

Iktatószám: **Vj-43/2010.**

A Gazdasági Versenyhivatal **dr. H. B. ügyvéd** által képviselt **Aldi Magyarország Élelmiszer Bt.** (a továbbiakban: Aldi) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

v é g z é s t.

A Gazdasági Versenyhivatal az eljárást megszünteti.

E végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsához címzett jogorvoslati kérelemmel lehet élni. A jogorvoslati kérelem előterjesztésének e végzés foganatosítására halasztó hatálya nincs.

I n d o k o l á s

I.

A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) az Aldi Magyarország Élelmiszer Bt. eljárás alá vont ügyfél ellen 2010. május 3-án versenyfelügyeleti eljárást indított annak kivizsgálása érdekében, hogy az eljárás alá vont ügyfél megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) rendelkezéseit.

A GVH észlelte, hogy az Aldi rendszeresen megjelenő, országos terjesztésű akciós újságjában meghirdetett termékek közül a 2009. szeptember 6-ától érvényes akciós újságban 2009. szeptember 10-étől kezdődően meghirdetett „Rönkhasító”(49.990,-Ft) terméken kívül valószínűsíthetően az alábbiakban feltüntetett termékek nem voltak elérhetők a fogyasztók számára már az akciós időszak első napján az Aldi egyes üzleteiben:

	A reklámújság érvényessége	Termék	Hirdetett fogyasztói ár
1.	2009. augusztus 16-tól, illetve 19-től	Multifunkcionális kés vagy kemping evőeszköz (kemping evőeszköz 6 funkcióval, vagy multifunkcionális kés 17 funkcióval)	999,-
2.		Prémium vanília jégkrém (2500 ml/doboz)	829,-

3.		Meggybefőtt	299,-
4.		Impidimpi Gyermekek zokni, 7 pár (méret: 19-38, 7 pár/csomag)r	799,--
5.		Őszibarack (I. osztály, 1 kg; 149,-/kg)	149,- /csomag
6.		Canon digitális fényképezőgép Power Shot A2000 IS	49.990,-
7.		Kitchenware Botmixer-készlet (mixer, habverő és keverőedény)	4.499,- /készlet
8.		Ropogós ostya 250 g/csomag	499,- /csomag
9.		LEO LAUSEMAUS Elektromos gyermek fogkefe (4 db fogkefefejjel, homokórával, 3 elemmel és tárolódobozzal együtt)	2.499,- / szett
10.		Crane LED homloklámpa	3.499,-
11.	2009. szeptember 6-tól, illetve 10-től	Milfina Edámi sajt (300 g/darab)	449,-
12.		MY NIGHT STYLE Matrac (méret: 140X200 cm)	24.990,-
13.		Biopamut fürdőszobaszőnyeg	3.990,-
14.		Feeling Női alsónemű biopamutból (különböző modellek pl. vállpántos felső vagy spagetti pántos felső bugyival, méret: 38-44)	2.499,- /garnitúra
15.		Francia szalámi	999,- /rúd
16.		Scheppach Rönkhasító gép	49.990,-
17.		Gardeline Elektromos lombszívó	9.999,-
18.		Crane Nordic Walking stepper	14.990,-
19.		Milfina Fruit Milfinis (6X50 g/csomag)	185,-
20.		Sertéskaraj (550 g/tálca)	899,- /tálca
21.	2009. október 25-től, illetve 29-től	Happy Harvest Almapaprika (680 g/üveg)	199,-/ üveg
22.		Living Style Görgős irattároló	14.990,-
23.		Profi Master porszívó	24.990,-
24.		Bella Karácsonyi sütemény alappor (mákos táskák, kókusz-csók, linzer szelet)	599,- /csomag
25.		Royal Class Férfi öltöny	19.990,- /garnitúra
26.		Női bárányszőr házicipő (méret: 37-41)	4.499,- /pár

27.		C. Giant Elektromos gitár készlet	29.990,- /készlet
28.		Gardeline Elektromos sövénynyíró	9.999,-
29.		ZWACK Unicum (40%, 0,5 l/üveg)	2.446,- /üveg
30.		Temetői dísz (fekvő temetői díszerk, 16 cm-es cserépben, különböző színekben)	2.499,-

A GVH azt valószínűsítette, hogy az eljárás alá vont vállalkozás az Fttv. 3. §-ában tilalmazott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg azáltal, hogy valószínűsíthetően a törvény melléklet 5. pontja szerinti megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

Tekintettel arra, hogy az eljárás során vizsgált, előbbieken ismertetett termékek többsége az országos terjesztésű akciós újságon, illetve az eljárás alá vont honlapján kívül több regionális napilapban (pl. 24 óra, Békés Megyei Hírlap, Délvilág, Hajdú-Bihari Napló, Kelet-Magyarország, Kisalföld, Petőfi Népe, Somogyi Hírlap, Tolnai Népújság, Új Néplap), illetve az országos terjesztésű Vasárnapi Blikkben is meghirdetésre került, így az Fttv. 11. §-ának (1) és (2) bekezdései alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége, és ezáltal a GVH hatásköre megállapítható volt a vizsgált magatartással kapcsolatban.

