



GAZDASÁGI
VERSENYHIVATAL

VERSENYTANÁCS

Vj/26-192/2011.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró Versenytanácsa a dr. F. N. jogtanácsos által képviselt **CBA Kereskedelmi Kft.** (Alsónémedi) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt indult eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a **CBA Kereskedelmi Kft.** 2009. január 1. és 2011. március 24. között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott azáltal, hogy

- a CBA franchise rendszer egészére kiterjedő országos akciókkal kapcsolatban kialakított akciótartási rendszere nem szükségszerűen biztosította, hogy az országos akcióban meghirdetett áruk minden CBA üzletben kellő mennyiségben álljanak a fogyasztók rendelkezésére, továbbá azáltal, hogy
- a CBA üzletekben az általa központilag szabályozott és működtetett franchise rendszer egészében a fogyasztók által ténylegesen fizetendő árakkal kapcsolatban nem valósult meg egységes gyakorlat, ami azt eredményezte, hogy a fogyasztók nem a CBA Kereskedelmi Kft. országos akciójában közölt árat, hanem estenként annál magasabb összeget fizettek egyes termékekért.

A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács a **CBA Kereskedelmi Kft** vállalkozás számára megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását, a jelen határozat kézhezvételétől számított 30 nap elteltével.

Az eljáró versenytanács emellett kötelezi **CBA Kereskedelmi Kft** vállalkozást 30.000.000.- Ft (azaz Harmincmillió forint) összegű versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára köteles megfizetni, a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát és a befizetés jogcímét (bírság).

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótléket köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Törvényszéknek címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtható vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Törvényszék a pert

tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a 2011. március 29-én kelt, Vj-26-2011 számú végzésével annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást a CBA Kereskedelmi Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont) ellen, hogy az eljárás alá vont 2009. január 1. és 2011. március 24. között a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. §-a (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértette-e az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat a CBA üzlethálózat akciónak megszervezésénél.
2. Az eljárás megindítását megelőzően a GVH észlelte, az eljárás alá vont úgy jelentette meg a 2010. május 20-29. között érvényes, a CBA üzlethálózat egészét érintő reklámkiadványát, hogy
 - a benne feltüntetett Pöttyös Túró Rudi ára nem volt azonos 16, az ország dunántúli régiójában található CBA üzletre - az ugyanezen időszakban is - érvényes „300 termék 3 hónapig a legjobb áron” szlogenű reklámújságban feltüntetett árával, mivel a termék áráként a CBA üzletlánc egészére érvényes reklámújságban 65 Ft, míg a régiós reklámújságban 69 Ft volt feltüntetve,
 - nem gondoskodott arról, hogy a meghirdetett terméket minden franchise tag által működtetett üzlet megrendelje, és így elérhetővé tegye az akció ideje alatt minden CBA üzletben a fogyasztók számára, mivel a Milli Mia krémtúró az akció első napján, a Valdor Vursli termék pedig az akció teljes ideje alatt nem volt elérhető a CBA Kanizsa Plaza Kft. által üzemeltetett nagykanizsai és zalaegerszegi CBA üzletben.
3. A fentieknek megfelelően az eljárás tárgya annak vizsgálata, hogy az eljárás alá vont 2009. január 1. és 2011. március 24. között
 - az általa tartott országos akciókban gondoskodott-e arról, hogy a meghirdetett termékek valamennyi CBA üzletben elegendő mennyiségben legyenek elérhetőek a fogyasztók számára,
 - miként járt el annak érdekében, hogy
 - az egy adott időszakra szólóan meghirdetett országos akciókban és (részben vagy teljesen) ugyanazon időszakban érvényes egyes régiós akciókban az országos és a régiós kereskedelmi kommunikációk között az akciós áruk ára vonatkozásában ne legyen eltérés,
 - ha mégis eltérés mutatkozik az országos és a régiós szintű kereskedelmi kommunikációk között, akkor a ténylegesen fizetendő ár a fogyasztó számára kedvezőbb mértékű ár legyen.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

4. Az eljárás alá vont 1992-ben alakult 17 bolt részvételével. Alapításának célja az volt, hogy a közös beszerzés előnyeit kihasználva élelmiszer-kiskereskedelmi tevékenységet

végző vállalkozások számára kedvezőbb áruellátást biztosítson mind a választékot, mind a beszerzési árat tekintve. Magyarországon jelenleg több mint 3.000 üzlet tartozik a CBA franchise rendszerhez. A stratégiai szövetséget gazdasági társaságok és magánszemélyek alkotják. Külföldön 9 országban közel 4.000 üzlettel rendelkeznek.

