



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/48-019/2009.

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. Szabó László Ügyvédi Iroda által képviselt **Rossmann Magyarország Kft. (Vecsés)** eljárás alá vont vállalkozás ellen a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése tárgyában indult Vj-48/2009. ügyszámú versenyfelügyeleti eljárásban - tárgyaláson - meghozta az alábbi

v é g z é s t .

A Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást megszünteti.

A jelen végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott, a Fővárosi Bírósághoz címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) annak vizsgálatára indított 2009. április 6-án versenyfelügyeleti eljárást a Rossmann Magyarország Kft. (a továbbiakban: Rossmann, vagy eljárás alá vont) ellen, hogy az eljárás alá vont által forgalmazott termékekre vonatkozó hirdetések megfelelnek-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. §-ának (4) bekezdése szerinti melléklete 5. pontjában és az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglaltaknak. A vizsgálat kiterjedt az eljárás alá vont 2008. december 22. és 2009. március 31. között meghirdetett akcióival kapcsolatban a termékeire vonatkozó teljes tájékoztatási és készletezési gyakorlatára.

II.

Az eljárás alá vont

2. Az eljárás alá vont fő tevékenysége a háztartási és kozmetikai cikkek kiskereskedelme, melyet 181 üzletben (drogériában) végez. A drogéria-hálózat alapvető választékába tartoznak a személyes ápolást szolgáló kozmetikumok, amelyeket nem a hagyományos "pult mögüli" módon, hanem szabad polcokon árusítanak, önkiszolgáló rendszerben. Az áruválasztékban található termékek száma több ezer, s több száz azoknak a cikkeknek a száma, amelyeket sajátmárkás termékként „Rossmann” jelzéssel értékesítenek.
3. Az eljárás alá vont 2008. évi nettó árbevétele 38.743.118.000 (38,7 milliárd) forint volt.
4. A háztartási és kozmetikai cikkek kiskereskedelmével foglalkozó piaci szereplők rendszeresen tesznek közzé reklámokat, a hirdetések leggyakoribb formái a reklámújságok, szórólapok, illetve az Internetes megjelenésekkel párhuzamosan a honlapon elhelyezett tájékoztatások.

III.

Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

5. A GVH az eljárás alá vont vizsgált időszakban alkalmazott, a termékei elérhetőségéről szóló tájékoztatásának értékelése érdekében a 2008. december 22-30., illetve a 2009. január 26. és február 1. között érvényes reklámújságban szereplő akciós termékek közül összesen 10-10 termék elérhetőségének részletes vizsgálatát végezte el.
6. A 2008. december 22-30. akcióban vizsgált termék volt a *Celine Dion Paris Nights női edt 50 ml 1.999 Ft*, *S.Oliver Sports férfi edt 30 ml 1.199 Ft*, *Esprit Night Life női vagy férfi edt 30 ml 1.999 Ft*, *Garnier Essentials arcápoló 15/50/150/200 ml többféle 649 Ft*, *Sminkszett táskában (tartalma: 4 szemhéjpúder, 2 pirosító, 2 ajakrúzs, szempillaspirál, púdrecset, 2 applikátor) 1.999 Ft*, *Nivea krém 75 ml 379 Ft*, *Austin Reed női edp 30 ml 999 Ft*, *Elséve sampon vagy balzsam többféle 200/250 ml 449 Ft*, *Puma Jamaica 2 női edt 30 ml 2.499 Ft*, *Puma Aqua női vagy férfi edt 20/30 ml 2.499 Ft*.
7. A 2009. január 26.-február 1. közötti akcióban vizsgált termék volt a *Flink&Sauber gumikesztyű többféle méretben 99 Ft*, *Domol toalet-tisztító tablettá (8 db) 199 Ft*, *Garnier Clean Sensitive sminklemosó 150 ml 549 Ft*, *Segafredo Moka őrölt kávé 2*250 g 699 Ft*, *Benetton B. Clean Relax, Energy vagy Soft női edt 100 ml 1.349 Ft*, *Teafaolaj folyékony szappan 300 ml 549 Ft*, *Babydream terhességi csikok elleni olaj 300 ml 549 Ft*, *Cerbona mézes müzli 200 g 299 Ft*, *Rubin sütőpapír 199 Ft*, *Domestos fehérítő 339 Ft*.
8. A kiválasztott termékek közül azok esetében, amelyeket az eljárás alá vont a „többféle” megjelöléssel reklámozott, a GVH a termék valamennyi olyan típusára nézve részletes adatokat kért be, amely ezen a megjelöléshez tartozóan az eljárás alá vont nyilatkozata alapján az akciós ajánlat részeként kapható volt. Így összességében a GVH a 2008. december 22-30. közötti akciós időszakban összesen 43 termék, a 2009. január 26. és február 1. közötti akciós héten összesen 14 termék készletezésének részletes vizsgálatát

végezte el. A vizsgálatra kiválasztott termékek felsorolását a Versenytanács előzetes álláspontjának (Vj/48-015/2009.) 8. pontja tartalmazza.