II.

Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,

- a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és
- b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

A (4) bekezdés alapján a jogszabály mellékletében meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.

Az Fttv. melléklet 5. pontja értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat az áru meghatározott áron való vásárlására való 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.

Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

A 11. §-ának (1) bekezdése alapján 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 11. §-ának (2) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha

a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,

b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,

c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy

d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

Az Fttv. 19. §-ának c) pontja szerint a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.

A Tpv. 44. §-a alapján a versenyfelügyeleti eljárásra – a Tpv. eltérő rendelkezése hiányában – a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény rendelkezéseit kell alkalmazni a 18. §-a, a 29. § (3)–(11) bekezdése, a 30. §-a, a 33. § (1) bekezdése, a 33/A. §-a, 33/B. §-a, a 36. § (2)–(4) bekezdése, a 38. §-a, a 46. § (2) bekezdése, a 47. §-a, az 51. § (1) és (5) bekezdése, a 61. § (1) bekezdése, a 70. §-a, a 72. § (4) bekezdése, a 74. § (2)–(5) bekezdése, a 88. § (1) bekezdése, a 94. §-a, a 109. § (2)–(4) bekezdése, valamint a 127–129. §-a kivételével.

A Tpv. 44. §-a alapján alkalmazandó, a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 31. §-a (1) bekezdésének e) pontja alapján a hatóság az eljárást megszünteti, ha az eljárás folytatására okot adó körülmény már nem áll fenn.

A Tpv. 71/A. §-a alapján a vizsgáló a hivatalból indított versenyfelügyeleti eljárást végzéssel megszünteti akkor is, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

III.**1. Az eljárás alá vont és tevékenysége**

Az Aldi Magyarország Bt. élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelmi tevékenységet folytat, jellemzően 1.500 m² alapterület körüli áruházakban, jelenleg 64 üzlettel rendelkezik a magyarországi piacon.

Állandó kínálata keretében mintegy 1.000 féle terméket forgalmaz, ezen túlmenően heti két alkalommal mindig más – nem az állandó termékkörbe tartozó – mintegy 25 kiválasztott terméket kínál akciós áron, többnyire a non-food termékkörből.

A vizsgált tájékoztatást közzétevő kereskedelmi gyakorlatot alkalmazó vállalkozás versenytársainak minősülnek a napi fogyasztási cikkeket, valamint a háztartáshoz szükséges apróbb felszerelési tárgyakat forgalmazó üzletek által nyújtott kiskereskedelmi szolgáltatások. Ilyen jellegű szolgáltatást hiper-, szupermarketek és kisboltok is nyújtanak.

2. Az eljárás alá vont piaci részaránya és az érintett fogyasztói szokások

Az AC Nielsen Piackutató Kft. adatai¹ szerint az élelmiszer és háztartási vegyiáru, valamint kozmetikum kis- és nagykereskedelmi vállalatok forgalom szerinti rangsora 2009-ben az alábbi volt:

sorszám	Vállalkozás	Üzletek száma	Becsült forgalom 2009-ben (Mrd Ft)	Piaci részesedés becsült forgalom alapján (%)
1.	Tesco	176	638,4	17,77
2.	CBA	3 054	547,5	15,24
3.	Coop	5 250	510,0	14,20
4.	Spar	398	397,4	11,06
5.	Reál	2 320	358,0	9,97
6.	Auchan	12	226,3	6,30
7.	Metro	13	219,3	6,10
8.	Lidl	122	191,2	5,32
9.	Penny Market	178	161,8	4,50
10.	Cora	7	103,5	2,88
11.	dm-Drogerie Markt	257	63,5	1,77
12.	Match	123	55,0	1,53
13.	Aldi	58	49,1	1,37
14.	Rossmann	186	42,3	1,18
15.	Profi	73	28,9	0,80
	Összesen		3592,2	100

A GfK Hungária Piackutató Intézet (a továbbiakban: GfK) fogyasztói szokásokat vizsgáló tanulmányai² alapján a modern kereskedelmi csatornák négy vásárlói típusa közül

- a. a legnagyobb 42 %-os arányával az irracionális árvezérelt fogyasztó, aki az ár és az otthonához való közelség mellett minden más tényezőt is fontosnak tart a boltválasztásnál, mégsem szokott hipermarketben vásárolni. Ide főleg a 40 évesnél idősebb, alacsony iskolai végzettségű emberek tartoznak.
- b. A második legnagyobb csoport 26 %-kal a hipermarket-vásárló, életkori jellemzők nélkül, általában magasabb iskolai végzettséggel, házasságban és családban él.

¹ <http://hu.nielsen.com/site/20100420.shtml>

Forrás: A vállalatok saját közlése. Az AC Nielsen becsülte az Aldi, Cora, Lidl, Penny Market és Profi forgalmi adatát.

