



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj-34-22/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa az **Auchan Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.** (Budapest) ellen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - tárgyaláson kívül - meghozta az alábbi

végzést.

A Versenytanács az eljárást megszünteti.

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

Indokolás

I.

A tények

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást az Auchan Magyarország Kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont vagy Auchan) ellen, hogy megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat, amikor a törvény 6. §-ban, különösen (1) bekezdésének b) pontjában foglalt magatartást tanúsított azzal, hogy

- a 2008. november 28. és december 18. között érvényes reklámújságjának 21. oldalán 7.790,- Ft-os áron meghirdetett „könyvespolc” képe mellett az alábbi termékleírás szerepelt: „3 polc, méret: 90x28x91 cm, festett fenyőfa”, miközben a GVH rendelkezésére álló adatok alapján a termék túlnyomórészt farostlemezből készült, festett fenyőfa csupán a felső polc illetve a fedőlapok anyaga volt; továbbá
- 2008. december 1. és 31. között érvényes akció – melynek értelmében az Auchan kártyával rendelkező vásárlók a vásárlásuk során bizonyos termékekre 10 % kedvezményt kapnak, úgy, hogy a kedvezmény a kasszánál történő fizetéskor levonásra kerül a vásárlás összegéből – első két napján a GVH rendelkezésére álló adatok alapján valószínűsíthetően adminisztrációs hiba miatt nem lehetett a meghirdetett kedvezményeket érvényesíteni.

2. A GVH által meghozott ügyindító végzés szerint a vizsgálattal érintett időtartam 2008. november 28-tól 2009. március 5-ig terjed.

3. Az Auchan főtevékenysége élelmiszer és nem-élelmiszer kiskereskedelem, azaz az élelmiszer-eladáson túl foglalkozik többek között vegyi áruk, háztartási-elektronikai gépek és ruházati termékek értékesítésével is. Eljárás alá vont 12 áruházzal rendelkezik Magyarországon (Budapesten három - Soroksáron, Óbudán, illetve Albertfalván – továbbá Budaörsön, Dunakeszin, Szigetszentmiklóson, Csömörön, Solymáron, Maglódon, Székesfehérváron, Kecskeméten és Miskolcon), amelyek méretük és választékuk alapján a hipermarket kategóriába tartoznak. A maglói áruház a vizsgált időszakot követően, 2009. március 26-án nyílt meg.

4. Az Auchan marketing és reklámtevékenysége során számos kommunikációs eszköz segítségével igyekszik felhívni a figyelmet termékeire és akcióira, ezek között hangsúlyos szerepet kap a reklámújság, melyben hetekre lebontva szerepelteti az akció és kedvező áru termékeit. A reklámújságjának aktuális példánya jellemzően megtalálható saját honlapján is (www.auchan.hu).

5. Az eljárás alá vont 2008. november 28. és december 18. közötti időszakra vonatkozóan jelentetett meg reklámújságot, amelyben 48 oldalon keresztül, oldalanként mintegy 10-20 terméket reklámozott. A reklámújság elérhető volt honlapján is. A vizsgált reklámújságban egy-egy oldalon jellemzően egy vagy két terméket kiemelten jelenített meg – akár a háttér kiemelésével, akár az adott termék árának betűmérete növelése révén.

6. A vizsgált reklámújság 21. oldalának lap alján, nem kiemelt termékek között helyezkedett el a vizsgált könyvespolcra vonatkozó hirdetés (lásd 1. pont). A hirdetés szövegében a következő felhívás volt olvasható: „3 polc, méret: 90x28x91 cm, festett fenyőfa”, megjelölt továbbá a termék ára. A hirdetéshez tartozott egy kép is, amelynek tanúsága szerint a termék közepén két függőleges és két vízszintes válaszlappal van elválasztva, összességben tehát a fedőlappok/oldallapok melletti két vízszintes és két függőleges polc kilenc osztatú könyvespolcot alkot (lásd Vj-34-9/2009. 3. melléklet). A hirdetéshez csillaggal kapcsolódó megjegyzésben az eljárás alá vont feltüntette, hogy az adott terméket az óbudai, miskolci és albertfalvai áruházakban nem lehet megvásárolni.