5. A 2010. évben a CBA franchise rendszer az élelmiszer és a háztartási vegyi áru, valamint a kozmetikum kis- és nagykereskedelmi cégek forgalom szerinti rangsorában a második helyen volt a 15,3%-os piaci részesedést jelentő, 555 milliárd forint összforgalommal.
6. Az eljárás alá vont 2010. évi nettó árbevétele meghaladta a 26 milliárd forintot, a 2011. évi nettó árbevétele 31.158.547 eFt volt.
7. Az eljárás megindítását követően az eljárásba bevonásra kerültek a CBA franchise rendszer régiós központjai. A GVH 2011. június 28-án az egyik vállalkozást az eljárásból elbocsátotta (149. sz. végzés), míg a többi régiós központtal szemben az eljárást végzéssel megszüntette (150. sz. végzés).

III.

A CBA franchise rendszer

8. A CBA franchise rendszer felépítése három alappilléren nyugszik:
 - kereskedelmi ügynöki rendszer a CBA Kereskedelmi Kft. és a beszállítók között,
 - master-franchise rendszer a CBA Kereskedelmi Kft. és a régiós központok között,
 - kiskereskedelmi franchise hálózat egyrészt a CBA Kereskedelmi Kft. és a régiós központok, másrészt a kiskereskedelmi franchise átvevők között.
9. A master-franchise szerződések keretében az eljárás alá vont mint rendszergazda franchise jogot ad a master-franchise átvevőnek arra a régióra, amelyben működik. A master-franchise átvevő az élelmiszerkereskedelem piacán egyrészt nagykereskedőként tevékenykedik, másrészt saját tulajdonú üzleteiben közvetlenül kiskereskedelmi tevékenységet is végez.
10. Magyarországon jelenleg 12 régiós központ működik. A régiók pontos földrajzi területét a franchise-tagok nem rögzítik írásban. A régió földrajzi területe megegyezik a master-franchise átvevő székhelyének gazdasági-közigazgatási vonzáskörzetével.
11. A kiskereskedelmi franchise-átvevők üzletei gazdaságilag önállóak, azonban kötelesek a master-franchise által meghatározott árukat forgalmazni, szolgáltatásokat nyújtani (az árukészlet és a szolgáltatások összetételére és tartalmára vonatkozóan ugyancsak a franchise szerződésben meghatározott elvek az irányadók), s megfelelni a franchise rendszer elvárásainak mind külső, mind belső megjelenésük szempontjából.

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

12. Az eljárás indító végzés alapján a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlatot az CBA franchise rendszerének működése jelenti.

A CBA franchise rendszerben tartott akciók

13. A CBA franchise rendszerben háromféle akció különböztethető meg:

- az eljárás alá vont, mint rendszergazda az egész országra kiterjedő marketing- és reklámtevékenységet végez, kétféle, az ország valamennyi CBA üzletére vonatkozó akciót lebonyolítva:
 - az eljárás alá vont a hónap második felében havi rendszerességgel hirdeti meg akciót, amelyekben az akciós termékek száma eléri a 150-200-at. Ezekről az akciókról igen nagy példányszámban saját reklámújságot bocsát ki,
 - az emellett lebonyolított, egész hónapra érvényes akciók kb. 30 terméket ölelnek fel,
- a régiós központok is végezhetnek saját hatáskörben és saját kockázatokra, az országostól független reklámtevékenységet. Ezek a régiós akciók jellemzően a hónap első felében kerülnek meghirdetésre, s az akciókról ugyancsak reklámújságok jelennek meg,

(Az országos és régiós akciók mellett az egyes üzletek önállóan is szerveznek akciókat, ezeket a központ azonban nem tekinti legális akcióknak.)