² <http://www.napi.hu/default.asp?cCenter=article.asp&placein=econet&nID=243269>,

- c. A racionális árvezérelt vásárlók csoportját az átlagosnál több idős, nyugdíjas, magasabb iskolai végzettségű ember alkotja. Elsősorban hipermarketekben vásárolnak, de a diszkontok alacsony árai is vonzzák őket.
- d. A kényelmes, nem érzékeny vásárlók közé a 35 évesnél fiatalabb, teljes munkaidőben dolgozók, egyedül élők tartoznak.

Az ACNielsen 2007 évi adatai szerint³ a magyar fogyasztók egyrészt vadásszák az akciókat és értéket szeretnének kapni forintjaikért, másrészt elvárják, hogy az üzletek készleten tartsák a magas minőségű márkatermékek nagy választékát. A magyaroknál a legtöbbször azt a kereskedőt értékeli, aki árait közzéteszi szórólapokon, óriásplakátokon vagy más módon. Második szempont volt, ha egy üzletnek az a híre, hogy olcsóbb, mint a versenytársak. Utána következik a különböző üzletek árainak a vásárló által történő összehasonlítása, majd – még mindig a magyar vevők nagyobb fele szerint – a sok promóció és a rendszeres árengedményes akciók.

V. Gy., az Országos Kereskedelmi Szövetség főtitkárának 2008. májusi véleménye szerint⁴ a reálkeresetek 8 %-os csökkenésével a tömegfogyasztásban gyakorlatilag megszűnt a vásárlók néhány tízezer forintos lavírozási lehetősége. A magyar fogyasztó a régiós összehasonlításban is rendkívül érzékeny – ami éppenséggel spórolást is jelent, igaz, nem csak azt – , ugyanakkor igen magas nálunk a kereskedelmi műszóval élve impulzusvásárlók aránya, akik a pillanat hevében döntenek a polcok előtt. Azaz nemcsak azzal jönnek ki a boltból, amiért bementek.

Az ACNielsen vizsgálatai szerint Magyarországon 17 % azoknak az aránya, akik az akciós újságokból vásárolnak, szemben a környező országok (Szlovénia, Horvátország, Csehország) hétszázalékos átlagával.⁵

A fentiek figyelembevételével tehát az érintett fogyasztó érzékeny az akciók, árak kommunikálására és ha nem is keres fel távoli üzletet, a közeli néhány bolt kiválasztásánál figyelembe veszi ezen szempontokat.

3. Az eljárás alá vont álláspontja

Az Aldi a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartással kapcsolatban előadta⁶, hogy az eljárásban vizsgált magatartás alapvetően megfelel a vonatkozó hatályos jogszabályokban előírtaknak.

A nem „végkiárusítás” jellegű akciói során a fogyasztók szinte kivétel nélkül minden esetben az akció teljes ideje alatt hozzáfértek a meghirdetett termékekhez.

A nagy értékű, alacsonyabb darabszámban értékesíthető termékek esetén természetesen előfordulhat eseti jelleggel egy-egy boltot érintő áruhiány, hiszen az alacsonyabb darabszámú várható értékesítés alacsonyabb készletet is jelent, és a boltokként eltérő kereslet néha áruhiányt eredményezhet. Azonban ilyen esetekben is megtesz mindent a vásárlók megfelelő kiszolgálása érdekében.

A rendelt akciós árukészletet az adott áruház forgalmi adatait figyelembe véve osztja le hálózata minden áruházába. A csatolt készlet/értékesítési adatok alapján látható, hogy a hasonló nyitókészlettel rendelkező áruházak komoly szórással bíró értékesítési adatokat produkálnak.

³ <http://hu.nielsen.com/trends/boltvalasztas.shtml>

⁴ <http://www.agroland.hu/?hir=2651>

⁵ <http://www.agroland.hu/?hir=2651>

⁶ Vj-043-003/2010. sz. irat 31. pont

Az eljárás alá vont a „Rönkhasító” termék kapcsán ismertette⁷, hogy a termékkel kapcsolatban korábban a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság által folytatott vizsgálatban részére küldött levelében (illetve az akkor mellékelt táblázatban) hibás adatokat szerepeltetett, ugyanis a két győri bolt 2009. október 8-án, illetve 2010. október 22-én (csupán a kérdéses akciót követően) nyitott, ezért szerepeltek a táblázatban 0 készletértékkel. A kisvárdai boltnak (95. számú) volt ugyan 2 db terméke, de érdeklődés hiányában (valamint más boltnál fellépő konkrét vásárlói igény miatt) azokat átküldte a 78. számú kazincbarcikai boltnak.

Az eljárás alá vont előadta⁸, hogy minden, az állandó választék részét nem képező egyszeri akciós termék akciójának mennyiségi tervezése esetén figyelembe veszi a legutóbbi akció során eladott mennyiségeket (egy boltra vetítve), az esetleges fogyasztói árváltozást, valamint a minőségbeli eltérést az előző akcióhoz képest.

