



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Iktatási szám: **Vj/78-45/2009.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. Kemény Balázs jogi osztályvezető és dr. Király Ildikó jogtanácsos által képviselt **Penny Market Kereskedelmi Kft.** (Alsónémedi) ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indított eljárásban - nyilvános tárgyaláson - meghozta az alábbi

határozatot

A Versenytanács megállapítja, hogy a Penny Market Kereskedelmi Kft. a 2009. júniusi "13 éves akció" kapcsán fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor az interneten is közzétett reklámújságjában és a Penny Market üzleteknél elhelyezett plakátokon a trappista sajt vonatkozásában csalogató reklámot tett közzé.

A Versenytanács megállapítja továbbá, hogy a Penny Market Kereskedelmi Kft. a 2009. júniusi "13 éves akció" kapcsán akkor is fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor az interneten is közzétett reklámújságjában és a Penny Market üzleteknél elhelyezett plakátokon közzétett maximális mennyiségtől eltérően esetenként korlátozta a fogyasztók által az egyes akciós árukból megvásárolható mennyiséget.

A Versenytanács kötelezi a Penny Market Kereskedelmi Kft.-t 30.000.000 Ft (Harmincmillió forint) bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla javára köteles megfizetni.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni.

Indokolás

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a Penny Market Kereskedelmi Kft. ellen, hogy az eljárás alá vont az általa 2009 júniusában megtartott „13 éves akció” kapcsán meghirdetett termékeket megfelelő időtartamig és mennyiségben bocsátotta-e a fogyasztók rendelkezésére, tiszteletben tartva a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit.

Az eljárás kiterjesztésre került a 2009 júniusában megtartott „13 éves akció” során az egy vásárló által az adott termékből akciós áron maximálisan megvásárolható mennyiség korlátozása során tanúsított magatartásra.

I. Az eljárás alá vont

2. Az 1994-ben alapított eljárás alá vont fő tevékenysége élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem. Az elmúlt években folyamatosan bővítette üzlethálózatát, melynek eredményeként az egész országra kiterjedő, 173 kiskereskedelmi egységből álló üzlethálózattal rendelkezik. Az üzletek jellemzően nagyobb városokban találhatóak. Az eljárás alá vont 2008. évi nettó árbevétele 138.520.523 ezer Ft volt.

3. A Versenytanács a Vj-198/2007. számú és a Vj-133/2008. számú ügyekben megállapította, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított, illetve fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A Vj-133/2008. számú ügyben hozott határozatában a Versenytanács egyebek között aláhúzta,

- a fogyasztóknak egyes Penny Market üzletekben ténylegesen az egyes termékek kommunikációs eszközökben közölt akciós árainál magasabb árat kellett fizetniük, s ezáltal ezen termékek esetében az ígért árkedvezmény mértéke sem felelt meg a valóságnak.
- az eljárás alá vont esetében nem egy egyedi hibáról van szó, hanem egy rendszerhibáról, amely bármikor, bármelyik üzletben, bármelyik akciós termék árával kapcsolatban megnyilvánulhat a fogyasztó irányában,
- egyes üzletek adott esetben önkényesen kezdenek, illetve fejezik be a meghirdetett akciós árak alkalmazását,
- az eljárás alá vont az üzlethálózatban érvényesülő egységes marketingtevékenység mellett nem tudja biztosítani az egységes (a fogyasztóknak nyújtott tájékoztatással összhangban lévő) áralkalmazást.

4. Az eljárás alá vont versenytársainak minősülnek a napi fogyasztási cikketek, valamint a háztartáshoz szükséges apróbb felszerelési tárgyakat, vegyi árukat forgalmazó üzletek (hiper- és szupermarketek, diszkontláncok üzletei, kisboltok stb.).

Az ACNielsen Piackutató Kft. 2008. évi megállapításai szerint

- a hazai kiskereskedelemben 2008 során nőtt a hiper- és szupermarketek, valamint a diszkontok piaci részesedése az élelmiszerek bolti eladásából. Részarányuk sorrendben 30%, 11%, és 19% volt a 2007. december - 2008. szeptember közötti időszak adatai szerint,
- 2008 októberben öt magyarországi diszkontlánc (Aldi, Lidl, Penny Market, Plus, Profi) 518 egysége működött,
- a kereskedők, különösen a kereskedelmi üzletláncok az általuk forgalmazott termékeket a fogyasztóknak jelentős költségeket igénylő promóciókkal, reklámokkal kínálják. Minden 100 Ft-ból 30 Ft promóciós eladásokból származik az élelmiszerek kiskereskedelmében, és ebből 20 Ft az árküszöb.

II. Az eljárás alá vont vizsgált magatartása

5. Az első üzletét 1996 júniusában megnyitó eljárás alá vont 2009. június 4. és 7. között a 13. születésnapra hivatkozással akciót szervezett, amelynek keretében egyes termékek meghatározott feltételekkel 13 évvel ezelőtti áron voltak megvásárolhatók

- meghatározott időtartamig (2 órán át, kivéve a trappista sajt esetében, ahol az akciós ár csak 1 órán át érvényesült), azaz az akciós árak csak a meghirdetett 2 (1) óráig érvényesültek, az akciós időszak előtt és után a termékeket nem lehetett az akciós áron megvásárolni, illetve
- meghatározott mennyiségi feltételek mellett [az akciós ár csak a meghatározott minimális mennyiség esetén volt irányadó (kivéve a trappista sajt esetén, amely kapcsán ez nem került rögzítésre), s a fogyasztó által az adott termékből megvásárolható mennyiség maximális mértékét is korlátozta az eljárás alá vont].

6. Az eljárás alá vont a 2009. június 4. és 10. között érvényes, az üzletek vonzáskörzetében, valamint az üzletekben terjesztett Penny Market akciós újság első oldalán hívta fel a figyelmet arra, hogy 13 termék 13 évvel ezelőtti áron vásárolható meg üzleteiben. A reklámújság 2-4. oldalai a következőkről adtak tájékoztatást:

Csütörtöktől vasárnapig naponta 3 termék 13 évvel ezelőtti áron kapható, de csak 2 órán keresztül.
(Lásd az alábbi akciókat!) A 13. ráadás akció vasárnap este csak 1 órán keresztül 19-20-ig tart.

Akció ideje	Akciós termék megnevezése és akció előtti, illetve akciós ára	13 évvel ezelőtti termék megnevezése és ára	Akciós ár érvényesítésének feltétele, illetve maximálisan vásárolható mennyiség
Június 4. Csütörtök 8.00-10.00	Pékek listája a 12. oldalon Vizes zsemle, tejes kifli db 19 Ft/db 7.- Ft/db	Vizes zsemle, tejes kifli 7.-	Az ár minimum 10 db termék vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 50 db.
Június 4. Csütörtök 12.00-14.00	Cerbona, Mary-Ker Aranykosár tészta 4 tojásos fodoros nagykoeka, tarhonya, szarvacska, orsó, makaróni, spagetti 500 g 178/kg 199 Ft 89.- Ft	Alba Regia cérnametélt 500 g 89.-	Az ár minimum 2 csomag vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 20 csomag.
Június 4. Csütörtök 17.00-19.00	Sole-Mizo Sissy túródesszert* Natúr 30 g 19.- Ft	Túró Rudi 30 g 19.-	Az ár minimum 5 darab termék vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 30 darab.

Június 5. Péntek 8.00-10.00	Minna Natúr joghurt 175 g 109.- Ft/kg 49 Ft 19.- Ft	Natúr joghurt 180 g 19.-	Az ár minimum 5 darab termék vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 2 tálca.
Június 5. Péntek 12.00-14.00	Paradicsom Kg 479 Ft/kg 99.- Ft/kg	Paradicsom 99.-	Az ár minimum 1 kg vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 10 kg.
Június 5. Péntek 17.00-19.00	Dreher Arany Ászok sör 0,5 liter 106 Ft/liter +24 Ft/üveg 155 Ft+ü. 53.-Ft+ü.	Arany Ászok 0,5 liter 53.- +ü.	Az ár minimum 4 üveg vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 20 üveg.
Június 6. szombat 8.00-10.00	Tojás szállítók listája a 12. oldalon Tojás 10 db 15 Ft/db 279 Ft 149.- Ft	Tojás 10db 149.-	Az ár minimum 2 doboz vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 10 doboz.
Június 6. szombat 12.00-14.00	Ostoros –Novaj 459 Ft+ü. 199.-Ft+ü. 265 Ft/liter 39 Ft/üveg	Egri Bikavér 0,75 liter 199.-+ü.	Az ár minimum 2 üveg vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 6 üveg.
Június 6. szombat 17.00-19.00	Durafood búza-finomliszt 1 kg 80 Ft 55.-Ft	Finomliszt 1 kg 55.-	Az ár minimum 4 kg termék vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 20 kg.
Június 7. Vasárnap 8.00-10.00	Télikert Jégkert zöldborsó gyorsfagyasztott 450 g 220 Ft/kg 195 Ft 99.- Ft	Fagyasztott zöldborsó 450 g 99.-	Az ár minimum 2 csomag vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 10 csomag.
Június 7. Vasárnap 12.00-14.00	V-Bor Richelieu gyöngyöző bor 0,75 liter 199 Ft/liter 369 Ft 149.-Ft	Richelieu habzóbor 0,75 liter 149.-	Az ár minimum 2 üveg vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 10 üveg.
Június 7. Vasárnap 17.00-19.00	Henkel Pur Citrus mosogatószer utántöltő 500 ml 316 Ft/liter 229 Ft 158.-Ft	Pur mosogatószer utántöltő 250ml 316 Ft/liter 79.-	Az ár minimum 3 termék vásárlása esetén érvényes! Maximum vásárolható mennyiség: 15 termék.
Ráadás akció csak egy órán keresztül Minden üzletünk június 7-én, vasárnap 20.00-ig tart nyitva.			
Június 7. Vasárnap 19.00-20.00	Trappista sajt* Kg 579.-Ft/kg	Trappista sajt, Egész kg 579.-	Maximum vásárolható mennyiség: 10 kg (5-6 egész sajt).
A 13 éves akció keretén belül meghirdetett termékeknél nem minden esetben tudunk ugyanattól a szállítótól ugyanolyan terméket kínálni, de törekedtünk a 13 évvel ezelőtti termékekhez leginkább hasonló termékek kiválasztására.			

A reklámújság utolsó oldalán, apró betű méretben, az újság megfordításával olvashatóan többek között az alábbiak szerepelnek:

Ajánlatunk 2009. június 4. és június 10. között, illetve a készlet erejéig érvényes a Penny Market üzleteiben. (...) *A csillaggal jelölt árucikkek nem állandó termékei kínálatunknak, ezért előfordulhat, hogy az akció kezdete után rövid időn belül elfogynak. (...) Kiszolgálás csak a háztartásokban szokásos mennyiségben.

7. Az akciót ismertető reklámújság az eljárás alá vont internetes honlapján is közzétételre került, azzal, hogy a honlapon csak a termékek akciós ára kerül feltüntetésre, a régi ár nem, s nincs utalás arra, hogy áthúzott áras termékről van szó.

8. Az eljárás alá vont az akciót a Penny Market üzleteknél elhelyezett plakátok révén is népszerűsítette.

Az akció kapcsán kétféle plakát került alkalmazásra:

- az akcióban részt vevő termékek külön-külön jelentek meg plakátokon, amelyeken ugyanazok az információk vannak feltüntetve, mint a reklámújságban, azzal a különbséggel, hogy minden termék plakátjának alján, vastagon szedett betűméretben szerepelt, „az akció csak a fent megjelölt időpontban érvényes,”
- a másik plakáton minden akciós termék szerepelt, a reklámújságban feltüntetett összes információval együtt.

9. Az eljárás alá vont televíziós reklám útján is felhívta a fogyasztók figyelmét az akcióra. A reklám részletek közlése nélkül ismertette, hogy 13 termék 13 évvel ezelőtti áron vásárolható meg az eljárás alá vont üzleteiben.

10. Az eljárás alá vont 2009 januárjától új kasszaszoftvert vezetett be az üzletekben. Az új kasszaszoftver semmilyen beavatkozást sem igényel az üzletek részéről, nem kell sem letölteniük, sem külön ellenőrizniük a beállított árakat, mivel azt a rendszer automatikusan elvégzi. Egyetlen művelettel átállíthatók az árak, amelyek nyomban alkalmazásra is kerülnek a pénztárakban. Az új kasszaszoftver egyúttal azt is lehetővé teszi, hogy az eljárás alá vont egy adott napon belül, akár 1-2 órára érvényesen is külön árakat határozzon meg, majd utána a korábbi ár álljon vissza automatikusan. Az üzleteknek nincsen hozzáférésük a kasszaszoftverhez, abban semmilyen árat nem tudnak be-, illetve átállítani.