7. Eljárás alá vont – a beszerzőtől kapott információra alapított – nyilatkozata szerint (lásd Vj-34-9/2009. 4. melléklet) a polc nagyrészt farostlemez, fenyőből a felső polc, illetve a fedőlappok készültek.

8. Az eljárás alá vont 2004-ben vezette be Auchan kártyáját, amely egyfajta vásárlói hűségkártyaként többek között meghatározott termékkör vásárlása esetén kedvezményt biztosít birtokosának. 2007-ben vezette be a kiemelt termékek vásárlásához kötődő 10%-os kedvezmény rendszerét, amelyet ebben az időszakban az adott vásárlást követően utólagosan számolt el az ügyfelek számláján. 2008-ban indította el a kiemelt termékcsoportok vásárlásához kötődően a 10%-os kedvezmény azonnali jóváírásának rendszerét, amelynek során a pénztárrendszer rögzíti a teljes vételárát, majd rögtön levonja a kedvezményt. Az azonnali jóváírás feltétele, hogy az Auchan kártyával fizessen a vásárló. Az Auchan kártya üzemeltetésével kapcsolatos tevékenységet az eljárás alá vont megbízásából az Accord Magyarország Zrt. (a továbbiakban: Accord) végzi.

9. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a kártya bevezetésekor, illetve a kedvezményrendszer változtatásának időszakában a kártya promóciós tevékenysége erőteljesebb volt, általános tartalmú reklámcsatornáin – pl. reklámújságjában – is felhívta a figyelmet a kártyára és a hozzá tartozó kedvezményekre. Általánosságban ugyanakkor az jellemző, hogy kifejezetten a kártyával rendelkező ügyfelek számára hívja fel a figyelmet az aktuális kedvezményekre direkt marketing eszközökkel a (pl. havi számlaegyenleg-értéstitűhöz csatolt szórólappal), vagy más kisebb hatókörű hirdetési felület használatával.

10. Az eljárás alá vont a 2008. decemberi kedvezményes termékcsoport lista esetében is csupán szűkebb körben – számlalevélhez csatolt szórólap, a kártyát üzemeltető Accord honlapján (www.accord.hu), illetve beltéri plakátokon – tájékoztatta Auchan kártyával rendelkező ügyfeleit az akcióról (lásd a Vj-34-18/2009. számú vizsgálati jelentés 1. mellékletének B) pontját). A meghirdetett termékcsoportok esetében – hasonlóan az adott év során már alkalmazott gyakorlathoz – vásárláshoz kötődően, azonnali jóváírással kívánta az eljárás alá vont biztosítani a kedvezményeket az Auchan kártyával fizető ügyfelei számára. Nyilatkozata szerint (lásd Vj-34-4/2009.) belső mulasztás következtében az informatikai rendszerében a kedvezmény nem került rögzítésre, így az akciós elő két napján, 2008. december 1-jén és 2-án megvalósított vásárlások esetében a kedvezményt nem írták jóvá. Már a versenyfelügyeleti eljárás megindulása előtt vállalta ugyanakkor, hogy a kedvezményt és azon túl az adott napokon Auchan kártyával végrehajtott vásárlás teljes összegének 10%-át kitevő kedvezményt jóváírja az ügyfelei számára, majd ezt még az eljárás lezárása előtt teljesítette is (lásd Vj-34-21/2009).

II.

Az eljárás alá vont előadása

11. A könyvespolccal kapcsolatos hirdetés kapcsán eljárás alá vont előadta, hogy mivel az fából és farostlemezből készült, így álláspontja szerint nem állított valótlant a termékről, tehát nem is téveszthette meg a fogyasztókat.

12. Az Auchan kártyával kapcsolatos kedvezmény érvényesülése kapcsán elismerte, hogy 2008. december 1-jén és 2-án valóban nem a meghirdetettek szerint biztosította a kedvezményt, ám az előre meghirdetetten túlmenően is biztosított jóváírást az ügyfelei kártyáján.