9. A részletes vizsgálattal érintett összesen 57 termék a Rossmann termékválasztékának három területét (élelmiszer jellegű, kozmetikai és háztartáshoz kapcsolódó termékek) egyaránt képviseli. Valamennyi termék az eljárás alá vont termékkínálatában jellemzően előforduló árucikk.

a) Kommunikációs eszközök

10. A vizsgálat kiterjedt az áruházlánc összes olyan tájékoztatási eszközére, amely az értékesített termékek elérhetőségére vonatkozott, így – a direkt marketing módszerrel közvetlenül a háztartásokhoz eljuttatott, valamint a Rossmann honlapján (www.rossmann.hu) is megjelenő – 2008. december 22-30. között, valamint a 2009. január 26.-február 1. között érvényes Rossmann reklámújságra, valamint az akció ideje alatt kihelyezett plakátokra.
11. A reklámújság előlapján az akciós időszak és az „Amíg a készlet tart!” fordulat olvasható. A reklámújságok hátlapján a reklámújság érvényességi ideje mellett „Kiszolgálás csak háztartási mennyiségben a készlet erejéig. (...) Üzleteink címét keresse a weboldalunkon! www.rossmann.hu” van feltüntetve. A reklámújság a Rossmann termékkínálatában levő személyes ápolást szolgáló kozmetikumok, food és non-food termékek fotóját és fogyasztói árát tartalmazza. A reklámújság elnevezéssel illetett tájékoztatási eszköz a (több oldalas) szórólap megjelenési formáját ölti. Az akciók időbontása megegyezik az akciós szórólapok érvényességével.
12. A vizsgált két akció népszerűsítésére az eljárás alá vont kifelé néző akciós kirakati plakátot alkalmazott A/1 méretben. Az akciós plakátokon az akciós újságok címdoldala és hátoldala látható. A 2008. december 22-30. közötti akciós periódusban négy vizsgált termék, a 2009. január 26.-február 1. közötti akciós periódusban két vizsgált termék volt látható a plakátokon. Az akciós plakát kihelyezése az akció indulásának napján történik.

b) Akciók megszervezése

13. Az eljárás alá vont akciószervezési-készletezési rendjében az általa forgalmazott termékeket három kategóriába sorolja, s azokra eltérő akciószervezési szabályok vonatkoznak:
 - Az eljárás alá vont állandó termékkínálatába tartozó („normál”) termékek esetén az akciós mennyiség boltonkénti leosztásáért a termék beszerzője felel központilag. Előfordulhat ugyanakkor, hogy a boltoknak előzetesen kiküldött akciós leosztási táblázaton adott termékkategóriába tartozó boltok adott termékből nulla darab központi leosztást kapnak. Ekkor ezen termékből, ezen boltoknak saját készletből, készlethiány esetén rendeléssel vagy más boltból való átszállítással kell biztosítaniuk akciókezdesre a termék boltban való elérhetőségét.
 - Az állandó termékskálában nem szereplő, egy akcióra vásárolt ún. in-out termékcsoport ugyancsak központi rendeléssel kerül a bolthálózatba. Ezen