III.

Az eljárás alá vont előadása

11. Az eljárás alá vont előadta,

- a Versenytanács iratellenes megállapításokra jutott, a tényállás nincs kellően feltárva, további bizonyítás szükséges a tényállás megállapításához,
- az akciónak nem az volt a célja, hogy minél nagyobb mennyiséget értékesítsen, hanem az, hogy egy bizonyos időszakban egy-egy termék egyfajta ajándékjelleggel, a 13 évvel ezelőtti árakon legyen megvásárolható,
- ezt megelőzően hasonló akciót nem tartott, erre a korábbi rendszere nem is volt alkalmas,
- akciós termékként eleve olyan termékeket választott ki, amelyeknél a szállítókkal való együttműködés tapasztalatai alapján sem szállítási, sem mennyiségi problémák nem voltak valószínűsíthetők. A vizsgált termékekkel kapcsolatban nem merült fel szállítási probléma, az egri bikavér kivételével, amikor az adott beszállító levélben

arról tájékoztatta, hogy nem kívánja a korábban megállapodott áron szállítani az egri bikavért. Mivel a szállító a visszalépését csak 2009. május 28-án jelezte, már nem volt lehetőség az akciós újság módosítására. A termék helyett azonos áron, megfelelő mennyiségben egy másik vállalkozástól származó helyettesítő terméket bocsátott a vásárlók rendelkezésére,

- a termékek akciós készletének meghatározása során a következő szempontokat vette figyelembe valamennyi termék vonatkozásában (azzal, hogy a szállítókkal közösen határozta meg az akcióba kerülő termékek mennyiségeit): a korábbi akciós áron történt értékesítés adatai, az adott termék esetleges szezonális jellege, a korábbi értékesítési ár és a tervezett akciós ár egymáshoz való viszonya, a 13 éves tapasztalata szerinti vásárlói igények, a termék korábban tapasztalt általános keresettsége, a pénztárak áteresztőképessége, a várhatóan üzemelő pénztárak száma stb.,
- az akciós időszakok meghatározása során a cél az volt, hogy lehetőség szerint ne az értékesítési csúcsidőszakokban, hanem az alacsony forgalmú időszakokban történjen, amikor amúgy is kisebb a vásárlók száma az üzletekben,
- azon termékek esetében, amelyeket vasárnap értékesített (sajt, Pur Citrus utántöltő, Jégkert gyorsfagyasztott zöldborsó, Richelieu gyöngyözőbor), figyelemmel volt arra is, hogy tapasztalatai szerint az üzletek vasárnapi forgalma igen alacsony, mivel a vásárlók vasárnap jellemzően nem diszkontüzletben vásárolnak, hanem hipermarketben. E termékek készletezésénél arra is figyelemmel volt, hogy az üzletek éppen az alacsony forgalom miatt vasárnap egyébként is 16.00 órakor bezárnak, két terméket (sajt, Pur Citrus utántöltő) pedig eleve 16.00 óra után tervezett értékesíteni. Mindezek ellenére igen jelentős készletekkel készült az akcióra. A ténylegesen beszerzett készletek minden esetben lényegesen meghaladták a korábban valaha is tapasztalt legnagyobb eladott mennyiségeket. Az egyes termékekből a 2 (1) órás akciós időszakokra a szokásos napi értékesített mennyiség sokszorosát osztotta le az üzleteknek,
- a napi összforgalom nem haladta meg az átlagos napok forgalmát, mivel a vásárlók létszáma kizárólag az akció 2 (1) órás időszakában emelkedett, ugyanakkor ezen akciós időszakokban a vásárlók szinte kizárólag csak az akcióban szereplő termékeket vásárolták. Ez azt eredményezte, hogy az akciós időszak forgalma töredéke lett még a szokásos megfelelő időszakoknak is. Nem is volt nyeresége, többletforgalma az akcióban.

Az eljárás alá vont a csalogató reklám vonatkozásában előadta,

- a kereskedelmi kommunikáció közzétételekor nem volt alapos oka azt feltételezni, hogy az árut a kínált áron nem fogja tudni a megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni, vagy más vállalkozástól beszerezni,
- megfelelően készletezett (ezt igazolja a maradék készlet léte is), ebből eredően kizárt bárminek is a kellő alappal történő feltételezése, meg ugyanennek a fogyasztók előli elhallgatása is,
- nem látja indokoltnak, hogy maximális pénztári terheléssel, csúcsidei kasszaüzemmel, valamint maximális eladási mennyiségekkel kellett volna kalkulálnia. A készletezésnél meghatározó szempont volt az is, hogy az adott 2 (1) óra alatt egyáltalán mekkora mennyiségű árut tudnak áteresztetni a pénztárak, s ennek maximumánál lényegesen nagyobb készletekkel készült fel az akcióra. Tapasztalatai szerint egy pénztár átlagosan legfeljebb 20 főt tud kiszolgálni egy óra alatt. Az üzletekben csúcsidőben is átlagosan 2 kassza működik,
- nem kellett azt feltételezni, hogy tömegjelenetek lesznek az üzletekben, senki sem számolhatott olyan fogyasztói reakciókkal, amelyeket végül egy-egy üzletben tapasztalni lehetett. Mindent megtett annak érdekében, hogy a termék a fogyasztók rendelkezésére álljon, ugyanakkor a tömeghisztériás jelenetekre nem készülhetett fel,

- minden üzlet minden termékből megkapta a teljes akciós mennyiséget, s egyetlen üzletben sem volt induló készlethiány,
- minden üzletbe kb. ugyanazt a mennyiséget osztották le. A sajtok egyes üzletekbe történő leosztása során figyelemmel volt az üzlet forgalmára, az adott termékből tapasztalt korábbi fogyásra, illetőleg az is egy szempont, hogy az adott termékből van-e valamilyen szignifikáns eltérés a fogyást illetően. Az üzletek 7-10 kartont kaptak a sajtból. Egy karton 14 darab sajtot tartalmaz,
- az akció első néhány percének áradatait tartalmazó kimutatás igazolja, hogy valamennyi üzletben az akciós feltételek szerinti akciós árak kerültek alkalmazásra,
- olyan időpontban szervezte az akciót (vasárnap 19 és 20 óra között), amikor üzletei egyébként nincsenek is nyitva, s amely időpont egyébként nyilvánvalóan nem tekinthető csúcsidőnek. Abból eredően, hogy nem kettő, hanem csak egy pénztár működésével kalkulált ezen termék akciójára, helyes volt előzetes elképzelése. Ha ebből indulunk ki, akkor az óránként 20 vásárló mint számítási alap egyezik a Versenytanács megállapításában foglaltakkal, csak éppen nem támasztja alá a Versenytanács megállapítását, hanem azt támasztja alá, hogy még a maximális mennyiségekkel számolva is megfelelő volt a tervezett mennyiség,
- régebben a vasárnap 19 és 20 óra közötti időszak forgalma minden időszaknál alacsonyabb volt tapasztalatai szerint, s végül ezért is hozta azt a döntést, hogy nem tartja nyitva üzleteit ezen időszakban. Ebben az időszakban tapasztalatai szerint legfeljebb 4-5 vásárlás történt egy óra alatt. Minthogy már hosszabb ideje nem voltak nyitva üzletei ezen időszakban, kellő alappal gondolhatta, hogy egyetlen termék kedvéért sem lesz különösebb vásárlói érdeklődés,
- a maximális mennyiségek – a „kiszolgálás csak a háztartásokban szokásos mennyiségekben” kitételrel együtt – azt a célt szolgálták, hogy ne a kiskereskedők vásárolják fel a készleteket, mert nem nekik szánta az akciót. A sajt rövid szavatossági idejű termék, és nem életszerű azt feltételezni előzetesen, hogy minden vásárló a maximális mennyiséget fogja megvásárolni. A termék eltarthatósága ugyanis korlátozott, s célcsoportja, az átlagos háztartás nem fogyasztja el a maximálisan megvásárolható mennyiségeket. Az előkészítés során a korábbi egy főre jutó vásárlásokat is elemezte, a Versenytanács azonban ezt elmulasztotta, pedig csak így lett volna valóban összehasonlítható adat arra nézve, hogy miből kellett volna az eljárás alá vontnak kiindulnia. Kész rendelkezésre bocsátani ilyen kimutatást, ha erre a Versenytanács igényt tart,
- 1 óra fogyását hetek fogyásával nem lehet összehasonlítani, legalábbis bírság alapját képező megállapításként nem,
- a készletezés során akkora mennyiséggel számolt, amekkorát korábban az adott 1 óra alatt sohasem adott el, az általa a sajt akciójára megrendelt és minden üzletben rendelkezésre álló mennyiségek a sokszorosát tették ki az egy óra alatt valaha is eladott mennyiségeknek. Ezt a becsatolt felkészülési adatok is alátámasztják,
- a korábbi adatokból nem kellett arra következtetnie, hogy egy óra alatt az akció lebonyolításához rendelkezésre álló készletnél többel kellene rendelkeznie. Lehetséges, hogy egy hét alatt volt olyan alkalom, amikor többet adott el a sajtból, de egy óra alatt ilyen mennyiség eladására nem lehet felkészülni. Egy egész hetes mennyiséget nem lehet eladni egy óra alatt, de ennek ellenére az egy hetes mennyiség többszörösét rendelte meg az akció lebonyolítása érdekében,
- álláspontja szerint a Versenytanácsot a sajtval kapcsolatos megállapítása során befolyásolta annak egy-egy üzletben történt értékesítésével kapcsolatos sajtóvisszhang, ugyanakkor a sajtóvisszhangot a döntéshozatal során mellőzni szükséges,
- a sajt esetében nem valósította meg az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglaltakat,

- az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglaltak megvalósítása akkor állapítható meg, ha az akcióra biztosított készlet végül elfogyott, vagy egyáltalán nem is volt, vagy csak irreálisan alacsony mértékű volt. A készlettel kapcsolatosan a Versenytanács előzetes álláspontjában ilyen tartalmú megállapítást egyetlen üzlet vonatkozásában sem tett, s ebből eredően nem állapítható meg, hogy a Versenytanács által megfogalmazott megállapítások konkrétan hol, mennyiben és miért valósultak meg, nem tudható, hol valósult meg a becsalógató reklám. A Versenytanács általánosságban tett egy megállapítást, amely szerint az eljárás alá vont nem megfelelően készült fel az akcióra, ugyanakkor ennek konkrét bizonyítékait, konkrét eseteit, a konkrét üzleteket, ahol ez megnyilvánult, nem említette. Ennek hiányában pedig nem volt módja érdemi védekezését előterjeszteni, csupán általánosságban adhatta elő álláspontját. Mivel a készlet mintegy 10%-a megmaradt, akkor annak valahol, valamely üzletekben meg kellett maradnia. Amennyiben maradék készlet volt, úgy nem lehet azt általánosságban kijelenteni, hogy megvalósította az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglaltakat, mivel ez így általánosságban nem lesz, nem is lehet helytálló,
- a termékek akciós árait kb. 50%-kal alacsonyabban határozta meg, mint amennyibe egyébként az akció előtt kerültek, amely engedmény nem számított különösebben kedvező ajánlatnak a piacon, mivel más versenytársak is rendszeresen alkalmaznak egyes termékekre, alapvető élelmiszerekre 50%-os árengedményt, ugyanakkor azok vevői kereslete meg sem közelítette az eljárás alá vontnál tapasztaltakat. Erre a körülményre is figyelemmel volt a sajt (és más termékek) készletének meghatározása során,
- általános érvénnyel nem volt az várható, hogy 10 kg sajtot vásárol egy fogyasztó. Ilyen mennyiséggel egy átlagfogyasztó nem tud mit kezdeni,
- ugyan kedvezményes volt a sajt ára, de a fogyasztóknak fizetni kellett azok megvásárlásáért,
- a sajton egy fillért sem keresett, így nem lett volna érdeke az, hogy ne gondosan készüljön fel az akció lebonyolítására,
- valószínűleg voltak olyan üzletek, ahol korlátozásra került a vásárolható mennyiség a sajt esetében a kialakult helyzetre, a tömegjelenetekre tekintettel. Üzleteiben jellemzően 50-60 vásárló tud bent tartózkodni, 60 bevásárló kocsi áll rendelkezésre, ugyanakkor volt, amikor 80-100, vagy akár több fogyasztó is megjelent az üzletekben. Arányos és tolerálható magatartás volt, amikor úgy döntött az üzlet vezetése, hogy korlátozzák a mennyiséget.