III.

Jogi értékelés

III.1. Jogszabályi háttér

13. Az Fttv. 1. §-nak (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.

14. Az Fttv. 2. §-nak 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.

15. Az Fttv. 3. §-nak (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 készíti, 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. §). A (4) bekezdés értelmében az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló 2005/29/EK irányelv 5. cikk (5) bekezdésével együtt értelmezve „minden körülmények között” – tisztességtelenek (ún. feketelista).

16. Az Fttv. 6. §-nak (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 készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

17. Az Fttv. 10. § (1) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt – a (2) és (3) bekezdésben foglaltak kivételével – a fogyasztóvédelmi hatóság jár el. A (3) bekezdés alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

18. Az Fttv. 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 eszközének 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.

19. 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.

20. Az Fttv. 26. § (1) bekezdése szerint a Tpv. 70. §-nak (1) bekezdésétől eltérően, a vizsgáló végzéssel vizsgálatot rendel el a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmát feltételezhetően sértő olyan tevékenység, magatartás vagy állapot észlelése esetén, amely tekintetében e törvény szerint a Gazdasági Versenyhivatal jár el.

21. Az Fttv. 19. §-nak 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.

22. 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 törvénytértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény; az eljárást megszüntető végzéssel szemben külön jogorvoslatnak van helye.

III.2. A döntés

III.2.1. A GVH hatásköre

23. A GVH hatásköre az Fttv. 10. §-nak (3) bekezdésén, illetékessége a Tpv 46. §-án alapul. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH hatásköre fennáll, ha a tisztességtelenség szempontjából megítélendő kereskedelmi gyakorlat a verseny érdemi befolyásolására alkalmas. Ezen szempont vizsgálata kapcsán a Versenytanács előrebocsátja, hogy álláspontja szerint ekkor a mérlegelés középpontjában elvileg az adott termékkel (áruval) kapcsolatos esetleges tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat gazdasági versenyre gyakorolt káros hatásának lehetősége kell, hogy álljon.

24. Az Fttv-ben a jogalkotó a fenti mérlegelés szempontjait előre rögzítette a törvény 11. §-ban. A szempontrendszer akként érvényesül, hogy elsőként vizsgálandóak a (2) bekezdésben meghatározott feltételek, amely szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a kereskedelmi gyakorlat az ott meghatározott valamely reklámozási csatorna alkalmazásával és földrajzi kiterjedtség mentén valósul meg. Csak az erre adott nemleges válasz esetén vizsgálható tovább érdemben a verseny érdemi érintettsége – a 11. § (1) bekezdésében meghatározott szempontok szerint.

– Az Auchan kártyával kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat

25. A vizsgálatban érintett Auchan kártya esetében a kereskedelmi gyakorlat (lásd 10. pont) egyrészt a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével történt (lásd Fttv. 11. § (2) bekezdés c) pont), másrészt a beltéri plakátok révén az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző gyakorlat keretében (lásd Fttv. 11. § (2) bekezdés d) pont), harmadrészt internetes honlap felhasználásával, amelyet külön nem nevesít a 11. § (2) bekezdése. A vizsgálat során nem került feltárásra, hogy az Auchan kártya használói – akiket érintően megvalósult a közvetlen megkeresés a számlalevélhez csatolt szórólap révén – három megye fogyasztói körénél tágabb kört ölelnek-e fel. Nem vitathatóan megvalósult ugyanakkor az eladáshelyi ösztönzés módszere tekintetében a 11. § (2) bekezdés d) pontjában hivatkozott „legalább három megye” feltétel, hiszen az Auchan előadása szerint a hivatkozott beltéri plakátok minden áruházában megtalálhatóak voltak. Az Auchan kártyával kapcsolatosan tehát a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének vizsgálatára vonatkozó eljárás lefolytatására a GVH hatásköre fennáll.