- termékek esetleges újra-akciózása esetén, ha a központi leosztás nulla, úgy arról a boltok szintén a leosztási táblázatból értesülnek, s a táblázat útmutatása alapján saját rendelkezésre álló készletből vagy boltok közötti átszállítással kell megoldaniuk a termék akciókezdéskor való rendelkezésre állását. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint csak azon in-out termékek kerülnek leosztás nélkül újra akcióba (beszerzői döntéssel), amelyek mennyisége a hálózatban jóval nagyobb, mint az előző akcióban mutatott fogyásuk.
- Az ún. decentral termék akciózása esetén a termékek nem a központi raktárból és az eljárás alá vont logisztikai rendszerén belül kerülnek kiszállításra, hanem a beszállító közvetlen módon szállítja be az üzletekbe az akciós újságban meghirdetett termékeket. A beszállító és az eljárás alá vont megállapodása értelmében az akciós termékek készletéről akciókezdésre a szállító köteles gondoskodni. Terméktől függően a boltoknak is kötelessége rendelni, amennyiben az akcióba kerülő termékből készlettel nem rendelkeznek. Decentrál termék esetén a bolti rendelés indítása és kezelése a bolti készlet-kezelő rendszeren keresztül történik.
14. Az eljárás alá vontnál az akcióra való felkészülés folyamata az akció indulása előtt több, mint két hónappal kezdődik meg. Az újságban szereplő termékek, azok akciós ára és értékesítendő mennyisége az akció kezdete előtt nagyjából egy hónappal kerülnek véglegesítésre. A központi adatbázisban nyilvántartott bolti készletek felmérését követően a logisztikai részleg megrendeli a szükséges mennyiségeket. Visszaigazolás hiányában vagy szállítási késedelem esetén, amennyiben a termék készlethiányos lenne az akcióban, a beszerző kicseréli az akciós terméket olyan másik termékre, amelyből elegendő mennyiség áll rendelkezésre az akcióra. Csere esetén a reklámújság nyomdai levonatában kicserélik a kérdéses terméket az új termékre, amely csak ezt követően kerül nyomtatásra.
 15. Az egyes üzletek az akció kezdete előtt nagyjából egy héttel megjelenő ún. Bolti Infóból láthatják, hogy melyik termékből hány darabot kapnak. Az eljárás alá vont előadása szerint ezalatt minden bolt kap legalább egyszer központi kiszállítást.
 16. A termékek beérkezésüket követően, a leosztások és a bolti rendelések alapján folyamatosan, a logisztikai rendszer beosztása szerint kerülnek kiszállításra, sok más – nem akciós – termékkel együtt.
 17. Az eljárás alá vont által alkalmazott készlet-nyilvántartási rendszerben bizonyos készletmozgások nem jelennek meg cikk-szinten, boltonként lebontva. (Ilyen mozgás a boltok közötti átadás, ezeknek nincs nyoma a központi készlet-nyilvántartó rendszerben (csak értékkel, darabszám nélkül kerülnek a rendszerbe.) A teljes készletfelmérésre kizárólag leltár idején nyílik mód.
 18. A GVH bekérte a vizsgált termékek (lásd 6-9. pontok) akciós időszak tekintetében releváns készletmozgását igazoló adatokat, illetve az azokat alátámasztó dokumentumokat, annak megállapítására, hogy az egyes vizsgált termékek az akció ideje alatt mely napokon voltak elérhetőek az egyes üzletekben. Az adatkérés révén az adatbázis elvileg akciós termékre és boltra lebontva tartalmazta (volna) a nyitókészlet mennyiségét (db); a zárókészlet mennyiségét (db); az akció során beszállított

mennyiséget (db); az akció során értékesített mennyiséget (db); a beszállítás és értékesítés mennyiségét, valamint a zárókészletet az akció egyes napjaira vetítve is.

19. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint a GVH részére csatolt táblázatok ugyan tartalmazták a teljes adatbázist, de a táblázat egyik munkalapján szereplő, a GVH adatkéréséhez igazodó rendezés nem tette lehetővé, hogy az induló készletet megfelelően ki lehessen mutatni. Az eljárás alá vont – a Versenytanács előzetes álláspontjában kifogásolt termékek tekintetében – újabb táblázatsorokat csatolt be, amelyek az előzetes álláspont szerint készlethiányt mutató boltokra vonatkozóan tartalmazzák a termékek életútját (a termékből mikor történt kiszállítás az üzletbe, illetve eladás, valamint egyéb mozgás, és milyen mennyiségben).¹ Ezen táblázatok jellemzően azon termékek esetében biztosítottak egy ún. „számított induló készletet”, amelyek az eljárás alá vont állandó termékkínálatába tartoznak vagy olyan in-out termékek, amelyeket az eljárás alá vont ismételt akcióba vont (lásd 13. pont), és így – időközi leltár hiánya miatt (lásd 17. pont) – az akció kezdete tekintetében az eljárás alá vont nyilvántartási rendszere pontos adatot nem tartalmaz indulókészlet tekintetében.
20. Bekérte továbbá a GVH az akcióra való felkészülést igazoló adatokat, illetve az azokat alátámasztó dokumentumokat, amelyek révén az adatbázis akció termékekre lebontva tartalmazta (volna) a rendelt mennyiséget (db) és a megrendelés határidejét, a beszállított mennyiséget (db) és a tényleges beszállítás időpontját. A benyújtott dokumentumok alapján minden termék tekintetében rendelkezésre áll vagy a megrendelést, vagy a kiszállítást igazoló – pl. árukísérőjegy vagy szállítólevél – dokumentum.