Az eljárás alá vont a kommunikációs eszközökben közölt akciós feltétel módosítása vonatkozásában előadta,

- annak érdekében, hogy valamennyi várható vásárlónak jusson áru, eleve már az akciós újságban korlátozta a megvásárolható mennyiséget,
- a maximálisan megvásárolható mennyiség vonatkozásában az átlagvásárló által jellemzően megvásárolt mennyiség többszörösét meghaladó korlátot határozott meg. A tapasztalati adatok nem támasztották azt alá, hogy magasabb mennyiséget kellett volna meghatározni. A kiskereskedők vásárolnak jellemzően nagyobb mennyiséget üzleteiben, egy átlagfogyasztó még akkor sem vásárol nagyobb mennyiséget, ha az adott áru olcsó,
- az akcióban résztvevő áruk megvásárolható mennyiségének minimális korlátja azt a szerepet töltötte be, hogy lehetőség szerint elkerüljék az üzletekben a tumultust, ne egyesével vásároljanak a fogyasztók, mivel ha kevés termék megvásárlására nyílik lehetőség, akkor tömegjelenetek lehetnek az üzletekben. A minimális mennyiséggel azt is igyekezett kifejezni, hogy az akció bizonyos korlátok között mozog, azzal természetesen, hogy az adott termék elérhető a fogyasztók számára az akciós feltételek szerint,

- az üzletek nem térhettek el az egyes termékek reklámújságban feltüntetett minimálisan, illetve maximálisan megvásárolható mennyiségeitől. Az akciós árat csak a minimális és maximális közötti mennyiségre biztosította, az akciós újságban megjelentek szerint. Kasszaszoftvere is ennek megfelelően lett beállítva. Az üzletek ebben módosítást végrehajtani nem tudtak, amennyiben valaki kevesebbet vagy többet vásárolt volna, mint a megadott mennyiségek, úgy nem az akciós áron vásárolta meg a termékeket. Arra ugyanakkor nem tudott magyarázatot adni, miként fordulhatott elő, hogy a Gazdasági Versenyhivatalhoz 2009. december 4-én megküldött beadványában (Vj-78-042/2009.) szereplő adatok szerint előfordult, hogy a maximálisként meghatározott mennyiségtől többet vagy a minimálisként meghatározott mennyiségnél kevesebbet vásárló fogyasztónak is az akciós árat kellett fizetnie. Arra is van számos példa, hogy nem teljesül az akciós feltétel, tehát az akciós mennyiségen kívül annál kevesebbet vagy többet vásárol a fogyasztó az adott termékből, s ilyenkor nem akciós áron jut a termékhez, hanem akción kívüli áron vásárolja azt meg,
- a maximális megvásárolható mennyiségnél az üzletek figyelemmel voltak arra, hogy lehetőség szerint ne vásároljon senki nagyobb mennyiséget. Ezt akként oldották meg, hogy a nagyobb érdeklődést kiváltó termékeket eleve az eladók osztották a vásárlóknak (külön többletlétszámmal készült az akciókra), felhívva a vásárlók figyelmét arra, hogy a maximális mennyiség feletti vásárlás már nem az akciós áron történik. A fentiek alapján tehát semmi értelme nem lett volna annak, ha valamelyik üzletben többet szeretett volna vásárolni a vásárló, mert a nagyobb mennyiséget már nem az akciós áron tudta volna csak megvásárolni,
- sérelmes, hogy 5-5 perc eladási adatai alapján tett megállapítást a Versenytanács előzetes álláspontja, annak vizsgálata nélkül, hogy valójában milyen korlátozás is történt, illetve több termék esetében a Versenytanács megállapításai az ételszerűséget sem veszik figyelembe (pl. ki az, aki maximális mennyiséget kíván vásárolni tojásból, amely rövid szavatossági idejű és nem tartható el, vagy fagyasztott zöldborsóból, amikor annak szezonális érési időszaka van és frissen is korlátlanul meg lehet vásárolni, vagy lisztből 20 kg-nál nagyobb mennyiséget, miközben az átlag háztartásban nem fogy el a szavatossági időn belül ekkora mennyiség sem). Az akció első öt percéből önmagában nem is lehet korlátozásra következtetni, mivel nem ismert, hogy például az a fogyasztó, aki a hatodik vagy nyolcadik percben jut a kasszához, az miként, mikor kapta meg a terméket, illetőleg egy ilyen öt percre vonatkozó intervallum esetében az sem tudható, hogy a hatodik-nyolcadik percben például milyen mennyiségű vásárlások történtek. Előfordulhat például egy olyan eset is az üzletekben, hogy helyi szinten olyan döntés születik, hogy aki keveset szeretne venni az adott termékből, az jöjjön előre, aki pedig sokat, az maradjon a végére. Ehhez kellene például az általa indítványozott tanúmeghallgatásokat lefolytatni,
- az akcióra szánt termékek közvetlenül az akciós időszakot megelőzően, 5-10 perccel korábban kerültek ki az eladótérbe, ahol külön személyzetet biztosított annak érdekében, hogy a kiszolgálás zavartalanul folyhasson, illetve, hogy a maximált, megvásárolható mennyiségeket semmi esetre léphessék túl a vásárlók. A legtöbb terméknél nem is volt semmilyen probléma, a sajt kapcsán azonban több üzletben tömeghisztéria alakult ki. Bár gondosan készletezett, arra nem számított, hogy az egyébként jellemezően alacsony forgalmú időszakban (a sajt esetében nem is normál nyitvatartási időben) olyan mértékű vásárlói igény jelentkezik, mint amekkora végül kialakult,
- bármilyen korlátozás nyilvánvalóan csak azért történhetett, ha történt egyáltalán, mivel adott esetben az előre nem látható vásárlói érdeklődés ezt szükségessé tette. Ha például azzal szembesül egy üzlet, hogy vásárlók százai állnak sorba a csak és kizárólag ezért a termékért, akkor az adott helyzetben elvárható magatartás az, hogy minél több vásárló részére igyekszik az üzlet biztosítani a termék elérhetőségét.

Minthogy a vásárlók egyes üzletekben tapasztalt rohama a termék szokásos kiszolgáltatását lehetetlenné tette, hiszen mind a vásárlók, mind a munkavállalók testi épségének védelme érdekében valamilyen módon valamiféle rendet kellett tartani az üzletben. Amennyiben a vásárlók azt tapasztalják, hogy nekik is biztosan fog jutni termék, akkor az addig tapasztalt agresszív magatartásukat megváltoztatják mind a többi vásárlóval, mind a munkavállalókkal szemben,

- sérelmes, hogy a Versenytanács előzetes álláspontjában csak példálózó jelleggel kerültek felsorolásra üzletek és megállapítások, megakadályozva ezáltal azon joga gyakorlását, hogy védekezését teljes körűen előterjeszthesse. Minden olyan esetet fel kell sorolni az előzetes álláspontban, amelyet a Versenytanács jogsértőnek tart, a példálózás egyfajta homályba burkolja a Versenytanács valós álláspontját. Ennek következtében minden további nélkül előfordulhat, hogy a példálózó felsorolásban nem szereplő, ám a Versenytanács által mégis jogsértőnek ítélt magatartással szemben nem áll módjában érdemi védekezés előterjeszteni,
- vitatja, hogy a Gazdasági Versenyhivatal rendelkezésére álló adatok alapján bármilyen korlátozás megállapítható lenne. Önmagában az a körülmény, hogy egyes üzletekben az akciós időszak első 5 percében senki nem vásárolt maximális mennyiséget, nem teremt kellő alapot annak megállapításához, hogy ez valamiféle korlátozás eredményeként történt volna így. Különösen vonatkozik ez azon esetekre, ahol maga a Versenytanács sem jelzett fogyasztói panaszt,
- álláspontja szerint nem volt szó hibáról, főleg nem rendszerhibáról, amely bármelyik üzletben megnyilvánulhatott. Amennyiben korlátozásra került volna sor, úgy annak oka nyilvánvalóan csak az lehetett volna, hogy minél több vásárló kerüljön kiszolgáltatásra az adott esetben nem várt és nem várható keresletre tekintettel. Egy ilyen lépés az eljárás alá vont részéről mindennek minősíthető, csak rendszerhibának nem, már amennyiben bárhol is sor került korlátozásra. Kiemelendő továbbá, a rendszerhiba általánosságban történő megállapítása azért sem lehet helytálló, mivel a Versenytanács által jelentős részben ugyanazon üzletek kerültek megemlítésre több termék esetében is,
- az is vitatható, hogy egyes üzletek adott esetben önkényesen határozhatták meg az adott termékből megvásárolható maximális mennyiséget (azzal, hogy más helyen az előzetes álláspont által hivatkozott üzletvezetők központi utasításról beszélnek, amely két megállapítás egymással ellentétben áll),
- a Versenytanács szerint az eljárás alá vont az üzlethálózatban érvényesülő egységes marketing tevékenység mellett nem tudja biztosítani azt, hogy az akció egységesen, valamennyi üzletében a fogyasztóknak előzetesen nyújtott tájékoztatással összhangban kerüljön lebonyolításra. Ez a megállapítás figyelmen kívül hagyja azt, hogy nincs is tisztázva, pontosan mi is történt, s az sem, hogy miért. Amennyiben a mennyiségek korlátozásra kerültek, úgy annak okát tisztázni kellett volna, mert csak így alakítható ki annak helyes jogi megítélése. Minderre azonban mindeddig nem került sor. Ennek hiányában viszont ennek a megállapításnak nincsen alapja,
- az általa becsatolt adatok azt igazolják, hogy nem követett el jogsértést. Az adott üzletekben és termékek esetében történt a megadott maximum mennyiségnek megfelelő (ezen túlmenően ahhoz közeli) értékesítés,
- a sajt kapcsán e körben is külön is figyelembe veendő, hogy
 - nem életszerű az az álláspont, amely szerint maximum mennyiségeket kellett volna alapul venni a készlet meghatározásakor, hiszen a sajt rövid szavatossági idejű termék, s a célcsoport, az átlagháztartás nem fogyaszt el még 2-3 kg sajtot sem annak szavatossági idején belül. Még ha lett volna is korlátozva a sajt eladási mennyisége az akciós újságban meghatározott mennyiséghez képest, a fogyasztót akkor sem készíthette az eljárás alá vont arra, hogy olyan ügyleti döntést hozzon, amelyet egyébként nem hozott volna meg, hiszen 1-2

darab sajtért is éppúgy meghozta volna a fogyasztó ezt a döntést. Ebből eredően pedig az sem állapítható meg, hogy egy esetleges korlátozás alkalmas lenne arra, hogy a fogyasztókat olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hoztak volna meg. Ha az lett volna az akciós újságban meghirdetve, hogy legfeljebb egy darab/fő a megvásárolható mennyiség, a fogyasztók akkor is nyilvánvalóan ugyanúgy meghozták volna azt az ügyleti döntést, hogy sajtot kívánnak vásárolni,

