlásösztönzési eszközökkel élő vállalkozások nemcsak az akció jelentette előnyöket élvezik, hanem viselniük kell az akció megszervezésével és lebonyolításával járó felelősséget is. Eleget kell tenniük azon elvárásnak, hogy az akció megtartására és az akcióról való tájékoztatásra ne oly módon kerüljön sor, hogy az a Tpv. , illetve az Fttv. alapján tisztességtelennek minősüljön.

34. A vizsgált magatartás értékelése kapcsán a Versenytanács megállapította, hogy az értékelendő kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.

35. Egy árunak lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága az érte fizetendő ár. A fogyasztói döntési folyamatban ugyancsak lényeges körülménynek minősül, hogy a fogyasztókkal (reklámok révén vagy más módon) közölt akciós áron történő vásárlás esetén a fogyasztó részesül-e árkedvezményben, s ha igen, akkor az akció időtartama alatti vásárlás milyen mértékű megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest.

36. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:

- ha teljesülnek a generálkaluzula (2) bekezdésben rögzített feltételei,
- ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket,
- ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”), amely esetében semmilyen feltételnek sem kell teljesülni.

Annak elbírálása során, hogy az adott kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül-e,

- mindenekelőtt azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, s a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül,
- ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió a törvényben megadott kritériumait,

- csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése.

A jelen esetben vizsgált kereskedelmi gyakorlat nem szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. feketelistán), ezért a Versenytanácsnak azt kellett megvizsgálnia, hogy teljesülnek-e az Fttv.-nel a megtévesztéssel, illetve az agresszívnek minősülő gyakorlattal összefüggésben rögzített kritériumai.

37. A kereskedelmi kommunikáció a fogyasztók megtévesztésére akkor alkalmas, ha a benne megfogalmazott állítások valótlanságára figyelemmel őket tévedésbe ejtheti vagy tévedésben tarthatja, ha a kereskedelmi kommunikációban szereplő információk kellő alapot adhatnak arra, hogy a fogyasztóban téves képzetek alakuljanak ki az adott áru tartalmáról, lényeges tulajdonságairól, illetve az áru igénybevételének feltételeiről.

38. Az Fttv. rendszertani értelmezése alapján megállapítható, hogy minden megtévesztő (vagy agresszív) kereskedelmi gyakorlat a szakmai gondosság követelményével ellentétesnek minősül, s ezért ahhoz, hogy egy kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésének tilalmába ütközzön oly módon, hogy megtévesztőnek minősüljön, kizárólag a 6. §-ban meghatározott feltételeknek kell teljesülniük, így az Fttv. 6. § teljesülése kapcsán nem vizsgálandó külön, hogy a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal járt-e el vagy sem [lásd az Fttv. 3. §-a (2) bekezdésének a) pontját].

39. Az eljárás megindító végzés meghatározta, hogy a Versenytanácsnak mely magatartások Tpvt., illetve Fttv. szerinti minősítését kell elvégeznie. A Versenytanácsnak a végzés értelmében arra kellett választ adnia, hogy

- 2008. január 1. és december 17. között megtartott akciókat megelőzően alkalmazásra került-e a kommunikációs eszközökön feltüntetett, a fogyasztó által elérhető árkedvezmény alapjául szolgáló nem akciós ár
 - a Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna és
 - a Julie székpárna

esetében, azzal, hogy a végzés egyértelműen rögzíti, az eljárás a 2008. január 1. és december 17. között a vizsgált termékek árfeltüntetésével kapcsolatos kommunikációs gyakorlat vizsgálatára terjed ki, azaz az nem korlátozódik a 2008. szeptember 11. és szeptember 17. között érvényes reklámújságra,

- az éves katalógusában ún. mennyiségi kedvezménnyel meghirdetett
 - Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna,
 - Kronborg Comfort 4 évszakos paplan és
 - Claudius pehelypaplan

esetén jogszerűen került-e feltüntetésre a nem akciós ár. A végzés nem rögzítette egyértelműen, hogy a 2007/2008-as és a 2008/2009-es éves katalógus egyaránt tárgyát képezi-e az eljárásnak, mindazonáltal a Versenytanács kizárólag a 2008/2009-es éves katalógust vizsgálta, tekintettel arra, hogy csak ebben a katalógusban szerepelt mindhárom, végzésben nevesített áru.

A Versenytanács a jelen eljárásban hozott határozatában (Vj-162/2008/044.) értékeli a JYSK Kereskedelmi Kft.-nek

- az interneten is megjelenített reklámújságokban a Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna, illetve
- a Julie székpárna

vonatkozásában tanúsított kereskedelmi gyakorlatát.