c) Készletadatok

21. A beszerzett bizonyítékok alapján megállapítható, hogy a 2008. december 22-30. között érvényes reklámújságban feltüntetett, a részletes vizsgálattal érintett akció termékek közül valamennyi (összesen 43) akció termék esetében az akció első három napján mutatkozott készlethiány az eljárás alá vont egyes üzleteiben.² Megállapítható az is, hogy a beszállított mennyiség lényegében mindegyik termékénél megegyezett a megrendeléssel, vagyis szállítói probléma nem mutatkozott (a 34 termékből 4 esetben maradt alatta a beérkezett mennyiség a megrendeltnek, de mindössze 3-6%-kal).
22. A vizsgált termékekre vonatkozóan, két kivétellel, az eljárás alá vont beszolgáltatta a termékek korábbi akciók során értékesített mennyiségére és akció árára vonatkozó adatokat. A kivételt képező két termék esetében (Celine Dion Paris Nights női edt 50 ml, Sminkszett táskában) ilyen adat értelemszerűen nem állhatott rendelkezésre, mert azokat az eljárás alá vont korábban nem vonta akcióba.
23. A 2009. január 26.-február 1. közötti időszakban vizsgált termékek elérhetőségével kapcsolatban az eljárás alá vont az üzletlánc valamennyi boltjára vonatkozóan szolgáltatott készletadatot. Ez alapján a „Teafaolaj folyékony szappan” termékkel kapcsolatban készlethiányra utaló adat nem merült fel, a fennmaradó (összesen 13)

¹ Vj-48-018/2009. sz. irat 1., 7., és 8. sz. mellékletek

² A készlethiányt mutató üzletekre vonatkozó részletes adatokat a Versenytanács előzetes álláspontjának 30. pontja tartalmazza.

akciós termék esetében az akció első három napján mutatkozott készlethiány az eljárás alá vont egyes üzleteiben.³ Megállapítható az is, hogy a beszállított mennyiség mindegyik terméknel megegyezett a megrendeléssel, vagyis szállítói probléma nem mutatkozott (egy termék esetében a beszállított mennyiség 15%-kal meg is haladta a rendelést).

24. A vizsgált termékekre vonatkozóan, két kivétellel, az eljárás alá vont beszállította a termékek korábbi akciók során értékesített mennyiségére és akció árára vonatkozó adatokat. A kivételt képező két termék esetében (Garnier Clean Sensitive sminklemosó 150 ml, Teafaolaj folyékony szappan) ilyen adat értelemszerűen nem állhatott rendelkezésre, mert azokat az eljárás alá vont korábban nem vonta akcióba.

IV.

Jogi értékelés

1. Jogi háttér

25. Az 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.
26. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja értelmében fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy. Ugyanezen cikk g) pontja szerint a vásárlásra felhívás kereskedelmi kommunikációban az áru jellemzőinek és árának, illetve díjának feltüntetése az alkalmazott kommunikációs eszköznek megfelelően olyan módon, hogy ezáltal lehetővé válik a fogyasztó számára az áru megvétele, illetve igénybevétele.
27. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A 3. §-ának (4) bekezdése rögzíti, hogy a mellékletben (a továbbiakban: az Fttv. melléklete) meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
28. Az Fttv. mellékletének 5. pontja értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül áru meghatározott áron való vásárlására felhívás annak elhallgatásával, hogy a vállalkozásnak alapos oka van azt feltételezni, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni – az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel – megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni (csalogató reklám).
29. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az

³ A készlethiányt mutató üzletekre vonatkozó részletes adatokat a Versenytanács előzetes álláspontjának 35. pontja tartalmazza.

adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.

30. Az Fttv. 14. §-a szerint a vállalkozás – az eljáró hatóság felhívására – a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.
31. 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.
32. 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.

2. A Versenytanács döntése

33. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. §-ának (2)-(4) bekezdései értelmében egy kereskedelmi gyakorlat három esetben minősülhet tisztességtelennek:
 - ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek, vagy
 - ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket, vagy
 - ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).
34. 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.