- nem mellőzhető annak a körülménynek az értékelése sem, hogy a maximum megvásárolható mennyiség szokásos jelentése, a szórólap egyéb közlései, valamint az átlagos háztartás hosszú évek óta a sajt vásárlásával kapcsolatosan tapasztalt magatartása alapján célja nem az volt, hogy maximális mennyiségekkel szolgáljon ki minden egyes vásárlót, hanem az, hogy minél több vásárlónak juthasson a termékből, a tömeges vásárlások kizárásával. Mindez nem értékelhető a terhére,
- nem ismert előtte, hogy mi lett volna az a más magatartás, amellyel számolnia kellett volna. Egy időben igen korlátozott akció esetében azzal kell számolni, hogy többszörös mennyiség is elfogyhat, s ezzel számolt is, mivel ennek megfelelően készült fel az akcióra. Azzal azonban kellő gondossággal eljárva sem kellett számolnia, hogy egyes helyeken a sajt kapcsán agresszív vásárlói magatartás lesz, hogy a vásárlók munkatársait és egymást is bántalmazzák. A sajt ára kedvezményes volt, de nem olyan mértékben, ami ilyen magatartást előrevetített volna. S minthogy az üzletnek vagy egy objektív áteresztőképessége (bevásárlókocsik száma, kasszák áteresztőképessége véges, a termék polcához nem fér oda egyszerre több tíz vagy több száz vásárló), megfelelően járt el,
- az akciós mennyiség korlátozása vonatkozásában is valamilyen előreláthatóságnak kell teljesülnie a jogsértés körében, így előre kellett volna tudnia azt, hogy nem fogja tudni szolgáltatni adott mennyiségben a termékeket, ez azonban a jelen esetben nem áll fenn,
- az általa szolgáltatott adatokból jól látható, hogy a kezdő időpontokban is eltérő mennyiségek fogytak. Példaként említhető a zsemle és a kifli, ahol voltak fogyasztók, akik csak 2-3 darabot vásároltak az adott termékből, de volt, aki a maximumot, 50 darabot vett meg. Nemcsak a zsemle és a kifli, hanem a többi termék esetében sem látja igazoltnak a Versenytanács álláspontját az adatok áttekintése után. A vásárlók egyéni igényeiknek megfelelően vásárolhattak. Az akciós áru esetében is ingadozó volt a kereslet a maximum és a minimum között,
- a Versenytanács előzetes álláspontjában található konkrét esetek taxatív jelleggel szerepelnek. Az is feltételezhető, hogy összesen 173-szor 13 esetben lett volna lehetősége arra, hogy valamilyen hibát elkövessen [az eljárás alá vont 173 üzlettel rendelkezik, az akcióban 13 áru vett részt]. Még ha elfogadásra is kerülne a Versenytanács álláspontja, akkor is csak pár üzlet esetében lenne megállapítható valamilyen hiba elkövetése, s ez nem értékelhető rendszerhibaként. Emellett a pár üzleten belül is vannak üzletek, amelyek visszatérően vannak jelen, tehát ugyanazon üzletekről van szó. A tényleges megvalósulás száma nem olyan terhelő rá nézve, mint ahogyan azt a Versenytanács előzetes álláspont megfogalmazta,
- nem mellőzhető az egyes üzletek földrajzi elhelyezkedése sem, hiszen ez eltérő fogyasztói magatartást vonhat maga után, például jelentőséggel bír, hogy családi házas környéken vagy lakótelepen helyezkedik-e el az adott üzlet. Így például a két veszprémi üzlet esetében nem volt indoka annak, hogy az üzlet bármilyen korlátozást bevezessen. Végeredményben körülbelül azonos mennyiséget is árusítottak az akciós termékekből, ugyanakkor más-más helyen helyezkednek el és eltérő fogyasztói magatartás valósul meg az esetükben. Vannak heterogenitások egy-egy üzlet esetében,

ugyanakkor nem feltétlenül minden egyes üzletben vásárolnak eltérő mennyiséget a fogyasztók,

- nem mellőzhető körülmény, hogy a kedvezményekből sok fogyasztó részesült.

IV. Jogi háttér

12. 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.

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.

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 alapelvének 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. §). A (4) bekezdés rögzíti, hogy az Fttv. mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

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).

Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az 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.

Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja 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 áru lényeges jellemzője tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

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.

13. 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. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.

Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

V.

A Versenytanács döntése

Csalogató reklám

14. 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”).

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.

15. A Versenytanácsnak tehát először azt kellett megítélnie, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. mellékletének valamely pontja alapján ítélendő-e meg.

A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által az akcióra történő felkészülése kapcsán tanúsított magatartása elsődlegesen az Fttv. mellékletének 5. pontja alapján értékelendő.

16. Ahhoz, hogy egy kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és mellékletének 5. pontjára tekintettel az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütközzék, szükséges, hogy

- a kereskedelmi gyakorlat áru meghatározott áron való vásárlására irányuló felhívásnak minősüljön,
- a vállalkozásnak alapos oka legyen azt feltételezni, hogy
 - az adott árut vagy
 - az azt helyettesítő árut
- a kínált áron nem fogja tudni (az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel) megfelelő
 - időtartamig és
 - mennyiségbenszolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni, és
- ezt a körülményt a vállalkozás hallgassa el a fogyasztók elől.

17. A Versenytanács előjáróban aláhúzza,

- az Fttv. mellékletének 5. pontjából megállapíthatóan létezik nem jogsértő készlethiányos állapot. A fogyasztónak nincs alanyi joga arra, hogy a kommunikációs eszközben reklámozott terméket az ott meghatározott időtartam alatt megvásárolhassa,
- az Fttv. mellékletének 5. pontjából nem lehet „készlet-garanciát” levezetni, azaz az Fttv. mellékletének 5. pontjára alapítottan nem várható el a vállalkozástól, hogy az adott időtartam (így különösen az akció teljes ideje) alatt garantálja a reklámozott vagy az azt helyettesítő áru szolgáltatását. Az Fttv. mellékletének 5. pontja azt a követelményt fogalmazza meg, hogy a vállalkozás megfelelően készüljön fel a kereskedelmi kommunikációban tett ígéret teljesítésére, azaz az vizsgálandó, hogy a vállalkozás a vásárlásra felhívás meghirdetésekor alappal feltételezhette-e, hogy az adott vagy az azt helyettesítő árut megfelelő időtartamig és mennyiségben tudja-e majd szolgáltatni.

18. 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 a vizsgálattal érintett kommunikációs eszközök révén az eljárás alá vont vásárlásra felhívást tett közzé, lehetővé téve az áru fogyasztó általi megvásárlását úgy, hogy ehhez a fogyasztó számára nem volt szükséges további információk rendelkezésre állása.

19. Az eljárás alá vont által teljesített adatszolgáltatások alapján rendelkezésre álló adatokból a trappista sajt kivételével nem lehet arra a következtetésre jutni, az eljárás alá vont alapos okkal azt feltételezhette volna, hogy a reklámokban megjelölt 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 a reklámokban megjelölt vagy azt helyettesítő árukat. A sajt vonatkozásában ugyanakkor a Versenytanács ettől eltérő meggyőződésre jutott.

20. Az eljárás alá vont által szolgáltatott adatokból ismert, hogy

- adott árak mellett miként alakult a trappista sajt heti fogyása 2008 elejétől,
- az akcióra történő felkészülés során az eljárás alá vont milyen mennyiségű trappista sajtjal készült fel az akcióra,
- az egyes üzletek milyen mennyiségű sajtot kaptak az akció lebonyolítására,
- figyelemmel az egy fogyasztó által a kommunikációs eszközökben meghatározottak szerint megvásárolható mennyiség maximális mértékére a tervezett mennyiségnek minimálisan hány fogyasztó számára kellett elégnek lennie.

21. Az adatokból megállapíthatóan

- a 2008. év 1. hete és a 2009. év 22. hete közötti időszakban nem volt olyan hét, amikor az eljárás alá vont a „13 éves akció” során alkalmazott 579 Ft/kg árat alkalmazta volna. Az adott időszakban az ár 749-1.049 Ft/kg között alakult. A 2009. évben az átlagár 938 Ft volt. Az 579 Ft/kg ár igen jelentős mértékű kedvezményes árnak minősül, amely kapcsán nyilvánvalóan az átlagot meghaladó fogyasztói érdeklődés vélelmezhető, különös tekintettel arra, hogy az akció fogyasztók széles körét elérő kommunikációs eszközökben történő szerepeltetése egyébként is alkalmas volt a fogyasztói érdeklődés felkeltésére,
- nem felelt meg a valóságnak az eljárás alá vont azon előadása, hogy az egy hetes mennyiség többszörösét rendelte meg az akció lebonyolítása érdekében. A 2008. év 1. hete és a 2009. év 22. hete közötti időszakban volt olyan hét, amikor a jelen eljárásban vizsgált akció során alkalmazott 579 Ft/kg árnál 80%-kal magasabb áron, 1.049 Ft/kg ellenében árusított trappista sajtból a jelen akcióban tervezettnél lényegesen több fogyott el. A Versenytanács (utalva eljárás alá vont nyilatkozatára) nem vitatja, hogy általában egy egész hetes mennyiséget nem lehet eladni egy óra alatt, ugyanakkor az eljárás alá vont nem hagyhatta volna figyelmen kívül, hogy saját döntésének eredményeként a széles körben népszerűsített, jelentős kedvezményt kínáló akciót egyetlen egy órára korlátozta, s ezen egyetlen órát nem egy egész hetet felölelő akció egy órájával kellett volna összehasonlítani, hanem az eljárás alá vont által generált várható kereslettel,
- a tervezett mennyiség úgy az üzlethálózat, mint az egyes üzletek szintjén relatíve kevés fogyasztó vásárlását tette lehetővé. Ha a fogyasztók minden esetben a maximális mennyiséget vásárolták volna meg a trappista sajtból, akkor a tervezett mennyiség boltonként kevesebb, mint két tucat fogyasztó vásárlására volt elég, miközben például a finomliszt esetében ez a szám ennek több mint a négyszerese, a tojás esetén közel a négyszerese volt. Mivel a fogyasztók áru iránti kereslete az eljárás alá vont előadása szerint is heterogén, az akcióra való felkészülés során természetesen nem lett volna elvárható, az eljárás alá vont azzal számoljon, hogy minden egyes fogyasztó a maximális mennyiséget vásárolja, mindazonáltal ez az arányszám is arra

világít rá, hogy az eljárás alá vont nyilvánvalóan elégtelen mennyiségű áruval készült fel az akció lebonyolítására, amelyet neki is előre kellett látnia. A felkészülés során figyelembe vett mennyiség ugyanakkor annak tükrében is kevésnek minősül, hogy az eljárás alá vont által megküldött adatok rámutatnak, a mesterséges korlátozást (lásd a 30. és az azt követő pontokat) érvényre nem juttató esetekben az egyes fogyasztók által az igen kedvező áru termékből megvásárolt mennyiség átlagosan magas volt [pl. az akció első 5 percében az 59. számú üzletben (Szarvas) a fogyasztók átlagosan 6,44 kg sajtot vásároltak, a 72. számú üzletben (Balmazújváros) a fogyasztók átlagosan 6,05 kg sajtot vásároltak, a 84. számú üzletben (Püspökladány) a fogyasztók átlagosan 7,41 kg sajtot vásároltak]. Az eljárás alá vontnak az akcióra történő felkészülés során, figyelemmel az akció általa teremtett körülményeire (így különösen az akció széles körben történő népszerűsítésére, az igen kedvező akciós árra és az akciós időtartam egy órára történő leszűkítésére) nyilvánvalóan nem azzal kellett számolnia, hogy a fogyasztók egy darab sajtot fognak megvásárolni. Erre mutat rá az is, hogy az eljárás alá vont egy maximális megvásárolható mennyiség rögzítését látta szükségesnek, azt nem 2 vagy 5, hanem 10 kg-ban meghatározva.

A fenti, az eljárás alá vont előtt az akciót népszerűsítő, vásárlására felhívásnak minősülő kommunikációs eszközök alkalmazását megelőzően nyilvánvalóan ismert adatok alapján az eljárás alá vontnak alapos okkal azt kellett volna feltételeznie, hogy az akcióban kínált sajtot nem tudja majd az általa generált keresletnek megfelelően szolgáltatni. Ezt a körülményt az eljárás alá vont nem szerepeltette a kommunikációs eszközökben, elhallgatta a fogyasztók előtt.

22. Az eljárás alá vont előadásaira figyelemmel a Versenytanács kiemeli, az eljárás alá vontnak az akcióra való felkészülést szolgáló árukészlet mennyisége kapcsán tett előadásaiban ellentmondások mutatkoznak:

Az eljárás alá vont

- a Vj-78-003/2009. számú irat 2. számú mellékletében közölte azt az (üzleti titoknak minősülő) mennyiséget, amellyel számolt az akció tervezése során,
- adatszolgáltatásából megállapíthatóan a ténylegesen beérkezett mennyiség ennél néhány százalékkal kevesebb volt,
- a Versenytanács 2009. december 8-i tárgyalásán ismertette, hogy az egyes üzletek hány karton sajtot kaptak az akcióra való felkészülés jegyében, azt is közölve, hogy az üzletek nem minden esetben jutottak a maximális mennyiséghez, egyes üzletek a maximális mennyiség 70-80-90%-ában részesültek (Vj-78-043/2009.). Az eljárás alá vont szolgáltatott adatokból az is megállapítható, hogy egy átlagos sajt milyen tömeggel bír. A Versenytanács (az eljárás alá vont számára kedvező becslést elfogadva) egy darab egész sajt tömegét 1,6 kg-ban határozta meg.

A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont által közölt, a szállítótól ténylegesen beérkezettként ismertett árukészlet mennyisége csak akkor valósulhatott meg, ha mind a 173 üzletbe a maximális mennyiség került volna kiszállításra, amelynek ugyanakkor az eljárás alá vont tárgyaláson tett előadása ellentmond.