Az országos akciók

14. A master-franchise szerződés rendelkezései értelmében az eljárás alá vont, mint rendszergazda végzi a rendszerszintű marketinget és az országos (esetleg) nemzetközi reklámozási tevékenységet is, amelybe bevonja a régiós központokat mint átadókat, valamint a hozzájuk kapcsolódó átvevőket (az üzletek tulajdonosait).
15. Az országos akciók esetében a rendszergazda felelős az akció meghatározásáért, a termékkörök és az árak kialakításáért, az akciós beszállítási időszak kijelöléséért, valamint az akciós reklámújság kiadásáért.
16. Az adott év országos akcióinak időszakairól az eljárás alá vont az előző év végén, az országos akciós ütemtervének elfogadása után tájékoztatja a régiós központokat, akik ennek megfelelően tudják saját akciós időpontjukat kialakítani.
17. Az eljárás alá vont az éves marketing tervét a benne szereplő országos akciók időpontjaival megküldi a régiós központoknak, amelyek azt figyelembe tudják venni saját régiós akciójuk meghatározásakor, azzal, hogy az országos akcióban érintett áruk pontos köre és ezen áruk akciós ára csak az adott országos akció előtt néhány héttel válik ismertté a régiós központok előtt.
18. Az aktuális országos akcióban érintettként forgalmazni tervezett termékekről az eljárás alá vont néhány héttel az akciót megelőzően tájékoztatja a régiós központokat. Ezt követően néhány hét múlva az eljárás alá vont megadja a pontos termékkört és az akciós árakat (105. sz. irat).
19. A franchise-átvevők (az üzletek tulajdonosai) felelősek az akciós reklámújságban meghatározott termékek beszerzésért, illetve az akciós reklámújságban kialakított árak alkalmazásáért.
20. Az országos akcióban érintett áruk rendelkezésre állását az eljárás alá vont, mint rendszergazda által megkötött szállítási szerződések hivatottak biztosítani, az egyes termékekből megrendelni kívánt mennyiségeket az egyes franchise vállalkozások

(üzletek) kalkulálják ki saját felméréseik, tapasztalataik alapján. Az árukat közvetlenül az üzletbe, a régiós központba vagy a rendszergazda raktárába szállítják, ahonnan a rendszer tagjai megrendeléssel és a szállítás megszervezésével kötelesek a kiszállításról gondoskodni.