Az eljárás alá vont előadása⁹ szerint a vizsgált időszakban az érintett termékek vonatkozásában késedelmes szállítás, illetve mennyiségi probléma a beszállítóktól részéről csupán egyetlen árucikk esetében merült fel. A „Szeletelt sertés karaj” termék 2009. szeptember 4-én és 5-én leszállított mennyiségét ugyanis minőségi probléma miatt a központi raktár nem vette át, és az a szállító felé visszárúzásra került. Az elmúlt egy évben azonban az érintett beszállítóknál sem késve szállítás, sem mennyiségi probléma nem merült fel.

Az eljárás alá vont ismertette¹⁰, hogy a vizsgált termékek kapcsán csupán egyetlen fogyasztói panasz érkezett, melyben a panaszos azt kifogásolta, hogy az Aldi kiskunhalasi üzletében nem tudta megvásárolni a meghirdetett Rönkhasító terméket. A panasz – az eljárás alá vont előadása szerint – sajnálatos módon egyik munkatárs hibájából csak jelentős késéssel került rögzítésre a reklamációs rendszerben, így az a 30 napos határidőn túl került megválaszolásra. A panaszosnak ezért 1.000 Ft értékű vásárlási utalványt ajánlott fel, és a panaszbejegyzéssel egy időben azt is felajánlotta a panaszosnak, hogy egy másik üzletből áthozatnak részére egy Rönkhasítót, a panaszos azonban ezzel a lehetőséggel nem kívánt élni.

Az eljárás alá vont a fentiek alapján a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését kérte¹¹.

IV.

Az eljárás alá vont magatartásának értékelésekor a Versenytanács kialakult gyakorlata szerint (lásd a Vj-163/200. számú versenytanácsi határozatot) először az vizsgálandó, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. mellékletében felsorolt harmincegy lehetséges tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat egyike alá sorolható-e. Ha a tényállásban leírtak és az előadottak alapján megállapítható, hogy megvalósult az adott kereskedelmi gyakorlat, további vizsgálatra már nincs szükség, a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelennek minősül.

A Versenytanács szerint (lásd a Vj-163/200. számú versenytanácsi határozatot) amennyiben a kereskedelmi kommunikációban alkalmazott tájékoztatások konkrét termékeket mutatnak be, valamint az adott konkrét termékek árát is tartalmazzák, mely alapján lehetővé vált a fogyasztó számára az áru megvétele az Fttv. 2. § g) pontja

⁷ Vj-043-003/2010. sz. irat 31. pont

⁸ Vj-043-003/2010. sz. irat 9. pont

⁹ Vj-043-003/2010. sz. irat 12. pont

¹⁰ Vj-043-003/2010. sz. irat 19. pont

¹¹ Vj-043-003/2010. sz. irat 31. pont

alapján a közreadott tájékoztatások ténylegesen a tájékoztatásokban szereplő konkrét termékek meghatározott áron való vásárlására történt felhívásnak minősülnek.

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:

- (i) ha teljesülnek az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésben rögzített feltételek, vagy
- (ii) ha a kereskedelmi gyakorlat megtévesztő vagy agresszív, teljesítve a 6-8. §-ban szabályozott feltételeket, vagy
- (iii) ha az adott kereskedelmi gyakorlat szerepel az Fttv. mellékletében (az ún. „feketelistán”).

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

- (iv) mindenekelőtt azt kell vizsgálni, hogy az adott magatartás szerepel-e a feketelistában. Ha igen, és a kereskedelmi gyakorlat megfelel az Fttv. mellékletében rögzített kritériumoknak, akkor a kereskedelmi gyakorlat minden további vizsgálat nélkül tisztességtelennek minősül,
- (v) ha a feketelistán nem szereplő kereskedelmi gyakorlatról van szó, vizsgálni kell azt, hogy az kimeríti-e a megtévesztés vagy az agresszió törvényben megadott kritériumait,
- (vi) csak ha a tisztességtelenség e tipikus előfordulási eseteibe nem besorolható kereskedelmi gyakorlatról van szó, kerül alkalmazásra az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdése.

Először tehát azt kell megítélni, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat az Fttv. mellékletének valamely pontja alapján ítélandó-e meg. A vizsgálók megállapították, hogy az eljárás alá vont által az akcióra történő felkészülés kapcsán tanúsított magatartása az Fttv. melléklet 5. pontja alapján értékelendő.

Az Fttv. melléklet 5. pontjában meghatározott, jogsértőnek minősülő magatartás fennállásához a Versenytanács gyakorlata szerint (lásd a Vj-163/2008. számú versenytanácsi határozatot) bizonyítani kell, hogy a vizsgált tájékoztatások közreadása és az áruhiány bekövetkezése mellett alapos ok van-e azt feltételezni, hogy a vállalkozás a hiányzó vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem is tudta volna – az árura, a vonatkozó kereskedelmi kommunikáció hatókörére és az ajánlati árra figyelemmel – megfelelő időtartamig és mennyiségben szolgáltatni vagy más vállalkozástól beszerezni.