E körben a Versenytanács nem tartott szükségesnek további, az eljárás elhúzódását eredményező bizonyítást, mivel

- az eljárás alá vont számára kedvező adatokat (az akció tervezése során számolt, illetve a ténylegesen beérkezett árumennyiségekkel kapcsolatos, a tárgyalást megelőzően tett előadásokat) fogadta el,
- az ismert adatok alapján is az volt megállapítható, hogy az eljárás alá vont
 - elégtelen, az áru megfelelő mennyiségben történő szolgáltatását lehetővé nem tevő árukészlettel készült fel az akció megtartására, s
 - ennek előtte is tudottnak kellett lennie, mindazonáltal
 - erről nem tájékoztatta a fogyasztókat.

23. Nem megalapozott eljárás alá vontnak az a semmivel sem bizonyított állítása, amely szerint az akció lezárultát követően a sajtból rendelkezésre álló készlet 10%-a megmaradt.

Üzletenként és az üzlethálózat egészének szintjén egyaránt ismert, hogy milyen mennyiségű áru érkezett az akcióra való felkészülés jegyében, s az is ismert, hogy az akciót megelőzően, illetve az akció alatt mennyi sajt megvásárlására került sor. Az eljárás alá vont által közölt szállítótól beérkezett és az értékesített árumennyiség nem igazolja eljárás alá vont 10%-os maradványra vonatkozó állítását.

Megjegyzi a Versenytanács, önmagában a maradvány léte sem szüntetné meg a jogsértést, mivel az üzlethálózat szintjén esetlegesen megmutatkozó maradvány sem zárja azt ki, hogy az üzletek egy részében elégtelen legyen az akciós készlet (pl. lehetséges, hogy az adott, 10 üzlettel rendelkező vállalkozás az akciós készlet 50%-át az egyik üzletbe juttatja el, s míg 9 üzletben elfogy az áru, ebben az egyetlen egy üzletben megmarad az üzlethálózat készletének 10%-a, s így az üzlethálózat szintjén kimutatható valamilyen megmaradt árukészlet, miközben ez csak egyetlen egy üzletet takar).

Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megalapozatlannak ítélte az eljárás alá vontnak az Fttv. mellékletének 5. pontjával kapcsolatos előadását is. A magatartás értékeléséhez nem volt arra szükség, hogy a Versenytanács üzletenként értékelje az Fttv. melléklete 5. pontjának megvalósulását, mivel a rendelkezésre álló adatokból egyértelműen megállapíthatóan volt, hogy az üzlethálózat szintjén megvalósult a jogsértés.

24. Az eljárás alá vontnak a pénztárak áteresztőképességével kapcsolatos előadására tekintettel a Versenytanács aláhúzza, az egyetlen egy órára leszűkített, igen jelentős mértékű árkedvezményt az alkalmazott kommunikációs eszközök révén széles körben ismertén kínáló akcióra nem a csúcsidőszakban, nem „normál” vásárlásként kerül sor, s így alappal volt feltételezhető, hogy az üzletekbe betérő fogyasztók vásárlásai az akciós termékre fognak koncentrálni, s a sajt mellett kevesebb más terméket fognak vásárolni (amely az eljárás alá vont előadása szerint meg is valósult), amely egyben azt is jelenti, hogy egy pénztár előreláthatóan nem csak maximum 20 fő kiszolgálásra lesz képes (maga az eljárás alá vont is akként nyilatkozott az eljárás során, hogy külön többletlétszámmal készült fel az akcióra, amelyet igazolnak a becsatolt adatok, hiszen azokból megállapíthatóan jellemzően 2-4 pénztár működött az üzletekben). Ez be is igazolódott, hiszen például az akció első 5 percében, azaz nem is egy óra alatt a 30. számú üzletben (Miskolc) 64 fogyasztó, a 80. számú üzletben (Sárbogárd) 72 fogyasztó, a 91. számú üzletben (Törökszentmiklós) 45 fogyasztó, a 124. számú üzletben (Dombóvár) 42 fogyasztó, a 130. számú üzletben (Mátészalka) 48 fogyasztó, a 142. számú üzletben (Zalaegerszeg) 51 fogyasztó fizetett a pénztáraknál.

A Versenytanács szerint a fentiek alapján az eljárás alá vont a fogyasztók széles körét elérő kommunikációs eszközökben népszerűsített, igen nagy árkedvezménnyel kínált áru kapcsán nem indulhatott volna ki abból, hogy korábban vasárnap 19 és 20 óra között igen kis forgalmat bonyolítottak le üzletei, s ez az akció időtartama alatt is így lesz.

25. Az eljárás alá vont előadása szerint nem kellett tömeghisztériás jelenetekkel számolnia.

Ezzel összefüggésben a Versenytanács kiemeli,

- az eljárás alá vontnak az akciótartás olyan módja mellett is dönthetett volna, amely nem hordozza magában a fogyasztók igen nagy számát elérő kommunikációs eszközök által támasztott fogyasztói keresletet egyetlen egy órába besűrítő akció nyilvánvalóan meglévő kockázatát, s megfelelően fel kellett volna készülnie az akció lebonyolítására,
- az eljárás alá vont figyelmen kívül hagyta azt a körülményt, hogy a kedvező áron meghirdetett áruk fogyasztók általi elérhetősége időben igen korlátozott volt volt, amely esetén nyilvánvalóan más fogyasztói magatartással kell számolni, mintha az akció például 1 héten keresztül tart,
- egy nem kellő átgondolással megszervezett és lebonyolított akcióért való felelősséget az eljárás alá vont nem háríthatja át a fogyasztókra, akiknek nyilvánvalóan nem volt beleszólásuk abba, hogy az eljárás alá vont milyen akció megtartása mellett dönt, azt milyen feltételekkel, miként bonyolítja le.

A „tömegjelenetekre” való hivatkozás kapcsán a Versenytanács emlékeztetni kíván az eljárás alá vont azon előadására is, amely szerint üzleteiben jellemzően egyszerre 50-60 vásárló tud bent tartózkodni, 60 bevásárló kocsi áll rendelkezésre, így az eljárás alá vontnak erre a körülményre is tekintettel kellett volna lennie az akció kapcsán.

26. A Versenytanács nem vitatja az eljárás alá vontnak azt az előadását, hogy célja volt, ne a kiskereskedők vásárolják fel a készleteket, mert nem nekik szánta az akciót. Mindazonáltal maga az eljárás alá vont határozta meg a fogyasztók által megvásárolható maximális mennyiséget, amelynek meghatározása során nyilvánvalóan abból indult ki, hogy az megfelelő nagyságú, azt az általa megcélzott fogyasztó kör megvásárolhatja.

Megjegyzi a Versenytanács, azon üzletek közül több esetében, ahol a rendelkezésre álló adatok szerint a fogyasztóknak nem kellett szembesülniük a megvásárolható mennyiség korlátozásával (pl. 59., 72. és 84. számú üzlet), a fogyasztók által megvásárolt átlagos mennyiség jellemzően a maximális mennyiséghez közelebb volt, mint a minimális mennyiséghez (lásd a 21. pontot).

27. A Versenytanács nem fogadta el az eljárás alá vontnak azt a vélekedését, hogy a sajt rövid szavatossági idejű termék, s a célcsoport nem fogyasztja el a maximálisan megvásárolható mennyiségeket. A Versenytanács szerint nem életszerűtlen abból kiindulni, hogy egy átlagos, mélyhűtővel rendelkező háztartás számára valós alternatíva az igen kedvező áron kínált 10 kg sajt megvásárlása.

28. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, a „13 éves akció” keretében 2009. június 7-ére meghirdetett trappista sajt vonatkozásában a vásárlásra felhívás közzétételekor az akkor is rendelkezésre álló adatokból alappal kellett feltételeznie az eljárás alá vontnak, hogy a reklámozott trappista sajtot vagy az azt helyettesítő árut nem fogja tudni szolgáltatni, figyelemmel az alkalmazott kereskedelmi kommunikáció révén elért fogyasztói kör nagyságára és a fogyasztók széles köre számára igen vonzó 579 Ft/kg ajánlati árra. Az eljárás alá vont a vásárlásra felhívás közzétételekor ezt a körülményt figyelmen kívül hagyta,

s elhallgatta a fogyasztók előtt. Az akcióra történő felkészülés hiányosságait a Versenytanács előtt ismert fogyasztói panaszok is egyértelműen alátámasztják.

Az eljárás alá vont e magatartásával fogyasztókkal szembeni, [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és az Fttv. mellékletének 5. pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköző tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

29. A Versenytanács megjegyzi, a vállalkozásokat önmagában „a készlet erejéig” és más hasonló tartalmú kijelentések alkalmazása nem mentesíti a jogsértés alól, ha

- az adott árut a vállalkozás a kínált áron nem tudta (az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel) megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni, és
- a vállalkozás előtt a kereskedelmi kommunikáció közzétételekor ismertnek kellett lennie, hogy az adott árut a kínált áron nem fogja tudni szolgáltatni, azonban
- ezt a körülményt a vállalkozás a fogyasztók előtt elhallgatta.

A kommunikációs eszközökben közölt akciós feltétel módosítása

30. Az Fttv. mellékletének 5. pontja nem szükségszerűen fedi le egy kereskedelmi gyakorlat minden, az Fttv. alkalmazásának körében jelentőséggel bíró elemét, s így nincs akadálya annak, hogy a kereskedelmi gyakorlatnak a melléklet 5. pontja által nem érintett eleme az Fttv. más rendelkezéseit szem előtt tartva kerüljön elbírálásra.

31. A valamely áru kedvezményes áron történő megvásárlását lehetővé tevő akció keretében értékesített áru lényeges, a fogyasztók ügyeleti döntésének befolyásolására alkalmas jellemzője, hogy az adott áruból milyen mennyiség vásárolható meg az akciós áron.

32. Az eljárás alá vont vizsgált magatartásának értékelésekor a Versenytanács szem előtt tartotta, hogy az eljárás alá vont interneten is közzétett akciós újságjai, plakátjai nem egy, a fogyasztói döntési mechanizmus vonatkozásában (pl. életkori sajátosságok vagy különleges fogyasztói ismeretek által) pontosan körülírható tulajdonságokkal bíró fogyasztói csoport tagjaihoz jutottak el. Ennek megfelelően a Versenytanács az eljárás alá vont által nyújtott tájékoztatások mindennapi életben azon fogyasztók által elfogadott jelentését, üzenetét vette figyelembe, akik az adott helyzetben, a tájékoztatások észlelésekor ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel járnak el.

33. Amint azt az eljárás alá vontnak a 2009. december 8-i versenytanácsi tárgyaláson tett nyilatkozata is alátámasztja, a fogyasztók által valamely áruból megvásárolt mennyiség alapvetően heterogenitást mutat. A Versenytanács álláspontja szerint ez a fogyasztói magatartás az ésszerű, általánosan érvényesülő. Ezt támasztják alá az eljárás alá vont által szolgáltatott adatok is, így például a fogyasztók által

- az akció első 5 percében a sajtóból a 89., a 72. vagy a 84. számú üzletben, a Durafood búzafinomlisztből a 135. és a 136. számú üzletben, az egri bikavérből a 68. számú üzletben,
- az akció ideje alatt a Durafood búzafinomlisztből a 74. számú üzletben, az egri bikavér esetében a 147. számú üzletben (lásd a 38. pontot)

megvásárolt mennyiségre vonatkozó adatok.

A jelen eljárásban beszerzett bizonyítékokból megállapíthatóan ugyanakkor a fogyasztók az akció során nem mindig ilyen magatartást tanúsítottak, az általuk az adott áruból megvásárolt mennyiség egyes esetekben nem heterogenitást, hanem alapvetően homogenitást mutat. A rendelkezésre álló bizonyítékok erre semmilyen más ésszerű magyarázatot nem adtak, csak azt, hogy az eljárás alá vont egyes üzleteiben a fogyasztók által megvásárolható mennyiség az eljárás alá vont részéről befolyásolás alá esett oly módon, hogy a kommunikációs eszközökben korábban közöltekhöz képest alacsonyabb mértékben került maximálásra. Az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata az ilyen magatartásokat nem zárta ki, erre lehetőséget adott, s az előzetesen közölttől eltérő mértékű mennyiségi korlátozásokra több üzletben ténylegesen sor is került (ennek kivitelezése nem ütközhetett különösebb akadályba, hiszen az eljárás alá vont ismertette, hogy a nagyobb érdeklődést kiváltó termékeket eleve az eladók osztották a vásárlóknak). Ezt támasztják alá az alábbiakban kifejtettek szerint

- az egyes üzletek eladásaira vonatkozó adatok,
- a Versenytanács előtt ismert fogyasztói panaszok,
- az eljárás alá vont egyes munkavállalói által a fogyasztói panaszokkal kapcsolatban tett nyilatkozatok.