35. A Versenytanácsnak tehát először azt kellett megítélnie, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. mellékletének valamely pontja alapján ítéendő-e meg. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont vizsgált kereskedelmi gyakorlata elsődlegesen az Fttv. mellékletének 5. pontja alapján értékelendő.
36. A vásárlásra felhívás fogalmát az Fttv. 2. §-ának g) pontja határozza meg, rögzítve, hogy vásárlásra felhívás a kereskedelmi kommunikációban az áru jellemzőinek és árának, illetve díjának feltüntetése az alkalmazott kommunikációs eszköznek megfelelően olyan módon, hogy ezáltal lehetővé válik a fogyasztó számára az áru megvétele, illetve igénybevétele. A jelen esetben vizsgált kommunikációs eszközök révén az eljárás alá vont vásárlásra felhívást tett közzé, lehetővé téve az áru fogyasztó általi megvásárlását úgy, hogy ehhez az eljárás alá vont részéről további információk rendelkezésre bocsátása nem volt szükséges.
37. Az Fttv. mellékletének 5. pontjában meghatározott, jogsértőnek minősülő magatartás fennállásához bizonyítani kell, hogy a vizsgált tájékoztatások közreadása és az áruhiány bekövetkezte mellett alapos oka volt-e a vállalkozásnak azt feltételezni, hogy a hiányzó vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem tudja majd – az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel – megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni.
38. A Versenytanács gyakorlata szerint a magatartás részletes értékelése kizárólag azon áru-üzlet relációban szükséges, ahol az áru bizonyíthatóan nem állt rendelkezésre az akció kezdőnapján vagy elfogyott az első három napban (a továbbiakban: készlethiány, vagy elérhetőségi probléma). Más esetekben ugyanis – valamely különleges, a jogsértésre utaló körülmény fennállásának hiányában – pusztán azon oknál fogva nincs a jogsértésre utaló jel, hogy az adott napig a vállalkozás képes volt a hirdetett termék iránti keresletet kielégíteni.

a) A vizsgált termékek köre

39. A GVH által az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának vizsgálatára kiválasztott termékek között mindkét akcióban szerepeltek olyanok, amelyek a reklámújságban „többféle”, illetve „vagy” megjelöléssel kerültek feltüntetésre. A GVH ezen termékek esetében a termékcsoportha tartozó valamennyi olyan árucikkre vonatkozóan adatkéréssel élt mind a készlethiánnyal, mind az akciós felkészüléssel kapcsolatban, ami az eljárás alá vont nyilatkozata szerint az akciós ajánlat részét képezte.
40. A Versenytanács értékelése szerint a reklámígéretben szereplő „többféle” megjelölés, az Fttv. 4. §-át is figyelembe véve, nem értelmezhető úgy, hogy a reklámígéretet megfogalmazó vállalkozásnak valamennyi üzletben a termékcsoportha tartozó valamennyi termék elérhetőségét biztosítani kellene a fogyasztók számára az akció keretében. A „többféle” megjelölés az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztó számára azt a jelentést hordozza, hogy az üzletlánc boltjaiban a reklámozott termékből legalább kétféle típus megvásárolható. Hasonlóan, a „vagy” megjelölés azt az ígéretet közvetíti, hogy a termékcsoportha legalább az egyik termék elérhető lesz az eljárás alá vont boltjaiban. Ily módon a Versenytanács azon reklámígéretes esetében, amelyek

termékcsoportra vonatkozó akciós ajánlatot fogalmaztak meg, úgy értékelte, hogy amennyiben a fentiek szerinti értelmezéssel a termékcsoportba tartozó legalább egy, illetve két termék esetén a rendelkezésre álló adatok alapján a vállalkozás megfelelően felkészült a kereskedelmi kommunikációban foglalt ígéret teljesítésére (vagy a felkészülés megfelelőségének hiánya nem bizonyítható), jogsértés nem állapítható meg, még olyan esetben sem, ha egyes terméktípusokra vonatkozóan a nem megfelelő felkészülés nyer igazolást.