– A könyvespolccal kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat

26. A vizsgálatban érintett könyvespolccal kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat az eljárás alá vont reklámújságjában, illetve honlapján valósult meg, ezért a 11. § (2) bekezdése nem volt alkalmazható a jelen ügyben, figyelemmel egyrészt arra, hogy a reklámújság nem tekinthető országos terjesztésű időszaki lapnak, vagy más napilapnak, másrészt az internetes honlap sem jelenik meg nevesítetten az adott bekezdésben.

27. Az Fttv. 11. § (1) bekezdésének a vizsgálata során a Versenytanács a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével jár el. Az Fttv. alkalmazásában a jogsértéssel érintett piacnak jelen ügyben az élelmiszer és nem élelmiszer termékek vegyes kiskereskedelmét lehet tekinteni. A hivatkozott bekezdés a) és b) pontjában tünteti fel a

verseny érdemi érintettségére vonatkozó vizsgálat elvégzéséhez alkalmazandó, vagylagosan érvényesülő különös mérlegelési szempontokat.

28. Az eljárás alá vont – hasonlóan a szektorban üzletek hálózatát üzemeltető más cégekhez – magas árbevétellel rendelkezik. A Versenytanács figyelemmel volt arra, hogy az adott szektorban jellemzően magas nettó árbevétellel rendelkező cégek működnek, sokrétű reklámozási tevékenységet folytatva, ezért a 11. § (1) bekezdés b) pontjának alkalmazása önmagában még nem nyújthat elegendő kritériumot annak megállapítására, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat érdemben érinthette-e a versenyt.

29. Megjegyzi továbbá a Versenytanács, hogy adott vállalkozás magas árbevétele – mint az Fttv. 11. § (1) bekezdés b) pontjában meghatározott vagylagos feltételek egyike – önmagában jellemzően más esetben sem adhat alapot arra, hogy a verseny érdemi érintettségének fennállását meg lehessen állapítani. Következik ez abból, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok vizsgálatára vonatkozó hatáskor főszabály szerint a fogyasztóvédelmi hatóságot illeti meg, a GVH csak kivételes esetben jár el. (A 11. § (1) bekezdés b) pontját a GVH hatáskörét önmagában megalapozó feltételként való alkalmazása arra az eredményre vezethetne, hogy a magas árbevétellel rendelkező cégek kapcsán még a rendkívül szűk körben érvényesülő kereskedelmi gyakorlatuk megítélése is minden körülmények között a GVH hatáskörébe tartozna – azaz a kivétel főszabállyá változna.)

30. Az Fttv. 11. § (1) bekezdésének a) pontját a Versenytanács annak tükrében értékelte, hogy az Fttv. alkalmazásában érintett piacon (lásd 27. pont) jellegzetesen az ún. becsalógató hatás révén képes a versenyre káros hatást gyakorolni adott reklámozó megtévesztő magatartása. A termékre vonatkozó tájékoztatás kiterjedtségének a becsalógató hatással összefüggésben való értékelése során többek között mérlegelést igénylő körülménynek minősül, hogy hány terméket érint a tájékoztatás, az érintett termék(ek) az akciós termékek között milyen jelentőséggel bírnak – pl. hol és hogyan helyezkednek el az akciós kiadványban, illetve a termék(ek) adott időszakban bírhat(nak)-e kiemelt jelentőséggel. További mérlegelési szempont, hogy milyen időszakot érint, illetve földrajzilag milyen kiterjedt – hány áruházal lehet kapcsolatos – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Mindezek ugyanis érdemi tényezőnek minősülhetnek a fogyasztók adott vállalkozásnál lebonyolítandó vásárlásra vonatkozó döntésére gyakorolt hatás tekintetében, így a versenyt érdemben befolyásoló hatás felmérése szempontjából irányadóak.