34. Az eljárás alá vont a Versenytanács kifogásának alapjául szolgáló fogyasztói magatartásra semmilyen ésszerű magyarázattal nem tudott szolgálni, azzal, hogy

- a sajt vonatkozásában lényegében maga az eljárás alá vont sem tagadta, hogy egyes üzleteiben sor került mennyiségi korlátozásokra,
- teljesen életszerűtlen az eljárás alá vont azon előadása, amely szerint a fogyasztók által megvásárolt árumennyiségek homogenitása mögött egy helyi szinten meghozott olyan döntés állhatott, hogy „aki keveset szeretne venni az adott termékből, az jöjjön előre, aki pedig sokat, az maradjon a végére.”

35. A Versenytanács előtt ismert, hogy

- az adott akcióban érintett termékből
- az akciós időszak (2, illetve 1 óra) első 5 percében, illetve az időszak vége előtt 10-15 perccel,
- hány fogyasztó,
- fogyasztónként milyen mennyiséget

vásárolt, azzal, hogy egyes üzletek esetében az eljárás alá vont 2009. december 4-i nyilatkozatából (Vj-78-042/2009.) ismert az is, hogy az

- az adott akcióban érintett termékből az akciós időszak egy hosszabb időszakában hány fogyasztó, s fogyasztónként milyen mennyiséget vásárolt.

36. Az adott áru kapcsán érvényesített akció első 5 percében megvalósult vásárlásokra vonatkozó adatok szerint

- a sajt esetében az üzletek több mint a fele esetében kizárólag 1-2 kg (azaz 1 darab) sajtot vásároltak, így 1-2 kg között (azaz egy darab sajtot) vásárolt például
 - a 30. számú üzletben (Miskolc) mind a 64 fogyasztó
 - a 80. számú üzletben (Sárbogárd) mind a 72 fogyasztó,
 - a 91. számú üzletben (Törökszentmiklós) mind a 45 fogyasztó,
 - a 124. számú üzletben (Dombóvár) mind a 42 fogyasztó,
 - a 130. számú üzletben (Mátészalka) mind a 48 fogyasztó,
 - a 142. számú üzletben (Zalaegerszeg) mind az 51 fogyasztó.
- a Durafood búzafinomliszt esetében a vásárolható mennyiség minimum 4 kg-ban és maximum 20 kg-ban került meghatározásra, s például
 - a 75. számú üzletben (Eger) 26 fő vásárolt, mindegyik 10 kg-ot,
 - a 86. számú üzletben (Ózd) 39 fő vásárolt, mindegyik 10 kg-ot,
 - a 94. számú üzletben (Gárdony) 13 fő vásárolt, mindegyik 10 kg-ot,

- a 137. számú üzletben (Enying) 18 fő vásárolt, mindegyik 10 kg-ot,
- a 145. számú üzletben Barcs 10 fő vásárolt, mindegyik 10 kg-ot.
- az egri bikavér esetében a vásárolható mennyiség minimum 2 darabban és maximum 6 darabban került meghatározásra, s például
 - a 28. számú üzletben (Székesfehérvár) 21 fő vásárolt, mindegyik 2 üveget,
 - a 147. számú üzletben (Bátonyterenye) 17 fő vásárolt, mindegyik 2 üveget,
- a fogyasztott zöldborsó (Vj-78-005/2009/10/2.) esetében a vásárolható mennyiség minimum 2, maximum 10 csomagban került meghatározásra, s például
 - a 86. számú üzletben (Ózd) 20 fő vásárolt, mindegyik 3 csomagot,
 - a 94. számú üzletben (Gárdony) 14 fő vásárolt, mindegyik 4 csomagot,
- a Richelieu gyöngyözőbor (Vj-78-005/2009/11/1/2.) esetében a vásárolható mennyiség minimum 2, maximum 10 üvegben került meghatározásra, s például
 - a 86. számú üzletben (Ózd) 33 fő vásárolt, mindegyik 2 üveget.

37. A korlátozás nemcsak az akció elején érvényesülhetett, hanem az akció időtartama alatt bármikor, nyilvánvalóan annak függvényében, hogy az eljárás alá vont munkatársai miként értékelték a fogyasztói keresletet és a rendelkezésére álló készlet nagyságát:

- a trappista sajt esetében ismertek a 19.45 és 19.50 közötti eladások (Vj-78-016/2009/5/1.), s több üzletben a megvásárolt árumennyiség homogenitást mutat, így például a 13. számú üzlet (Karcag), a 42. számú üzlet (Budapest), a 45. számú üzlet (Mezőberény), a 158. számú üzlet (Szerencs) esetében, ahol a fogyasztók mindegyik egy darab terméket vásárolt,
- a 2009. június 6-án akciós áron értékesített tojás (minimum 2, maximum 10 doboz) esetén 8.45 és 8.50 között (Vj-78-015/2009/7/2.) például
 - a 8. számú üzletben (Tatabánya) 8 fő vásárolt, mindegyik 2 dobozt,
 - a 10. számú üzletben (Veszprém) 24 fő vásárolt, senki sem vásárolt 5 doboznál többet (19 fő vett 3 dobozt),
 - a 28. számú üzletben (Székesfehérvár) 40 fő vásárolt, senki sem vásárolt 5 doboznál többet (19 fő vett 5 dobozt),
 - a 35. számú üzletben (Hatvan) 18 fő vásárolt, senki sem vásárolt 5 doboznál többet,
 - a 68. számú üzletben (Gyula) 16 fő vásárolt, senki sem vásárolt 5 doboznál többet,
 - a 86. számú üzletben (Ózd) 25 fő vásárolt, senki sem vásárolt 5 doboznál többet,
- a 2009. június 7-én 8 és 10 óra között akciós áron értékesített fagyasztott zöldborsó (minimum 2, maximum 10 darab) esetén 8.45 és 8.50 között (Vj-78-015/2009/10/2.)
 - a 86. számú üzletben (Ózd) 6 fő vásárolt, mindenki 3 darabot.

38. Az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontját illetően előadta, hogy az akció első öt percéből önmagában nem is lehet korlátozásra következtetni, s 2009. december 4-én hosszabb időtartamra vonatkozó vásárlási adatokat nyújtott be (Vj-78-042/2009.).

A Versenytanács nem osztotta az eljárás alá vont előadását. Nyilvánvalóan a fogyasztói döntési folyamatokba való beavatkozást jelez, ha például az akció első 5 percében egyes üzletekben 42-72 fogyasztó kivétel nélkül csak egyetlen egy darabot vásárol az akciós sajtból, vagy 10-39 fogyasztó vesz finomlisztet, s az adott üzletben mindenki azonos mennyiséget fizet ki.

Az eljárás alá vont által 2009. december 4-én becsatolt, nem 5 vagy 10-15 perces időszakokra vonatkozó vásárlási adatok szintén azt támasztják alá, hogy az eljárás alá vont egyes üzleteiben a fogyasztók által megvásárolható mennyiség az eljárás alá vont oldaláról

befolyásolás alá esett oly módon, hogy a kommunikációs eszközökben korábban közöltekhez képest alacsonyabb mértékben került maximalizálásra, s az eljárás alá vont rendszere az ilyen magatartásokat nem zárta ki, erre lehetőséget adott:

- a Durafood Búza Finomliszt tekintetében (az akció feltételei szerint a minimális akciós mennyiség 4 kg, a maximális akciós mennyiség 20 kg)
 - a fogyasztói vásárlások heterogenitását igazolják a 74. számú (Budapest) üzlet kapcsán becsatolt adatok, amelyek szerint 17:00:30 és 17:22:19 között 62 vásárlás volt, ebből
 - 56,5%-volt 20 kg,
 - a vásárlások kb. egy harmada volt 10 kg vagy az alatti,
 - miközben a 9. számú veszprémi üzletben az akció az első perceiben 12 vásárlás volt, ebből 10 esetben 20 kg-ot, 2 esetben 15 kg-ot vásároltak a fogyasztók (átlagban 19,16 kg-ot), addig az ugyancsak Veszprémben lévő 10. számú üzletben az első öt percben 31 fő vásárolt, ebből 30 fő 10 kg-ot, 1 fő 5 kg-ot (átlagban 9,84 kg-ot). Ezzel kapcsolatban a Versenytanács elégtelennek tartotta az eljárás alá vont azon előadását, amely szerint a két üzlet eltérő lakóövezetben található,
 - a 18. számú békéscsabai üzlet kapcsán becsatolt adatokból megállapíthatóan 17:06:32 és 17:32:52 között
 - 192 vásárlás volt, s ebből 182 (94,8%) esetében a fogyasztók 10 kg-ot vásároltak,
 - a vásárlások 3,6%-a (7 eset) volt 20 kg (ezen kívül egyetlen egy esetben sem vettek a fogyasztók 10 kg-nál többet, azaz 192 vásárlásból 7 esetben haladta meg a vásárolt mennyiség a 10 kg-ot), miközben a fogyasztói vásárlásokat nem korlátozó üzletek esetében ez az arány nagyságrendileg nagyobb (ezzel összefüggésben a Versenytanács visszautal a 9. számú veszprémi és a 74. számú budapesti üzletre vonatkozó, fentiekben ismertetett, az eljárás alá vont által a 2009. december 4-i beadványban közölt adatokra),
 - a 28. számú székesfehérvári üzletben 17:06:13 és 18:29:45 között 239 vásárlás volt, ebből
 - 220 esetben 10 kg (a vásárlások 92%-a),
 - a vásárlások 2,5%-a (6 eset) volt 20 kg (ezen kívül egyetlen egy esetben sem vettek a fogyasztók 10 kg-nál többet, azaz 220 vásárlásból 6 esetben haladta meg a vásárolt mennyiség a 10 kg-ot), miközben a fogyasztói vásárlásokat nem korlátozó üzletek esetében ez az arány nagyságrendileg nagyobb (ezzel összefüggésben a Versenytanács itt is visszautal a 9. számú veszprémi és a 74. számú budapesti üzletre vonatkozó, fentiekben ismertetett adatokra),
 - a 86. számú ózdi üzletben 17:07:13 és 17:41:37 között 231 vásárlás volt, ebből
 - a vásárlások 93%-a (215 eset) 10 kg volt,
 - a vásárlások 3,52 %-a (8 eset) volt 20 kg (még egy vásárlás esetén haladta meg a mennyiség a 10 kg-ot, azaz 231 vásárlásból 9 esetben haladta meg a vásárolt mennyiség a 10 kg-ot)), miközben a fogyasztói vásárlásokat nem korlátozó üzletek esetében ez az arány nagyságrendileg nagyobb (a Versenytanács itt is visszautal a 9. számú veszprémi és a 74. számú budapesti üzletre vonatkozó, fentiekben ismertetett adatokra),

- a 94. számú gárdonyi üzletre vonatkozó adatok egyértelműen bizonyítják, hogy a mennyiségi korlátozásra az akció időtartama alatt bármikor sor kerülhetett, illetve az nem szükségszerűen fedte le az akció teljes idejét (amely nem is szükséges a jogsértés megállapításához):
 - az első 5 percben 13 fő vásárolt, mindegyik 10 kg-ot, s így értelemszerűen ennyi volt az átlagos vásárlás is,
 - 18:25:08 és 18:53:17 között 20 vásárlás volt, ebből
 - 2 esetben 30 kg,
 - 11 esetben 20 kg (a vásárlások 55%-a),
 - 1 esetben 14 kg,
 - 6 esetben 10 kg (a vásárlások 30%-a),
 - az átlagos vásárlás 17,7 kg volt,
 - az eljárás alá vont által becsatolt adatok arra mutatnak rá, hogy míg 18:25:08 és 18:53:17 között heterogenitás mutatkozik a vásárolt mennyiséget illetően, addig az akció elején egy mással nem, csak egy mesterséges korlátozással magyarázható korlátozás érvényesült,
- az Egri bikavér tekintetében (az akció feltételei szerint a minimális akciós mennyiség 2 üveg, a maximális akciós mennyiség 6 üveg)
 - egyes újonnan becsatolt adatok a fogyasztói vásárlások heterogenitását, igazolják (rámutatva a homogén vásárlások mesterséges, eljárás alá vont által befolyásolt volta), így
 - a 147. számú (Bátonyterenyé) üzlet vonatkozásában ismertetett adatok szerint 12:05:10 és 12:29:29 között 36 vásárlás volt, ebből
 - 29 esetben az akcióban maximálisan megvásárolható 6 üveg (a vásárlások 80,6%-a),
 - 2 esetben 5 üveg
 - 2 esetben 4 üveg,
 - 3 esetben 3 üveg
 - az átlagos vásárlás 5,6 üveg volt
 - a 166. számú kisvárdai üzlet vonatkozásában ismertetett adatok szerint 12:40:31 és 13:57:47 között 27 vásárlás volt, ebből
 - 15 esetben az akcióban maximálisan megvásárolható 6 üveg (a vásárlások 55,6%-a, ugyanakkor az akció első 5 percében a 20 vásárlóból senki sem vett 6 és 5 üveget),
 - az átlagos vásárlás 4,85 üveg volt,
 - a 28. számú székesfehérvári üzletre vonatkozó adatok szintén egyértelműen azt bizonyítják, hogy a mennyiségi korlátozásra az akció időtartama alatt bármikor sor kerülhetett, illetve az nem szükségszerűen fedte le az akció teljes idejét (amely nem is szükséges a jogsértés megállapításához):
 - az első 5 percben 21 fő vásárolt, mindegyik 2 üveget,
 - 12:27:42 és 13:52:55 között 65 vásárlás volt, ebből
 - 16 esetben 6 üveg,
 - 1 esetben 5 üveg,
 - 31 esetben 4 üveg,
 - 5 esetben 3 üveg,
 - 12 esetben 2 üveg (a vásárlások 18,5%-a, míg az akció első 5 percében a vásárlások 100%-a),
 - az átlagos vásárlás 4,06 üveg volt, míg az akció első 5 percében mind a 21 vásárló 2 üveget vásárolt,