b) Készlethiány

41. Amennyiben az eljárás alá vont által teljesített adatszolgáltatás alapján rendelkezésre álló adatokból az állapítható meg, hogy valamely részletes vizsgálatba bevont termékkel kapcsolatban készlethiányra utaló adat nem merült fel (és az adatszolgáltatás megfelelő benyújtásával valamennyi üzlet tekintetében hiánytalanul teljesítette az eljárás alá vont az Fttv. 14. §-ban foglalt kötelezettségét – mely szerint a reklámozott termék rendelkezésre állása, mint reklámban közölt állítás, valóságtartalmának igazolása őt terheli), akkor a Versenytanács értékelése szerint az Fttv. melléklete 5. pontjában foglaltak megvalósulása ezen termékek esetében fogalmilag kizárt. Jelen esetben a részletes vizsgálatba bevont termékek közül – teljes körű adatszolgáltatás mellett – készlethiányra utaló adat csak a 2009. január 26.-február 1. közötti akcióban értékesített „Teafaolaj folyékony szappan” termékkel kapcsolatban nem merült fel.
42. A készletadatok alapján elérhetőségi problémák (azaz az adott terméket valamely üzletben az akció első három napján nem lehetett megvásárolni) a 41. pontban megjelölt „Teafaolaj” terméken kívül valamennyi további vizsgált termék esetében jelentkeztek.
43. Az akció indulásakor üzletlánc szinten rendelkezésre álló árukészlet megállapításánál a Versenytanács az akciót megelőzően központilag megrendelt és beszállított mennyiségből indult ki. Egyes esetekben a termékek életútját – mikor történt kiszállítás a termékből az üzletbe, illetve eladás, valamint egyéb mozgás, és milyen mennyiségben – volt szükséges felmérni annak érdekében, hogy egyfajta számított induló készletadatot lehessen létrehozni (lásd 19. pont).
44. Abban az esetben, ha mindössze néhány üzlet esetében nem áll rendelkezésre készletadat, akkor a Versenytanács értékelése szerint ennek fényében nem minősülhet jogsértőnek eljárás alá vont magatartása, hiszen az eljárás alá vont teljes bolthálózata tekintetében nem igazolható a jogsértés. Önmagában – más, az elszigetelt jogsértés fennállására utaló jel hiányában – nem életszerű ugyanis az a helyzet, hogy az országos bolthálózatot fenntartó és országos reklámkampányt folytató vállalkozás pusztán egy-egy bolt tekintetében kívánna csalogató gyakorlatot fenntartani, így közvetett bizonyítékok alapján elszigetelten érvényesülő (egy-egy boltra kiterjedő) jogsértés nem állapítható meg.
45. Azokat az eseteket a Versenytanács már nem tekintette elszigetelt esetnek, amikor az eljárás alá vont adatszolgáltatásának elmaradása nem egy-egy üzletet érintett, hanem elérte az üzletlánc boltjainak 5-20%-át. A Versenytanács ezen áruk és üzletek esetében úgy értékelte, az eljárás alá vont nem tudta igazolni, hogy reklámígéretének megfelelően az adott termék az akciós időszakban elérhető volt az adatszolgáltatásban

nem szereplő áruházakban. Ily módon az értékelésében ezen üzletek azokkal estek egy tekintet alá, amelyek az akciós termékből az adatszolgáltatás szerint készlettel bizonyíthatóan nem rendelkeztek.

46. Ugyanakkor, mint azt a Versenytanács elöljáróban leszögezte, az Fttv. mellékletének 5. pontjából nem lehet „készlet-garanciát” levezetni, azaz az akció időtartama alatt bekövetkező készlethiányos állapot önmagában nem vonja maga után jogsértés megállapítását, ahhoz szükséges az akcióra való felkészülés vizsgálata is.

c) Akcióra való felkészülés

47. Az akcióra való felkészülés tekintetében rendelkezésre álló adatok alapján a Versenytanács második lépésként azt vizsgálta, hogy az akció során jelentkező – a 38. pont szerinti – készlethiány az eljárás alá vont nem megfelelő felkészülésének következménye-e. A Versenytanács a korábbi és az adott akciós időszak adatainak összevetésével értékelte azt, hogy alapos oka lehetett-e az eljárás alá vontnak azt feltételezni, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni. A vizsgált akcióban rendelkezésre álló mennyiség és egy korábbi akcióban tapasztalt készletfogyás adatának összevetése során a Versenytanács azon akció értékesítési adatát vette figyelembe, amelyben a terméket az eljárás alá vont a most vizsgálttal azonos akciós áron értékesítette, ennek hiányában az egyéb akciós időszak adatát, de figyelemmel volt az egyes termékek esetleges szezonálisára is (így például az illatszerek a karácsonyi akció keretében keresettebb terméknek számítanak, mint általában más évközi akciók esetében). Amennyiben az adatok összevetéséből a Versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy az eljárás alá vont kellő gondossággal készült fel az akcióra, vagy a kellő gondosság hiánya nem bizonyítható, akkor az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglalt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat nem állhatott fenn, így a magatartás nem is ütközhetett vagy nem bizonyítható, hogy beleütközött a 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalomba.
48. Azon termékek esetében, amelyeket az eljárás alá vont korábban nem vont akcióba, ilyen összehasonlításra nem volt lehetőség. Ezen termékek esetében valamely hasonló kategóriájú és árfekvésű termék akciós értékesítési adatával való összevetés lehetne ugyan alkalmas annak megállapításra, hogy az eljárás alá vont elegendő mennyiségű készlettel készült-e fel az akcióra, illetve viszonyítást jelenthet az adott termék átlagos (akción kívüli) értékesítési adata is. Jelen esetben a vizsgálat során az érintett két-két termékre (22. és 24. pontok) vonatkozóan ilyen jellegű adatot a GVH nem szerzett be.
49. Az eljárás alá vont úgy nyilatkozott, hogy beszállítói probléma (szállítói késedelem vagy a szállítás elmaradása) az akciós felkészülés során egyik vizsgált termék esetében sem merült fel, és a – vizsgálat által feltárt adatokból – a Versenytanács számára sem vonható le olyan következtetés, hogy az eljárás alá vont beszállítói kapcsolataiban rendszeresen olyan teljesítési hiányosságok fordultak volna elő, amelyet az eljárás alá vont felróható módon figyelmen kívül hagyott az akciós termékek elérhetőségére vonatkozó reklámígéretének megfogalmazásakor.