A 2008/2009-es éves katalógusban feltüntetett nem akciós ár a Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna esetén

40. A Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna kapcsán a 2008/2009-es időszakra vonatkozó, 2008. szeptember 1-jétől érvényes, a fogyasztók számára a JYSK üzletekben elérhető „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógus arról adott tájékoztatást, hogy az áru ára 2.690 Ft, ugyanakkor 2 darab áru megvásárlása esetén a fizetendő ár 3.990 Ft. Ennek megfelelően 2 darab áru vásárlása esetén egy Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna ára 1.995 Ft.

41. A Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna esetén ismert, hogy az áru ára

- 2008. szeptember 1. és 24. között 2.000 Ft,
- 2008. szeptember 25. és október 1. között 2.690 Ft,
- 2008. október 2. és 15. között 2.000 Ft,
- 2008. október 16. és 23. között 2.690 Ft,
- 2008. november 6. és 12. között 2.000 Ft

volt.

Ha a fogyasztó a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógusban foglaltak hatására ezen időszakok valamelyikében kereste fel a JYSK Kft. üzleteinek egyikét, azzal a céllal, hogy két darab árut vásároljon darabonként 1.995 Ft áron, akkor ez az elvárása teljesülhetett. Ezzel ellentétes bizonyíték nem ismert a Versenytanács előtt.

Megjegyzendő, hogy ha a 2008. szeptember 1. és 24., október 2. és 15., illetőleg november 6. és 12. közötti időszakban a 2.000 Ft-os árat is érvényesítette a JYSK Kft., ez az esetleges csekély mértékű eltérés (amelyre szólan bizonyíték nem ismert) a valószínűsíthetően nem lett volna alkalmas arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

42. A Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna ára

- 2008. október 24. és november 5. között, illetve
- 2008. november 13-tól

1.350 Ft volt.

A JYSK Kft. előadásából ismert, hogy a mennyiségi kedvezmény a katalógus teljes érvényességi ideje alatt alkalmazásra kerül, de ha egy akciós kampányban a reklámújságba bekerül egy mennyiségi árral érintett áru, akkor az áru ezen kampánya felülírja az alkalmazott mennyiségi árat, amely miatt a mennyiségi árnál alacsonyabb kampányár lesz az irányadó.

Amennyiben tehát a fogyasztó a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógusban foglaltak hatására 2008. október 24. és november 5. között, illetve 2008. november 13. után kereste fel a JYSK Kft. valamelyik üzletét, azzal a céllal, hogy két darab árut vásároljon darabonként 1.995 Ft áron, akkor a várakozásánál kedvezőbb árat, 1.350 Ft-ot kellett fizetnie az áruért. Ezzel ellentétes bizonyítékot a vizsgálat nem tárt a Versenytanács elé.

43. A 2008. október 24-től kezdődő időszak vonatkozásában az ártörténeti adatok alapján megállapítható, hogy az áru jellemző ára nem 2.690 Ft, hanem 1.350 Ft volt (lásd a 48. pontot). Ez egyben azt is jelenti, hogy a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógus által adott tájékoztatás egyik eleme, a kedvezmény alapjául szolgáló ár helytállósága kifogásolható. Mindazonáltal a Versenytanács szerint ennek megítélése kapcsán nem mellőzhető körülmény, hogy a fogyasztó a JYSK üzlet felkeresése tárgyában meghozott döntése kapcsán figyelembe vett darabonkénti árhoz (1.995 Ft) képest lényegesen (1/3

mértékkel) olcsóbban juthatott a termékhez (1.350 Ft), amely kedvező eltérés a fogyasztói döntési folyamatra gyakorolt hatása oldalán mintegy „felülírhatja” az árkedvezmény alapjaként szerepeltetett árral kapcsolatos esetleges zavaró hatást.

A 2008/2009-es éves katalógusban feltüntetett nem akciós ár a Kronborg Comfort 4 évszakos paplan esetén

44. A Kronborg Comfort 4 évszakos paplan kapcsán a 2008/2009-es időszakra vonatkozó, 2008. szeptember 1-jétől érvényes, a fogyasztók számára a JYSK üzletekben elérhető „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógus arról adott tájékoztatást, hogy az áru ára 34.900 Ft, ugyanakkor 2 darab termék megvásárlása esetén a fizetendő ár 49.900 Ft, a megtakarítás mértéke 19.900 Ft. Ennek megfelelően 2 darab áru vásárlása esetén egy Kronborg Comfort 4 évszakos paplan ára 24.950 Ft.

45. A Kronborg Comfort 4 évszakos paplan esetén ismert, hogy az áru ára

- 2008. szeptember 1. és 10. között 33.900 Ft,
- 2008. szeptember 18. és 30. között 33.900 Ft,
- 2008. október 1. és 23. között 34.900 Ft,
- 2008. november 20. és 26. között 34.900 Ft,

volt.