- az eljárás alá vont által becsatolt adatok arra mutatnak rá, hogy míg 12:27:42 és 13:52:55 között heterogenitás mutatkozik a vásárolt mennyiséget illetően, addig az akció elején egy mással nem, csak egy mesterséges korlátozással magyarázható korlátozás érvényesült,
 - a 86. számú ózdi üzlet esetében ismert, hogy
 - az akció első 5 percében a 26 vásárlóból 24 fő vett 3 üveget, 2 pedig két üveget,
 - a 12:07:27 és 13:30:55 közötti vásárlások adatai szintén a mennyiségi korlátozás érvényesítésére mutatnak rá, hiszen 3-nál több üveg megvételére csak az esetek 7,8%-ában került sor [ezzel kapcsolatban a Versenytanács visszautal például a 147. számú (Bátonyterenye) és a 166. számú (Kisvárdai) üzlet fentebb ismertetett adataira],
- a fagyasztott zöldborsó tekintetében (az akció feltételei szerint a minimális akciós mennyiség 2 csomag, a maximális akciós mennyiség 10 csomag)
 - a 86. számú ózdi üzlet kapcsán ismert, hogy
 - az akció első 5 percében mind a 20 vásárló 3 csomagot vásárolt,
 - 8:09:27 és 8:25:44 között 98 vásárlás volt, s ennek 91,8%-a (90 vásárlás) esetében a fogyasztók 3 csomagot vettek,
 - a 94. számú gárdonyi üzlet kapcsán ismert, hogy
 - az akció első 5 percében mind a 14 vásárló 4 csomagot vásárolt,
 - 8:11:53 és 9:37:56 között 138 vásárlás volt, s a fogyasztók csak 10 esetben vásároltak 4 csomagnál többet,
 - a 122. számú békéscsabai üzlet kapcsán ismert, hogy
 - az akció első 5 percében mind a 7 vásárló 6 csomagot vásárolt,
 - 8:09:46 és 8:27:00 között 64 vásárlás volt, s 50 fogyasztó (78,1%) 6 csomagot vett,
 - csak 6 fogyasztó vásárolt 6 csomagnál többet,
 - az átlagos vásárlás az akció első 5 percében 6, 8:09:46 és 8:27:00 között ezzel gyakorlatilag azonos, 6,08 csomag volt,
- a Richelieu gyöngyözőbor tekintetében (az akció feltételei szerint a minimális akciós mennyiség 2 üveg, a maximális akciós mennyiség 10 üveg)
 - a 86. számú ózdi üzlet kapcsán ismert, hogy
 - az akció első 5 percében mind a 33 vásárló 2 üveget vásárolt,
 - 12:11:26 és 12:25:32 között 34 vásárlás volt, s ennek 88,2%-a esetében (30 alkalommal) a fogyasztók 2 üveget vásároltak,
- a tojás tekintetében (az akció feltételei szerint a minimális akciós mennyiség 2 doboz, a maximális akciós mennyiség 10 doboz)
 - a 8. számú tatabányai üzletben
 - 8:01:06 és 8:14:19 között 50 vásárlás volt, s ezzel kapcsolatban a vásárolt mennyiségek heterogenitása állapítható meg [15 esetben a maximálisan megvásárolható 10 doboz, s csak 2 esetben (a vásárlások 2%-ában) 2 doboz,
 - 8:45 és 8:50 között mind a 8 vásárló 2 doboz tojást vásárolt, amely arra mutat rá, hogy a mennyiségi korlátozásra az akció időtartama alatt bármikor sor kerülhetett, illetve az nem szükségszerűen fedte le az akció teljes idejét (amely nem is szükséges a jogsértés megállapításához),

- a 10. számú veszprémi üzlet esetében ismert, hogy
 - 8:45 és 8:50 között a 24 vásárló egyike sem vett 5 doboznál többet
 - 9:35:42 és 9:46:32 között 36 vásárlás volt, s ekkor a vásárlások harmada meghaladta az 5 dobozt, amely arra mutat rá, hogy az akció más időszakában, 8:45 és 8:50 között az eljárás alá vont befolyásolta a megvásárolható mennyiséget,
- a 28. számú székesfehérvári üzlet esetében ismert, hogy 8:06:09 és 8:20:29 között 59 vásárlás volt, ebből a vásárlások 78%-ában 5 doboz, s csak 7 fő vásárolt 5 doboznál többet,
- a 35. számú hatvani üzlet esetében ismert, hogy 8:18:26 és 9:55:06 között 294 vásárlás volt, s a fogyasztóknak csak a 2,4%-a (7 fő) vásárolt 5 doboz felett, 78% (166 fő) vásárolt 5 dobozt,
- a 68. számú gyulai üzlet esetében ismert, hogy
 - a 8:45 és 8:50 közötti időszakban a 16 fogyasztóból egyetlen egy sem vásárolt 5 doboznál többet,
 - 8:25:53 és 9:35:59 között 118 vásárlás volt, ebből 56,8% 5 doboz volt, s csak 7 esetben történt 5 doboznál nagyobb mennyiség vásárlása (ebből egy olyan eset, amely az eljárás alá vont korábbi nyilatkozata értelmében elő sem fordulhatott volna, mivel a vásárolt mennyiség meghaladta az akcióban megvásárolható maximális mennyiséget, ugyanakkor a fogyasztó a teljes vásárlása után az akciós árat fizette meg. Az eljárás alá vont előadása szerint az üzletek nem térhettek el az egyes termékek reklámújságban feltüntetett minimálisan, illetve maximálisan megvásárolható mennyiségeitől, az akciós árat csak a minimális és maximális közötti mennyiségre biztosította, az akciós újságban megjelentek szerint, s kasszaszoftvere is ennek megfelelően lett beállítva, abban az üzletek módosítást végrehajtani nem tudtak, így ha valaki kevesebbet vagy többet vásárolt, mint a megadott mennyiségek, úgy nem az akciós áron vásárolta meg a termékeket – amellyel ellentétes az eljárás alá vont adatszolgáltatásából ismert eset),
- a 86. számú ózdi üzlet esetében ismert, hogy
 - a 8:45 és 8:50 közötti időszakban a 25 fogyasztóból egyetlen egy sem vásárolt 5 doboznál többet,
 - 8:06:57 és 8:27:58 között 116 vásárlás volt, ebből 79,3% 5 doboz volt, s 5 esetben történt 5 doboznál nagyobb mennyiség vásárlása.

39. A Versenytanács előtt ismert panaszok (a fogyási adatokat alátámasztva) szintén azt igazolják, hogy az eljárás több üzletében a fogyasztók nem a kommunikációs eszközökben ígért mennyiséget vásárolhatták meg az áruból.

A fogyasztók az alábbi üzletek vonatkozásában sérelmezték, hogy a meghirdetettől eltérően egy fő csak 1 darab sajtot vásárolhatott:

- 55. számú üzlet (Csongrád) (Vj-78-005/2009/1/27. és Vj-78-005/2009/1/52.)
- 82. számú üzlet (Gyomaendrőd) (Vj-78-005/2009/1/95.)
- 88. számú üzlet (Pécs) (Vj-78-005/2009/1/116.)
- 117. számú üzlet (Üllő) (Vj-78-005/2009/1/35. és Vj-78-005/2009/1/105.)
- 121. számú üzlet (Debrecen) (Vj-78-005/2009/1/92. és Vj-78-005/2009/1/93.)
- 125. számú üzlet (Kunszentmárton) (Vj-78-005/2009/1/12.)
- 126. számú üzlet (Mór) (Vj-78-005/2009/1/25.)
- 131. számú üzlet (Alsónémedi) (Vj-78-005/2009/1/2. és Vj-78-005/2009/1/46.)
- 156. számú üzlet (Kisbér) (Vj-78-010/2009.)

40. Az eljárás alá vont munkatársai

- egyes fogyasztói panaszok kapcsán,
- a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság hatósági ellenőrzése során

elismerték, hogy a kommunikációs eszközökben közöltektől eltérő mértéken került korlátozásra az egy fogyasztó által megvásárolható sajt mennyisége:

- 6. számú üzlet (Komárom): a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság hatósági ellenőrzése során megállapította, hogy az üzletben egy vásárló csak 2 darab sajtot vásárolhatott. Az üzletvezető ezt elismerte, s előadta, mindez központi utasításra történt, hogy minél több vásárló tudjon vásárolni a termékből (Vj-78-010/2009/8.),
- 20. számú üzlet (Szeged): a fogyasztó sérelmezte, hogy egy személy 1 darab sajtot kapott. Az üzlet részéről elismerést nyert, hogy a sajtot 1 db/fő mennyiségre korlátozták (Vj-78-005/2009/1/54.),
- 34. számú üzlet (Tatabánya): a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság hatósági ellenőrzése során a boltvezető-helyettes elismerte, hogy a limitet az akció ideje alatt 1 darab sajtra csökkentették le a területi képviselővel folytatott megbeszélés után, hogy minden vásárlónak jusson az akciós termékből (Vj-78-010/2009/8/3.),
- 44. számú üzlet (Budapest): a fogyasztók sérelmezték, hogy nem a hirdetett mennyiséget vásárolhatták meg. Az üzlet részéről elismerést nyert a korlátozás (Vj-78-005/2008/1/128. és Vj-78-005/2008/1/132.),
- 76. számú üzlet (Balassagyarmat): a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság hatósági ellenőrzése során az üzlet részéről elismerést nyert, hogy korlátozták a fogyasztók által megvásárolható sajt mennyiségét (Vj-78-010/2009/6.) (az 1 darab/fő limitet támasztja alá a Vj-78-005/2009/1/41. szám alatti panasz is),
- 114. számú üzlet (Göd): a fogyasztó sérelmezte, hogy egy személy 1 darab sajtot kapott. Az üzlet részéről elismerést nyert, hogy a fogyasztónak „az akcióval kapcsolatban volt némi igazsága” (Vj-78-005/2009//83.).

41. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, a fogyasztók egyes Penny Market üzletekben esetenként ténylegesen az egyes termékek esetében a kommunikációs eszközökben közölt maximális mennyiségnél kevesebbet vásárolhattak meg, s ezáltal az ezen termékek esetében előzetesen tett ígéret nem felelt meg a valóságnak, amely magatartásával az eljárás alá vont [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára] az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköző kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A Versenytanács aláhúzza, hogy az előzetesen közöltektől eltérő mértékű mennyiségi korlátozás alkalmazása nem szükségszerűen jelenti azt, hogy a vállalkozás esetében nyilvánvalóan alkalmazható az Fttv. mellékletének 5. pontja, mivel erre csak akkor nyílik lehetőség, ha az Fttv. mellékletének 5. pontjában rögzített feltételek teljesülése megállapítást nyer.

42. A Versenytanács nem osztotta az eljárás alá vont azon véleményét, hogy az akciós mennyiség korlátozása vonatkozásában is valamilyen előreláthatóságnak kell teljesülnie a jogsértés körében. A jogi szabályozás e vonatkozásában egyértelmű, világos iránymutatást ad: a vállalkozásnak be kell tartania a fogyasztó felé a kommunikációs eszközökben tett, adott esetben a megvásárolható mennyiségre vonatkozó ígéretét. Az eljárás alá vont a jelen esetben ennek a követelménynek nem tett eleget.