A Versenytanács gyakorlata szerint (lásd a Vj-163/2008. számú versenytanácsi határozatot) kizárólag azon áru-üzlet relációban szükséges a magatartás értékelése, ahol az áru bizonyíthatóan nem állt rendelkezésre az akció kezdőnapján vagy elfogyott az első három napban.

Az értékelés során az alábbiak vizsgálandók

- (vii) a termékből a korábbi akció során értékesített mennyisége,
- (viii) a korábban alkalmazott ára és az adott időszakban meghirdetett ára, valamint azok különbsége,
- (ix) a termék megrendelésének körülményei (mennyiségét, a rendelés leadásának dátuma, és a rendelésben meghatározott szállítási időpont(ok), továbbá, hogy

- (x) az eljárás alá vont tekintettel volt-e a beszállítóval kapcsolatos esetleges múltbeli teljesítési hiányosságokra, az esetleges késedelmes/hibás teljesítéssel járó problémákat igyekezett-e kiküszöbölni.

A vizsgált korábbi és az adott akciós időszak adatainak összevetésével értékelni szükséges, hogy alapos oka lehetett-e az eljárás alá vontnak azt feltételezni, hogy az adott vagy azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni megfelelő időtartamig, és mennyiségben szolgáltatni, vagy más vállalkozástól beszerezni. Amennyiben az adatok összevetéséből arra a következtetésre lehet jutni, hogy az eljárás alá vont kellő gondossággal készült fel az akcióra, vagy a kellő gondosság hiánya nem bizonyítható, akkor az Fttv. melléklet 5. pontjában foglalt tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat nem állhatott fenn, így a magatartás nem is ütközhetett vagy nem bizonyítható, hogy beleütközött az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében foglalt tilalomba (lásd a Vj-163/200. számú versenytanácsi határozatot).

Amennyiben azonban bizonyíték merül fel arra, hogy a beszállítás során szisztematikus késedelem mutatkozott, vagy a rossz beszállítás miatt szisztematikus áruhiány lépett fel a múltban, úgy adott esetben ez az eljárás alá vont vállalkozással szemben felróható, ha ezt a múltbeli eseményt a tájékoztatás tartalmának meghatározásakor figyelmen kívül hagyja (lásd a Vj-163/200. számú versenytanácsi határozatot).

1. Az akciós termékek köre

Az eljárás alá vont ismertette¹², hogy a reklámújságokban (illetve az egyéb reklám-kommunikációs anyagokban) megjelenő termékek 5 különböző kategóriába sorolhatók, és a felkészülés menete ennek megfelelően az alábbiak szerint eltérő. Előadta továbbá, hogy a reklám-kommunikációs eszközökön feltüntetett termékek között nem csak „akciósak” szerepelnek. Az eljárás alá vont néha csupán a reklámeszközök segítségével hívja fel a vásárlók figyelmét az adott termék létezésére.

A reklámújságban szereplő, forgalmazott termék kategóriák :

- a) Az állandó választékba nem tartozó egyszeri akciós termékek (ilyen termék volt a jelen vizsgálattal érintett Scheppach Rönkhasító gép).
- b) Az állandó választékba nem tartozó akciós termékek, melyekből a korábban megvásárolt és az akcióban el nem adott készletek „Végkiárusításként” újra meghirdetésre kerülnek (ilyen termék volt a jelen vizsgálattal érintett Impidimpi gyermek zokni, Living Style görgős irattároló, Elektromos sövényíró).

Az ilyen jellegű leárazásoknál minden alkalommal felhívja a reklámújságokban a fogyasztók figyelmét arra, hogy „a kiárusítás során bizonyos termékek egyes áruházakban nem kaphatók vagy nem minden színben, modellben, méretben, mintával vásárolhatók meg”.

- c) Állandó termékek, melyek „Új” vagy „Próbálja ki” jelzéssel kerülnek a reklámújságba, de a megjelenés idejére árcsökkentés nem történik (ilyen termék volt a jelen vizsgálattal érintett Prémium vanília jégkrém, Meggybefőtt, Milfina Edámi sajt, Milfina Fruit Milfinis, Sertéskaraj, Almapaprika, Zwack Unicum).
- d) Állandó termékek, melyek árcsökkentéssel kerülnek a hirdetésekbe (a végzésben szereplő termékek közül egyik sem tartozik ebbe a körbe).

¹² Vj-043-003/2010. sz. irat 5. pont

- e) Zöldség-gyümölcs termékek, mely termékkört (ilyen termék volt a jelen vizsgálattal érintett őszibarack) a boltok napi szinten, 24 órás határidővel rendelik, ezáltal a lehető legfrissebb árukínálatot próbálja biztosítani az üzleteiben.

A vizsgálók a vizsgálatba vont termékeket úgy állították össze, hogy azok megfelelően reprezentálják az Aldi teljes választékát.

2. Készlethiány

A vizsgálók az Fttv. melléklet 5. pontjában foglalt szempontok értékelése érdekében az alábbi módon folytatták le a vizsgálatot.