Ha a fogyasztó a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógusban foglaltak hatására ezen időszakok valamelyikében kereste fel a JYSK Kft. üzleteinek egyikét, azzal a céllal, hogy két darab árut vásároljon darabonként 24.950 Ft áron, akkor ez az elvárása teljesülhetett. Ezzel ellentétes bizonyíték nem ismert a Versenytanács előtt.

46. A Kronborg Comfort 4 évszakos paplan ára

- 2008. szeptember 11. és 17. között,
- 2008. október 24. és november 19. között,
- 2008. november 27. és december 17. között

17.500 Ft volt.

Amint azt a Versenytanács előzőleg már jelezte, a JYSK Kft. előadásából ismert, hogy a mennyiségi kedvezmény a katalógus teljes érvényességi ideje alatt alkalmazásra kerül, de ha egy akciós kampányban a reklámújságba bekerül egy mennyiségi árral érintett áru, akkor az áru ezen kampánya felülírja az alkalmazott mennyiségi árat, amely miatt a mennyiségi árnál alacsonyabb kampányár lesz az irányadó.

Amennyiben tehát a fogyasztó a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógusban foglaltak hatására 2008. szeptember 11. és 17. között, 2008. október 24. és november 19. között, illetőleg 2008. november 27. és december 17. között kereste fel a JYSK Kft. valamelyik üzletét, azzal a céllal, hogy két darab árut vásároljon darabonként 24.950 Ft áron, akkor a várakozásánál kedvezőbb árat, 17.500 Ft-ot kellett fizetnie az áruért. Ezzel ellentétes bizonyítékot a vizsgálat nem tárt a Versenytanács elé.

47. A 2008. október 24-től kezdődő időszak vonatkozásában az ártörténeti adatok alapján megállapítható, hogy az áru jellemző ára nem 34.900 Ft, hanem 17.500 Ft volt, figyelemmel arra, hogy

- a 2008. október 24-től kezdődő 8 hétből 7 héten az áru ára 17.500 Ft volt, 1 héten volt az ár 34.900 Ft,

- a vizsgálattal érintett időszakot követően, 2008. december 18. és 26. között (azzal, hogy ezen időszak végén zárva voltak a JYSK üzletek) az ár ugyan 34.900 Ft, de az ezt követő időszak kapcsán ismert, hogy 2008. december 27-től legalább 2009. január 14-ig az ár 15.000 Ft volt.

Ez egyben azt is jelenti, hogy a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógus által adott tájékoztatás egyik eleme, a kedvezmény alapjául szolgáló ár helytállósága kifogásolható a Kronborg Comfort 4 évszakos paplan esetén. Mindazonáltal a Versenytanács szerint itt sem mellőzhető körülmény, hogy a fogyasztó a JYSK üzlet felkeresése tárgyában meghozott döntése kapcsán figyelembe vett darabonkénti árhoz (24.950 Ft) képest lényegesen (30%-kal) olcsóbban juthatott a termékhez (17.500 Ft), amely kedvező eltérés mintegy „felülírhatja” az árkedvezmény alapjaként szerepeltetett árral kapcsolatos esetleges zavaró hatást.

A 2008/2009-es éves katalógusban feltüntetett nem akciós ár a Claudius pehelypaplan esetén

48. A Claudius pehelypaplan kapcsán a 2008/2009-es időszakra vonatkozó, 2008. szeptember 1-jétől érvényes, a fogyasztók számára a JYSK üzletekben elérhető „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógus arról adott tájékoztatást, hogy az áru ára 54.900 Ft, ugyanakkor 2 darab termék megvásárlása esetén a fizetendő ár 79.900 Ft, a megtakarítás mértéke 29.900 Ft. Ennek megfelelően 2 darab áru vásárlása esetén egy Claudius pehelypaplan ára 39.950 Ft.

49. A Claudius pehelypaplan esetén ismert, hogy az áru ára

- 2008. szeptember 1. és 10. között 49.900 Ft,
- 2008. szeptember 18. és 30. között 49.900 Ft,
- 2008. október 1. és 8. között 54.900 Ft,
- 2008. november 13. és 19. között 54.900 Ft,
- 2008. november 27. és december 3. között 54.900 Ft,
- 2008. december 11. és 17. között 54.900 Ft

volt.

Ha a fogyasztó a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógusban foglaltak hatására ezen időszakok valamelyikében kereste fel a JYSK Kft. üzleteinek egyikét, azzal a céllal, hogy két darab árut vásároljon darabonként 39.950 Ft áron, akkor ez az elvárása teljesülhetett. Ezzel ellentétes bizonyíték nem ismert a Versenytanács előtt.