43. A Versenytanács hangsúlyozza, a fogyasztói döntési folyamat mesterséges, a kommunikációs eszközökben előzetesen közöltektől eltérő módon való korlátozásának megállapíthatóságához nem szükséges, hogy egy adott időszakban a vásárlások teljes mértékű homogenitása érvényesüljön (minden fogyasztó pontosan ugyanolyan mennyiséget vásároljon), ehhez elegendő a vásárlási adatok olyan mértékű eltérése a normálnak tekinthető heterogenitástól, amely mással nem, csak a mennyiségi korlátozás érvényesítésével

magyarázható. A teljes homogenitást oldhatja például azon fogyasztók magatartása, akik az üzletekben sikeresen ragaszkodnak a kommunikációs eszközökben rögzített akciós feltételek érvényesüléséhez.

44. Kiemelendő, hogy

- az eljárás alá vont esetében nem egy egyedi hibáról van szó, hanem egyfajta rendszerhibáról, amely bármelyik üzletben megnyilvánulhatott, ennek a kereskedelmi gyakorlat folytatásában nem volt rendszerszerű akadálya. Ennek megfelelően szükségtelen lett volna pontosan meghatározni, hogy a 173 üzlet körében az akciós áruk vonatkozásában mely időszakban történt alkalmazásra mennyiségi korlátozás, mivel a bizonyítékok alapján az kétséget kizáróan megállapítható volt, hogy az eljárás alá vont vizsgált kereskedelmi gyakorlatának folytatására oly módon került sor, hogy a kommunikációs eszközökben korábban közltekhez képest alacsonyabb mértékben kerülhetett maximalizálásra a fogyasztók által ténylegesen megvásárolható árumennyiség, s erre egyes üzletekben sor is került. Kiemelendő továbbá, hogy az eljárás alá vont 2009. december 4-i beadványában (Vj-78-042/2009.) ismertetett adatok szükségtelenné tették bármiféle további bizonyítást, mivel egyértelműen bizonyították az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlatának jogsértő jellegét,
- egyes üzletek adott esetben önkényesen határozhatták meg az adott termékből megvásárolható maximális mennyiséget. A Versenytanács nem állapította meg, hogy létezett volna a mennyiségi korlátozás alkalmazását előíró valamiféle központi utasítás (erre vonatkozó nyilatkozatot az eljárás alá vont 6. számú üzletének vezetője tett a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság hatósági ellenőrzése során), s ennek tisztázása nem is mutatkozott szükségesnek, mivel az kétséget kizáróan megállapítható volt, hogy az eljárás alá vont által működtetett rendszer (akár központi utasítás alapján, akár annak hiányában) lehetővé tette a mennyiségi korlátozás alkalmazását, amely lehetőséggel egyes üzletek éltek is,
- az eljárás alá vont az üzlethálózatban érvényesülő egységes marketingtevékenység mellett nem tudja biztosítani azt, hogy az akció egységesen, valamennyi üzletben a fogyasztóknak előzetesen nyújtott tájékoztatással összhangban kerüljön lebonyolításra.

45. A Versenytanács a jelen ügy kapcsán aláhúzza, önmagában az a körülmény, hogy egy akcióban meghirdetett termék az akciós időszak utolsó időszakában is megvásárolható, nem szükségszerűen igazolja, hogy a vállalkozás a szakmai gondosság követelmények eleget téve, az Fttv. melléklete 5. pontját nem sértve készült fel az akció megtartására, mivel ennek hátterében például az is állhat, hogy a vállalkozás az akció során a kommunikációs eszközökben előzetesen közzétett akciós feltételektől eltérően, a fogyasztók számára kedvezőtlenül korlátozza a fogyasztók által az akciós termékből megvásárolható mennyiséget, s így az üzlethálózat szintjén az akciós időszak végén is kimutatható árukészlet, akcióból visszamaradt maradék.

A Versenytanács döntése

46. A Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont a fentiekben részletezettek szerint a 2009. júniusi „13 éves akció” kapcsán az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésébe ütköző, fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor

- az interneten is közzétett reklámújságjában és a Penny Market üzleteknél elhelyezett plakátokon a trappista sajt vonatkozásában csalogató reklámot tett közzé [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (4) bekezdésére és az Fttv. mellékletének 5. pontjára],

- az interneten is közzétett reklámújságjában és a Penny Market üzleteknél elhelyezett plakátokon közölt maximális mennyiségtől esetenként eltérően korlátozta a fogyasztók által az egyes akciós áruból megvásárolható mennyiséget [tekintettel az Fttv. 3. §-ának (3) bekezdésére és 6. §-a (1) bekezdésének b) pontjára].

47. A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpvt. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpvt. 78. §-ának (3) bekezdésének megfelelően meghatározva.

A Versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy

- az eljárás alá vont ismételt jogsértőnek minősül (lásd a 3. pontot),
- az eljárás alá vont a piac jelentős szereplője (2008. évi nettó árbevétele 138.520.523 ezer Ft volt),
- a kommunikációs eszközök széles körben kerültek alkalmazásra (a 173 Penny Market vonzaskörzetében és az üzletekben terjesztett, illetve az interneten is elérhető akciós újságok, a Penny Market üzleteknél elhelyezett plakátok), azok a fogyasztók rendkívül széles körét érték el,
- a jogsértő magatartás felróható az eljárás alá vontnak.

A Versenytanács enyhítő körülményként értékelte, hogy

- az akcióban érintett termékekhez hozzájutó fogyasztók valamilyen mértékű kedvezményben részesültek,
- a jogsértés rövid ideig tartott.

A fentiek mérlegelése során a Versenytanács tekintettel volt a szankcionálás speciál- és generálpreventív céljára is, s a bírság összegét 30.000.000 Ft-ban határozta meg.

48. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 110. §-a (1) bekezdésének a) pontja szerint a keresetlevél benyújtásának a döntés végrehajtására nincs halasztó hatálya, az ügyfél azonban a keresetlevélben a döntés végrehajtásának felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.

A Ket. 138. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (3) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. Ennek ellentételezéseként a Tpvt. 83. §-ának (5) bekezdése úgy rendelkezik, hogy ha az eljáró versenytanács határozata jogszabályt sértett és ennek következtében az ügyfélnek igénye keletkezik a bírság visszatérítésére, a visszatérítendő összeg után a mindenkori jegybanki alapkamat kétszeres összegének megfelelő kamatot is meg kell téríteni.

A bírságnak a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számla javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő

- az eljárás alá vont neve,
- a versenyfelügyeleti eljárás száma,
- a befizetés jogcíme (bírság).

VI. Egyéb kérdések

49. Az eljárás alá vont több bizonyítási indítványt terjesztett elő az eljárás során:

- az eljárás alá vont előadta, versenytársai is értékesítettek megelőzőleg 50%-os árkedvezménnyel alapvető élelmiszereket, ugyanakkor azok vevői kereslete meg sem közelítette az eljárás alá vontnál tapasztaltakat, amely körülményre is figyelemmel volt a sajt (és más termékek) készletének meghatározása során. Mivel nincs abban a helyzetben, hogy ezen állítását a versenytársak értékesítési adatainak csatolásával igazolja, vállalja konkrétan megjelölni ezen versenytársakat és az érintett termékeket, ugyanakkor indítványozta, hogy a Versenytanács a termékek konkrét értékesítési adataik a versenytársaktól megkeresés útján szerezze be.

A Versenytanács mellőzte a bizonyítási indítvány teljesítését, mivel a jelen eljárás tárgya nem más vállalkozások magatartásának vizsgálata és értékelése. Az eljárás alá vont előtt az akcióra történő felkészülés idején legálisan nem lehettek ismertek más vállalkozások értékesítési adatai, azokra nem lehetett figyelemmel, s így azok hatással nem bírhattak az akciós készletek nagyságára vonatkozó döntésekre,

- az eljárás alá vont indítványozta az üzletvezetők, műszakvezetők tanúként történő meghallgatását.

A Versenytanács szükségtelennek ítélte az üzletvezetők, műszakvezetők meghallgatását. A Versenytanács nem vitatja eljárás alá vontnak az akciós feltételektől eltérő mértékű mennyiségi korlátozással, a mennyiségi korlátozásra vonatkozó központi utasítás hiányával kapcsolatos előadásait, s úgy ítélte meg, a tanúk előadásaitól nem volt várható további, az ügy szempontjából releváns adatok feltárása.

Megjegyzendő, a 2009. december 8-i versenytanácsi tárgyaláson az eljárás alá vont képviselője fizikai képtelenségnek minősítette az üzletvezetők meghallgatását,

- az eljárás alá vont indítványozta mindazon vásárlók tanúként történő meghallgatását, akiknek panaszára a Versenytanács hivatkozik.

A rendelkezésre álló bizonyítékok tükrében a Versenytanács nem látta szükségesnek a panaszosok meghallgatását, attól a tényállás szempontjából új körülmény feltárása nem volt várható.

Megjegyzi a Versenytanács, az eljárás alá vont által megküldött panaszok és az azokra adott válaszok (Vj-78-005/2009. számú irat 1. számú melléklete) alapján megállapítható, korábban maga az eljárás alá vont sem tartotta szükségesnek a panaszosok meghallgatását, esetükben elegendőnek ítélte egy formalevél alkalmazását.

50. Az eljárás alá vont kérelmezte, hogy a Versenytanács a Vj-78-040/2009. számú végzésben elrendelt tárgyalás megtartását halassza el olyan időpontra, mely lehetővé teszi a tényállás teljes feltárását, és teljes körű védekezéseinek, bizonyítékainak előterjesztését, a sajt adatainak visszakereséséig, továbbá a Durafood finomliszt tekintetében a 137., illetőleg a 145. számú üzletek adatainak visszakereséséig.

A Versenytanács megerősíti a 2009. december 8-i tárgyaláson meghozott, a tárgyalás ismételt elhalasztására irányuló kérelmet elutasító végzését. Az eljárás alá vont a Versenytanács előzetes álláspontját és a 2009. november 26-i tárgyalás időpontra szóló értesítését 2009. november 6-án vette át. Az eljárás alá vont a 2009. november 23-i keltezésű beadványában kérte a tárgyalás elhalasztását, amelyre tekintettel a Versenytanács a tárgyalás időpontját módosította, s azt 2009. december 8-ában határozta meg. Ennek megfelelően az eljárás alá vontnak elegendő idő állt rendelkezésére ahhoz, hogy az előzetes állásponttal kapcsolatos előadásait megtegye, bizonyítékait előterjessze. Mindazonáltal a Versenytanács rögzíti, elfogadta az eljárás alá vont által a sajtó, illetőleg a 137. és 145. számú üzletek vonatkozásában hivatkozott azon vélelmet, amely szerint az ezen körben begyűjtendő adatok a 2009. december 4-i beadványhoz csatolt adatokhoz hasonló vásárlási mintát írnának le.

51. Az eljárás alá vont előadta, az akció előkészítése során a korábbi egy főre jutó vásárlásokat is elemezte, a Versenytanács azonban ezt elmulasztotta, pedig csak így lett volna valóban összehasonlítható adat arra nézve, hogy miből kellett volna az eljárás alá vontnak kiindulnia. Kész rendelkezésre bocsátani ilyen kimutatást, ha erre a Versenytanács igényt tart.

A Versenytanács nem tartotta szükségesnek ezen adatok bekérését (amelyek benyújtására az eljárás alá vontnak az eljárás során bármikor lehetősége lett volna, ezzel azonban nem élt), amelyek nyilvánvalóan nem szolgáltak volna információkkal a jelen akció feltételei szerint árusított áruk iránti keresletről.

52. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdésén, illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul.

E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal 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.

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.

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 173 Penny Market üzlet vonzáskörzetében és az üzletekben terjesztett, s az interneten is elérhető akciós újságok, illetve az üzleteknél elhelyezett plakátok) a fogyasztók rendkívül széles körét érték el,
- a jogsértéssel érintett terület az ország számos településén található Penny Market üzletek vonzáskörzetével azonos, s mindemellett
- a nettó árbevétel alapján az eljárás alá vont az Fttv. alkalmazása körében jelentős méretű vállalkozásnak minősül.

53. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2009. december 8.

dr. Zavodnyik József sk.
előadó versenytanács tag

dr. Miskolczi Bodnár Péter sk.
versenytanács tag

dr. Szakadát László sk.
versenytanács tag