31. A könyvespolccal kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat egyetlen terméket érintett, egyetlen akciós időszakban, és az eljárás alá vont nyolc áruházára (lásd 3. és 6. pontok) terjedt ki. A könyvespolcra vonatkozó tájékoztatás az egyetlen akciós időszakot érintő reklámújságban nem kiemelten helyezkedett el, így az nem tekinthető az adott akció kapcsán a fogyasztók eljárás alá vontnál történő vásárlási hajlandóságát különösen befolyásoló tényezőnek. Mindezen körülményeket együttesen mérlegelve a Versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy a verseny érdemi érintettsége a könyvespolccal kapcsolatos esetleges tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat kapcsán nem áll fent, így jogszerűségének megítélésére a GVH-nak az Fttv. 10. §-ra figyelemmel nincs hatásköre.

III.2.2. Az Auchan kártyával kapcsolatos megtévesztés elvi lehetősége

32. A Versenytanács gyakorlata szerint (lásd többek között Vj-162/2008.) – a GVH hatáskörének fennállása esetén – az Fttv. alkalmazása körében elsőként azt szükséges vizsgálnia, hogy az adott magatartás kimeríti-e a törvény mellékletében szereplő tényállások valamelyikének a kritériumait, és csak az erre adott nemleges válasz esetén vizsgálandó a 6-8. § alkalmazhatósága, majd végül kerül sorra önmagában a 3. § szerinti megítélés kérdése.

33. Mivel a fenti ügyben a vizsgálat kifejezetten az Fttv. 6. §-ban foglalt megtévesztő kereskedelmi gyakorlatra vonatkozóan indult meg, így a Versenytanácsnak az Auchan kártyával kapcsolatosan vizsgált kereskedelmi gyakorlatot ezen rendelkezés alapján volt szükséges megvizsgálnia.

34. Az Auchan kártyával kapcsolatos kereskedelmi gyakorlat tekintetében a vizsgálat során beszerzett adatok alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont a 2008. decemberi időszakra vonatkozóan meghirdetett kedvezményt a kiemelt termékcsoporthoz 2008. december 1-jén és 2-án Auchan kártyával megvásárló fogyasztók számára nem biztosította azonnal. Ez a magatartás az eljárás megindításakor elvileg megvalósíthatta az Fttv. 6. §-ban megfogalmazott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. A Versenytanács megállapította ugyanakkor, hogy az eljárás alá vont az érintett fogyasztói körnek történő utólagos – és a hiba nyomán keletkezett kárnál szélesebb mértékben megvalósított – visszatérítése révén az Fttv. 26. § (1) bekezdése értelmében a „tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmát feltételezhetően sértő” tevékenység, magatartás vagy állapot nem áll fenn. Mivel Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontjának első fordulataiban szereplő módon a vizsgálat elrendelésére okot adó körülmény (az érdemi döntés meghozatalának időpontjában) már nem áll fenn, így ebben a tekintetben is az eljárás megszüntetésének van helye.

35. Minderre tekintettel a Versenytanács a Tpv. 72. § (1) bekezdés a) pontjának első fordulata alapján – figyelemmel egyrészt a GVH hatáskörének hiányára, illetve arra, hogy a másik cselekmény a döntés meghozatalakor már fogalmilag sem ütközhet a törvénybe – a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetése mellett döntött.

IV.

Egyéb kérdések

36. A Versenytanács az ügyben tárgyalás tartását nem tartotta szükségesnek és az eljárás alá vont sem nyilatkozott, hogy kéri annak tartását, ezért a Versenytanács a végzését a Tpv. 74. §-ának (1) bekezdése alapján tárgyaláson kívül hozta meg.

37. A végzés elleni jogorvoslati jogot a 82.§-a biztosítja.

38. A Versenytanács felhívja az eljárás alá vont figyelmét arra, hogy jelen végzés jogerőre emelkedését követően a GVH a 2008. november 28. és december 18. között érvényes reklámújság 21. oldalán 7.790,- Ft-os áron meghirdetett „könyvespolc” tekintetében megvalósított kereskedelmi gyakorlat kapcsán az ügyet a hatáskörrel rendelkező fogyasztóvédelmi hatósághoz átteszi.

Budapest, 2009. november 6.