Figyelemmel arra, hogy a Versenytanács gyakorlata szerint (lásd a Vj-163/2008. számú versenytanácsi határozatot) kizárólag azon áru-üzlet relációban szükséges a magatartás értékelése, ahol az áru bizonyíthatóan nem állt rendelkezésre az akció kezdőnapján vagy elfogyott az első három napban a vizsgálók elsősorban azt vizsgálták, hogy a termékhiány hány üzletben volt kimutatható az akció első három napján.

Ennek megállapításához bekérték a vizsgált termékek – reklámújságban való megjelenésének idejére vonatkozó – üzletenkénti akciós nyitókészletét és a készletmozgására (az üzletbe való beszállításra és értékesítésre) vonatkozó alábbi adatokat:

Akció időtartama	termék	Nyitókészlet db	Értékesítés db	Zárókészlet db	Beszállítás db	Értékesítés db	Bolti zárókészlet db
------------------	--------	-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------------

A becsatolt adatok alapján¹³ megállapítható, hogy az egyes termékekből az adott üzlet az akció egyes napjain hány darabos nyitókészlettel rendelkezett, illetve a termék az akció mely napján fogyott el.

A készlethiánnyal érintett áru-üzlet relációkra, valamint a készletkifogyás napjára vonatkozó adatokat a végzés nem betekinthező 1. sz. melléklete tartalmazza.

Az eljárás alá vont által becsatolt készlet- és értékesítési adatok alapján a vizsgált termékek 50 %-át kitevő alábbi 15 termék az akció teljes ideje alatt minden üzletben elérhető volt:

- Meggybefőtt (2009.08.16.-2009.08.22.)
- Impidimpi gyermek zokni (2009.08.16.-2009.08.22.)
- Őszibarack (2009.08.16.-2009.08.22.)
- Canon digitális fényképezőgép Power Shot A2000 IS (2009.08.16.-2009.08.23.)
- Ropogós ostya (2009.08.16.-2009.08.22.)
- LEO LAUSEMAUS Elektromos gyermek fogkefe (2009.08.16.-2009.08.23.)
- Biopamut fürdőszobaszőnyeg (2009.09.06.-2009.09.12.)
- Feeling Női alsónemű biopamutból (2009.09.06.-2009.09.12.)

¹³ a Vj-043-002/2010. sz. irat 4. sz. melléklete alapján

- Francia szalámi (2009.09.06.-2009.09.12.)
- Crane Nordic Walking stepper (2009.09.10.-2009.09.16.)
- Happy Harvest Almapaprika (2009.10.25.-2009.10.31.)
- Bella Karácsonyi sütemény alappor (2009.10.25.-2009.10.31.)
- Royal Class Férfi öltöny (2009.10.29.-2009.11.04.)
- Női bárányszőr házicipő (2009.10.29.-2009.11.04.)
- ZWACK Unicum (2009.10.25.-2009.10.31.)

A készletadatok alapján elérhetőségi problémák (azaz az adott terméket valamely üzletben az akció első három napján nem lehetett megvásárolni) az alábbiakban ismertetett 15 terméknel jelentkeztek.

3. Akcióra való felkészülés

A Versenytanács kialakult gyakorlata szerint (lásd a Vj-48/2009. számú versenytanácsi határozat) az Fttv. melléklet 5. pontjából nem lehet „készlet-garanciát” levezetni, azaz az akció időtartama alatt bekövetkező készlethiányos állapot önmagában nem vonja maga után a jogsértés megállapítását, ahhoz szükséges az akcióra való felkészülés vizsgálata is. Ezért az akcióra való felkészülés tekintetében rendelkezésre álló adatok alapján a vizsgálók második lépésként azon termékek esetében, melyeknél az akció első három napjában készlethiány mutatkozott azt vizsgálták, hogy az akció során jelentkező készlethiány az eljárás alá vont nem megfelelő felkészülésének következménye-e.

A fentiek alapján a vizsgálók először a nyitókészlet megfelelőségét vizsgálták, melynek során az akciót megelőzően központilag megrendelt és beszállított mennyiségből indultak ki. A megrendelt és beszállított mennyiségi adatokat összevetették az adott termék korábbi akciójában értékesített mennyiségével, melynek során azon akció értékesítési adatát vették figyelembe, amelyben a terméket az eljárás alá vont a jelen vizsgálattal azonos akciós áron értékesítette, ennek hiányában az egyéb akciós időszak adatával. Azon terméknel, amely korábban nem volt forgalmazva azt vizsgálták, hogy az üzletlánc minden üzlete rendelkezett-e megfelelő nyitókészlettel.

Az akciós nyitókészlet megfelelőségének vizsgálata során a vizsgálók megvizsgálták azt is, hogy az Aldi időben adta-e le a megrendeléseket, a beszállítások időpontja az akció kezdetéhez képest megfelelő volt-e, illetve amennyiben valamely szállítóval korábban késedelmes vagy hibás teljesítés is előfordult, azt igyekezett-e kiküszöbölni.