50. Azoknál a termékeknél, amelyeknél a beszállított mennyiségről nem áll rendelkezésre információ, a Versenytanács az értékesítési adatok alapján a vizsgált akcióban és a korábbi hasonló akcióban értékesített mennyiséget vetette össze. Amennyiben ugyanis a vizsgált akcióban legalább a korábbi akcióban is értékesített mennyiség eladásra került, a rendelkezésre álló adatok alapján arra lehet következtetni, hogy az eljárás alá vont bolthálózatában legalább olyan nagyságú készlettel rendelkezett, mint a korábbi akciók értékesítés során. Ilyen esetben a Versenytanács szerint nem bizonyított, hogy a magatartás kimerítené az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglalt feltételeket.
51. A fentiekhez tartozóan megjegyzendő, hogy a vizsgálatral érintett reklámozott áruk – az ún. in-out termékek kivételével – az eljárás alá vont állandó termékínálatába tartozó áruk voltak, amelyekből az eljárás alá vont az akciók beszállítást megelőzően is rendelkezhetett raktárkészlettel, mint ahogy az akciók kezdetét – adott esetben – 2-3 héttel megelőző beszállítási igazolása nem zárja ki azt, hogy a termékekből már az akció kezdete előtt is fogyott a boltokban. Ezzel együtt ezen esetkörben a Versenytanács elfogadta a 19. pont szerinti számítást, mivel nem tárt fel a vizsgálat arra utaló bizonyítékot, hogy a felkészülés nem lett volna megfelelő az akcióra.
52. A Versenytanács értékelt, hogy az eljárás alá vont akciók felkészülési (elsősorban a termékeknek a boltok való eljuttatását biztosító leosztási) rendje mutat-e rendszerszerűen, általános jelleggel jelentkező hibát vagy hiányosságot, figyelemmel arra a körülményre is, hogy az eljárás alá vont akciókat központilag szervezi és hirdeti meg az üzletlánc valamennyi tagjára vonatkozóan. A leosztási renddel kapcsolatban a Versenytanács megállapította, hogy az akciókezdéshez szükséges bolti készlet rendelkezésre állását az eljárás alá vont – a boltok saját készletállománya mellett – központi leosztással vagy boltközi átterheléssel oldja meg. A központi leosztás kialakítása során az eljárás alá vont a készlet-nyilvántartásában az egyes boltokra vonatkozóan rendelkezésre álló készletadatokból, valamint a korábbi átlagfogyásból indul ki. A korábbi átlagfogyás „mechanikus” figyelembe vétele (ha ilyen készletfogyás a referencia-időszak alatt nem történt) azzal az eredménnyel is járhat, hogy egy bolt nem kap központi leosztást valamely akcióba vont termékből, és így módon a termék elérhetősége az üzletlánc egyes boltjaiban – az üzletlánc egészére vonatkoztatott reklámígéret ellenére – nem biztosított. Abban az esetben azonban, ha egy termék nem kerül központilag leosztásra, az eljárás alá vont erre a készlet-nyilvántartási rendszeren keresztül külön napi üzenetben hívja fel a boltok figyelmét. Az akció kezdete előtt a boltok kapnak egy ún. Bolti Infót is, amelyből kitűnik, ha az adott bolt a központi leosztásban nem kap valamely termékből. Ilyen esetekben a boltoknak, ha saját készlettel nem rendelkezik, (központi) rendeléssel, vagy más boltból való átszállítással kell biztosítani a termék eljuttatását az akciókezdésre a termék boltban való elérhetőségét.
53. Mindezeket figyelembe véve, a rendelkezésre álló adatok alapján – ugyan már nem elszigetelt jelenségként volt megfigyelhető a készlethiány az eljárás alá vont nem elhanyagolható számú üzletében (lásd 45. pont) – a Versenytanács szerint nem vonható le olyan következtetés, hogy az eljárás alá vontnál a leosztási rend tekintetében a felkészülést érintő olyan hálózati (rendszer) szintű hiba vagy hiányosság állna fenn, amelyet az eljárás alá vont felróható módon figyelmen kívül hagyott volna az akciók termékek elérhetőségére vonatkozó reklámígéretének megfogalmazásakor.