50. A Claudius pehelypaplan ára

- 2008. szeptember 11. és 17. között 25.000 Ft,
- 2008. október 9. és november 12., november 20. és 26., december 4. és 10. között 27.500 Ft

volt.

A Versenytanács már jelezte, a JYSK Kft. előadásából ismert, hogy a mennyiségi kedvezmény a katalógus teljes érvényességi ideje alatt alkalmazásra kerül, de ha egy akciós kampányban a reklámújságba bekerül egy mennyiségi árral érintett áru, akkor az áru ezen kampánya felülírja az alkalmazott mennyiségi árat, amely miatt a mennyiségi árnál alacsonyabb kampányár lesz az irányadó. Amennyiben tehát a fogyasztó a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógusban foglaltak hatására 2008. szeptember 11. és 17., október 9. és november 12., november 20. és 26., illetve december 4. és 10. között kereste fel a JYSK Kft. valamelyik üzletét, azzal a céllal, hogy két darab árut vásároljon darabonként 39.950 Ft áron, akkor a várakozásánál kedvezőbb árat, 25.000 Ft, illetve 27.500 Ft-ot kellett fizetnie az áruért. Ezzel ellentétes bizonyítékot a vizsgálat nem tárt a Versenytanács elé.

51. A 2008. október 9-től kezdődő időszak vonatkozásában az ártörténeti adatok alapján megállapítható, hogy a Claudius pehelypaplan jellemző ára nem 54.900 Ft, hanem 27.500 Ft volt, figyelemmel arra, hogy

- a 2008. október 24-től december 17-ig tartó 10 hétből 7 héten az áru ára 27.500 Ft volt, 3 héten volt az ár 54.900 Ft,
- a vizsgálattal érintett időszakot követő 4 hétből 2 hét esetében az ár szintén 27.500 Ft volt.

Ez egyben azt is jelenti, hogy a „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógus által adott tájékoztatás egyik eleme, a kedvezmény alapjául szolgáló ár helytállósága kifogásolható a Claudius pehelypaplan esetén. Mindazonáltal a Versenytanács szerint itt sem mellőzhető körülmény, hogy a fogyasztó a JYSK üzlet felkeresése tárgyában meghozott döntése kapcsán figyelembe vett darabonkénti árhoz (39.950 Ft) képest lényegesen (több mint 30%-kal) olcsóbban juthatott a termékhez (27.500 Ft), amely kedvező eltérés mintegy „felülírhatja” az árkedvezmény alapjaként szerepeltetett árral kapcsolatos esetleges zavaró hatást.

A Versenytanács döntése

52. A fentiekre tekintettel a Versenytanács a JYSK Kft.-vel szemben az eljárást a Kronborg Comfort 40x40 cm-es párna, a Kronborg Comfort 4 évszakos paplan és a Claudius pehelypaplan mennyiségi árkedvezménye kapcsán a 2008/2009-es időszakra szóló „Hálószoza-fürdőszoba-lakás” című éves katalógussal megvalósított kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában a Tpvt. 72.§-a (1) bekezdése a) pontjának második fordulata alapján megszüntette, mivel a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, s a tényállásbeli hiányosságok terén az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

VII.

Egyéb kérdések

53. A 2008. szeptember 1. előtt tanúsított magatartás vonatkozásában a Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Tpvt. 45. §-án, illetékessége a Tpvt. 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.

54. A 2008. szeptember 1. után tanúsított magatartás vonatkozásában irányadó Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál - a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével - a következő szempontok irányadóak: a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközeinek jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

Az Fttv. 11. § (2) bekezdésének b) pontja szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg. Ez a rendelkezés nem alkalmazandó a jelen esetben vizsgált reklámújságokra és éves

katalógusra, amelyek nem minősülnek országos terjesztésű időszakos lapnak vagy napilapnak.

Mindazonáltal az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján megállapítható volt, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat egésze alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására. A Versenytanács megállapította,

- a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök a fogyasztók széles körét érték el,
- a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal érintett földrajzi terület az ország számos, több mint három megyében elhelyezkedő településén található JYSK üzletek vonzáskörzetével azonos.

55. Az eljárás alá vontak úgy nyilatkoztak, hogy nem kérik tárgyalás tartását, s azt a Versenytanács sem tartotta szükségesnek, ezért végzését a Tpv. 74.§-ának (1) bekezdése alapján tárgyaláson kívül hozta meg.

56. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 72.§-a (1) bekezdésének a) pontja, illetve 82.§-a biztosítja.

Budapest, 2009. június 30.