A vizsgálók azt is vizsgálták, hogy az eljárás alá vont akciós felkészülési rendje mutat-e rendszerszerűen, általános jelleggel jelentkező hibát, vagy hiányosságot, figyelemmel arra, hogy az Aldi az akcióit központilag szervezi és hirdeti meg az üzletlánc valamennyi tagjára vonatkozóan.

3.1. Nyitókészlet megfelelősége

A termékek jelenlegi akciós nyitókészletének nagysága és az adott termék korábbi akciójában értékesített mennyiségének aránya tekintetében a vizsgált termékek az alábbi három csoportba sorolhatók.

3.1. a) Az akciós nyitókészlet többszöröse az előző akcióban értékesített mennyiségnek

Az Aldi az alábbi 12 termék jelenlegi akciójára a termékek korábbi akciójában értékesített mennyiségét lényegesen meghaladó készlettel (sok esetben a korábbi akcióban értékesített mennyiség többszörösével) készült fel az akcióra:

- Multifunkcionális kés- vagy kempingeszköz (2009.08.19- 2009.08.26.)
- Prémium vanília jégkrém (2009.08.16.-2009.08.22.)
- Kitchenware Botmixer-készlet (2009.08.16.-2009.08.23.)
- Crane LED homloklámpa (2009.08.19.-2009.08.23.)
- Milfina edámi sajt (2009.09.06.-2009.09.12.)
- MY NIGHT STYLE matrac (2009.09.06.-2009.09.12.)
- Gardeline Elektromos lombszívó (2009.09.10.-2009.09.16.)
- Living Style Görgős irattároló (2009.10.25.-2009.10.31.)
- Profi Master porszívó (2009.10.25.-2009.10.31.)
- C. Giant Elektromos gitár készlet (2009.10.29.-2009.11.04.)
- Gardeline Elektromos sövényíró (2009.10.25.-2009.10.31.)
- Temetői dísz (2009.10.25.-2009.10.31.)

3.1. b) Korábban nem forgalmazott termék akciós nyitókészlete

A Scheppach Rönkhasító gépet (2009.09.10.-2009.09.16) az Aldi korábban nem forgalmazta, ezért az akciós nyitókészlet megfelelőségének vizsgálata során a vizsgálók azt értékelték, hogy a termékből minden üzletnek volt-e nyitókészlete. A becsatolt adatok alapján megállapítható, hogy a termékből az Aldi minden üzlet számára biztosított nyitókészletet.

3.1. c) Az akciós nyitókészlet mennyisége kevesebb a korábbi akcióban értékesített mennyiségnél

- Milfina Fruit Milfinis (2009.09.06.-2009.09.12.)
- Sertéskaraj (2009.09.06.-2009.09.12.)

Ezeknél a termékeknél a következő lépésben a vizsgálók azt vizsgálták, hogy mi volt annak az oka, hogy az Aldi nem biztosította a termékek megfelelő mennyiségű nyitókészletét.

A rendelkezésre álló adatok alapján az alábbiak állapíthatók meg az előbbi két termékkel kapcsolatban:

- a Milfina Fruit Milfinis (2009.09.06.-2009.09.12.) termék esetében az akcióban részt vevő 54 üzletből 4 üzletben lépett fel készlethiány az akció első 3 napján. Az előbbi 4 üzletből 3-ban az akció későbbi időpontjában utánszállításra került sor.
- Sertéskaraj (2009.09.06.-2009.09.12.) akcióra megrendelt mennyisége minőségi hiba miatt a beszállító felé visszarúzásra került.

A rendelkezésre álló adatok alapján megállapítható, hogy az Aldi a 3.1.a) pont szerinti termékeknél, valamint a 3.1.c) pont szerinti termékek közül a Sertéskaraj esetében az akcióra való felkészülés során az akciós mennyiségek meghatározásánál figyelemmel volt a termékek korábbi akcióiban értékesített mennyiségére, és az akcióban várható keresletére.

A 3.1.b) pont szerinti termékénél, mivel azt korábban az Aldi nem forgalmazta, ezért az akciós nyitókészlet meghatározásánál csak a várható kereslet volt figyelembe vehető.

4. Akciós termékek megrendelése/beszállítása

A becsatolt adatok alapján a vizsgált termékek időben megrendelésre kerültek, és a megrendelt mennyiségek beszállítása is időben megtörtént. Az eljárás alá vont nyilatkozata¹⁴ szerint beszállítói probléma (szállítói késedelem vagy a szállítás elmaradása) az akciós felkészülés során – a Sertéskaraj kivételével, mely termék a beszállításkor minőségi probléma miatt nem került átvételre – nem merült fel.

5. Akciós felkészülés rendje

Az akciós felkészülés rendjével kapcsolatban megállapítható¹⁵, hogy az Aldi központi készlet-nyilvántartási rendszerében napi szinten látható a központi raktári árubeérkezés, a raktárkészlet, valamint országos bolthálózati szinten a boltokba való árukiszállítási és értékesítési adatok, így az üzletek árumozgása napi szinten ellenőrizhető.