d) Helyettesítő termék rendelkezésre bocsátása

54. Az Fttv. mellékletének 5. pontja kifejezetten nevesíti a jogsértés megállapíthatóságának feltételei között, hogy a vállalkozásnak alapos oka legyen azt feltételezni, hogy nemcsak az adott árut, de az azt helyettesítő terméket sem tudja majd kínálni. Tekintettel arra, hogy a GVH vizsgálata egyetlen termék esetében sem tárt fel arra vonatkozó bizonyítékot, hogy a meghirdetett áru tekintetében igazolt lenne a jogsértő gyakorlat, így a Versenytanácsnak nem volt szükséges az eljárás alá vont helyettesítő termékekkel kapcsolatos magatartását értékelnie.
55. A fent kifejtettekre figyelemmel a Versenytanács az eljárást a Tpv. 72. §-a (1) bekezdésének a) pontja alapján végzéssel megszüntette, mivel az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

V.

Egyéb kérdések

56. A GVH hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdésén, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed. A gazdasági verseny érdemi befolyásolására vonatkozó szempont vizsgálata kapcsán a Versenytanács előrebocsátja, hogy álláspontja szerint ekkor a mérlegelés középpontjában az adott termékkel (áruval) kapcsolatos esetleges tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat gazdasági versenyre gyakorolt káros hatásának lehetősége kell, hogy álljon.
57. Az Fttv.-ben a jogalkotó a fenti mérlegelés szempontjait előre rögzítette a törvény 11. §-ában. 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. Mivel a jelen esetben a (2) bekezdésben foglalt körülmények nem állnak fenn, így a Versenytanács megállapította, hogy a GVH hatásköre a jelen eljárás tárgyává tett kereskedelmi gyakorlat vizsgálatára az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése alapján áll fenn.
58. Az Fttv. 11. §-ának (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.

59. A jelen esetben megállapítható volt, az eljárás alá vont által tanúsított kereskedelmi gyakorlat egésze alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására, tekintettel arra, hogy a kereskedelmi gyakorlat kapcsán alkalmazott kommunikációs eszközök (a 181 üzlet vonzaskörzetében és az üzletekben terjesztett, s az interneten is elérhető akciós újságok, illetve az üzleteknél elhelyezett plakátok) a fogyasztók rendkívül széles körét érték el, illetve az eljárás alá vont készlethiánnyal kapcsolatos kapcsolatos kereskedelmi gyakorlata több esetben is az eljárás alá vont teljes üzlethálózatának jelentős részét érintette és a részletesen vizsgált termékek közül számos esetben figyelhető meg az Fttv. mellékletének 5. pontja szerinti gyakorlat.
60. Az eljárás alá vont kérte, hogy a Ket. 72. §-a (1) bekezdésének dd) pontja alapján költségeiket a GVH térítse meg. Az eljárás során tanú meghallgatására, illetve szakértő kirendelésére nem került sor, az ügyfél a saját érdekkörében felmerült költségek megtérítésére pedig sem a Tpv. t., sem a Ket. alapján nem tarthat igényt.
61. A Ket. 155. §-ának (1) bekezdése értelmében az egyéb eljárási költség (153. § 3.-15. pontok) vonatkozásában a hatóság az eljárás során köteles költségkímélő módon és a célszerűség figyelembevételével eljárni, illetve az ügyfél, valamint az eljárásban részt vevő más személyek kötelesek eljárási cselekményeiket a célszerűség figyelembevételével teljesíteni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint az ezen kötelezettség megsértésével okozott költséget az azt okozó szerv vagy személy viseli. Noha a jelenlegi vizsgálat összességében nagy számú terméket vont vizsgálat alá, amellyel kapcsolatos adatok feldolgozása és értékelése mind az eljárás alá vont, mind a GVH részéről komoly ráfordítást igényelt, a Versenytanács szerint az nem minősíthető sem szükségtelennek, sem célszerűtlennek. Az eljárás a cég fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatának vizsgálatára indult, három hónapot meghaladó időszakra vonatkozóan, amelyből a GVH két, egyhetes akciós időszakot választott ki részletes vizsgálatra. A vizsgált akciós időszakokban bekért 10-10 termék (illetve azok típusainak) adatát az eljárás alá vont elektronikus formában állította elő és nyújtotta be a vizsgálónak. Mint az jelen végzésből is kitűnik ugyanakkor, a bekért adatok szükségesek voltak annak megállapításához, hogy az eljárás alá vont jogszerű magatartást tanúsított-e a vizsgált időszakban.
62. A végzés elleni jogorvoslatot a Tpv. t. 82. §-a biztosítja.

Budapest, 2010. március 11.

dr. Szántó Tibor s.k.
előadó versenytanács tag

dr. Gadó Gábor s.k.
versenytanács tagként eljárva

dr. Dobos Gergely s.k.
versenytanács tag