A vizsgálók álláspontja szerint a rendelkezésre álló adatok alapján nem vonható le olyan következtetés, hogy az eljárás alá vontnál a leosztási rend tekintetében a felkészülést érintő hálózati (rendszer) szintű hiba vagy hiányosság állna fenn, amelyet az eljárás alá vont felróható módon figyelmen kívül hagyott volna az akciós termékek elérhetőségének vonatkozó reklámígéretének megfogalmazásakor.

¹⁴ Vj-043-003/2010. sz. irat 13. pont

¹⁵ Vj-043-003/2010. sz. irat 8. pont

6. A vizsgálat eredménye

A becsatolt adatok alapján összességében megállapítható, hogy a vizsgált 30 termékek felénél – a 2. pontban hivatkozott 15 termék – nem merült fel készlethiány, így ezen termékek esetében a korábban részletezett, további tényállási elemek meglétét nem vizsgálták a vizsgálók.

A 3.1.a) pontban felsorolt 12 termékkel kapcsolatban megállapítható, hogy az Aldi a termékek korábbi akciójában értékesített mennyiség többszörösével készült fel az akcióra, és termékekből minden üzlet rendelkezett nyitókészlettel, mely azonban az előre nem kiszámítható, vártnál magasabb kereslet miatt az akció első napjaiban elfogyott.

A 3.1.b) pontban hivatkozott Scheppach Rönkhasító gép (2009.09.10.-2009.09.16) nem tartozik az Aldi állandó kínálatába, csupán egyszeri alkalommal, eseti jelleggel került értékesítésre. Ezért a termék akciós nyitókészlet mennyiségének tervezése során a termék korábbi akciójában értékesített mennyiség hiányában csak a várható kereslet volt figyelembe vehető. A termékből minden üzlet rendelkezett nyitókészlettel, mely azonban az előre nem látható, vártnál magasabb kereslet miatt számos üzletben elfogyott az akció első napjaiban.

A 3.1.c) pontban hivatkozott

- A Milfina Fruit Milfinis (2009.09.06.-2009.09.12.) termék esetében mindössze az érintett üzletek 7%-ban merült fel hosszabb-rövidebb idejű készlethiány.
- a Sertéskaraj (2009.09.06.-2009.09.12.) akcióra megrendelt mennyisége minőségi hiba miatt a beszállító felé visszárúzásra került.

A vizsgált termékek az Aldi teljes választékát képviselték, az eljárás során vizsgált 3 reklámújságban szereplő kb. 210 féle termékből a készlethiányos termékek (15 db) aránya 7,1 % volt. Ahogyan azonban az előbbieken kifejtésre került, ezen 15 termékből 13 esetében megállapítható volt, hogy az eljárás alá vont – a korábbi akciókban értékesített mennyiséget figyelembe véve – megfelelő készlettel készült fel az adott termék akciójára, a készlethiány pedig valószínűsíthetően az előre nem látható magas keresletnek köszönhetően alakult ki. Így az eljárás alá vont valószínűsíthetően felróható magatartása következtében kialakult készlethiány az esetek elenyésző hányadában merült fel.

A fentiek alapján a vizsgálók álláspontja szerint nem bizonyítható, hogy az Aldi nem kellő gondossággal készült fel a vizsgált termékek akciójára, és az üzletlánc vizsgált kereskedelmi gyakorlata alapján nem valószínűsíthető, hogy az adott áru meghatározott áron való vásárlására úgy hívott fel, hogy alapos oka volt feltételezni, hogy azt, vagy az azt helyettesítő árut a kínált áron nem fogja tudni megfelelő időtartamig, és mennyiségben szolgáltatni, vagy más vállalkozástól beszerezni.

A Tpvt. 71/A. §-a szerint a vizsgáló a hivatalból indított versenyfelügyeleti eljárást megszünteti akkor is, ha a vizsgálat során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg törvénysértés, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

A vizsgálat eredményei alapján megállapítható, hogy a vizsgált magatartással összefüggésben az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglaltak megvalósítása nem bizonyítható és ennek megállapítása kapcsán az eljárás folytatásától sem várható eredmény, így a Tptv. 71/A. §-a szerinti megszüntetésnek van helye.

A GVH – a fentiekre alapozottan – nem valószínűsíti az Fttv. melléklete 5. pontjának megvalósítása által – az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése szerinti tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmára vonatkozó rendelkezés megsértését.

A fentiekre tekintettel a GVH a rendelkező részben foglaltak szerint döntött.

A GVH hatáskörét az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése, illetékességét a Tptv. 46. §-a határozza meg. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas, illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.

E végzés ellen a jogorvoslati jog a Tptv. 71/A. §-án és 82. §-án alapul. A jogorvoslati kérelem előterjesztése illetékmentes. A Tptv. 82. §-a (1) bekezdése alapján jogorvoslati kérelmet az ügyfél, akire nézve a végzés rendelkezést tartalmaz, valamint az terjeszthet elő, akivel a végzést a Tptv. alapján közölni kell. A Tptv. 71/A. §-a szerint az eljárást megszüntető végzést a bejelentővel is közölni kell.

Budapest, 2010. július 31.