21. Az eljárás alá vont által a beszállítókkal megkötött szerződések nem határozták meg a termékekre vonatkozó mennyiségeket, azok az egyes megrendeléseknek megfelelően kerülnek rögzítésre, az egyes üzletek szállítók felé leadott megrendelésének adatai nem ismertek az eljárás alá vont előtt. Az eljárás alá vont előtt nem ismertek az akciós aktivitás nettó árbevételére vonatkozó adatok sem. A termékek túlnyomó többsége esetén a megrendeléseket az egyes üzletek közvetlenül a szállítók felé adják le. A megrendelésre kerülő termékek mennyiségét az egyes franchise vállalkozások kalkulálják ki saját felméréseik, tapasztalataik alapján, s biztosítják a szükséges mennyiséget a szállítóval történő közvetlen rendelés útján (130. sz. irat).
22. A franchise szerződés szerint az üzletek kötelesek olyan értékű és összetételű raktárkészletet fenntartani, hogy az a vevők kiszolgálását magas színvonalon lehetővé tegye. A rendszergazda (az eljárás alá vont vállalkozás) pedig köteles biztosítani a működés feltételeit, ebben a körben a megfelelő árukészlet lehetőségét. (lásd: Franchise szerződés 3.§. 3.2. és 3.1. pontok.)
23. Az országos akciókban foglaltak betartását az eljárás alá vont ellenőrzi. Az országos akciók ellenőrzése ugyanakkor nem jelenti az összes üzlet folyamatos ellenőrzését valamennyi akciós termék vonatkozásában az akció teljes időtartama alatt. Az egyes ellenőrzések alkalmával azt tudja az eljárás alá vont vizsgálni, hogy az adott pillanatban a kiválasztott akciós termék megtalálható-e a boltban a meghirdetett akciós áron. Az azonban az adott üzlet felelőssége, hogy az egyes üzletek mennyit rendelnek, s erre vonatkozó adatokkal az eljárás alá vont nem is rendelkezik (130.sz. irat).
24. Ha a franchise-átvevő a rendszergazda eljárás alá vont által kialakított akciót nem, vagy hibásan teljesíti, s erről a rendszergazda értesül, a nem megfelelően teljesítő CBA franchise-átvevőt felszólítja a megfelelő teljesítésre, majd többszöri, súlyos szerződésszegés esetén a franchise-szerződésben rögzített szankciók kerülnek alkalmazásra. Ezen túlmenően a franchise szerződések nem terjednek ki az országos (és a régiós) akciók konkrét megszervezésére.
25. Az eljárás alá vont az általa lefolytatott ellenőrzések jegyzőkönyveiből 10 darabot küldött meg (4. sz. irat). Az ellenőrzések 2010. március 7. és 2010. november 16. között történtek. Ezek közül öt érintette az országos akcióban meghirdetett termékek fogyasztók általi elérhetőségét és árát. Mind az öt esetben megállapítást nyert, hogy nem minden akciós termék volt megtalálható az adott üzletben (az elérhető akciós termékek aránya eltérő volt: 34, 43, 84, 89, 91%). Az ötből két esetben került megállapításra, hogy egyes akciós termékeknél áreltérés van, a fogyasztó által ténylegesen fizetendő ár magasabb, mint az akcióban meghirdetett ár (az egyik esetben 8, a másik esetben 10 áreltérés került azonosításra).
26. A Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság Nyugat-Dunántúli Regionális Felügyelősége által az egyik nagykanizsai CBA üzletben 2010. május 20-án lefolytatott hatósági ellenőrzésről készített jegyzőkönyvből (50. sz. irat) megállapíthatóan a 2010. május 20. és 29. között érvényes országos akcióban meghirdetett áruk közül néhány nem volt kapható az akció első napján.

A régiós akciók

27. Az eljárás alá vont és a régiós központok között létrejött master-franchise szerződés rögzíti, hogy a master-franchise átvevő önálló beszerzési, értékesítési, marketing stb. tevékenységet folytathat. A master-franchise szerződés, valamint a master-franchise és az egyes franchise szerződések elválaszthatatlan részét képező ún. működési kézikönyv értelmében a régiós központ havonta régiós CBA akciót szervez, amelyhez színes, fényképes reklámújságot térítésmentesen biztosít az üzletek részére.
28. A franchise szerződések nem terjednek ki a régiós (és az országos) akciók konkrét megszervezésére.
29. A régiós akcióban részt vevő áruk körét és árát a régiós központok határozzák meg. A régiós központok által szervezett akciókról az eljárás alá vont a megküldött akciós reklámújságok útján, utólag szerez tudomást. (lásd: 25., 26., 29., 30., 32., 33. és 60. sz. irat)
30. Az általuk megszervezett és lebonyolított régiós akciókért a régiós központok a felelősek. Az előre megtervezett akciós időpontokról tájékoztatják a beszállítókat, akik elküldik akciós ajánlataikat, az áruforgalmi beszerzők pedig összeállítják az akciós termékkört. Az akciós árukészletet a régiós központok rendelik meg. A régiós akciók kapcsán a szállítóknak való leadási határidő több héttel, adott esetben mintegy egy hónappal előzheti meg az akció kezdetét (lásd 60. számú irat 1. számú tábla).

Az azonos időszakban tartott országos és a régiós akcióban érintett áruk kereskedelmi kommunikációkban közölt árai közötti eltérés esetén követendő eljárás

31. A master-franchise és az egyes franchise szerződések elválaszthatatlan részét képező működési kézikönyv az akciós árak vonatkozásában rögzíti, hogy
- a franchise átvevő az akcióba bevont termékek és szolgáltatások árait köteles betartani, amennyiben azok országos kampányként meghirdetett árak és ezek a CBA újságban, más sajtótermékekben, rádióban, televízióban vagy terjesztett szórólapon meghirdetett árak. A fenti szabály nem jelenti azonban a minimálár megkötést, és nem akadályozza a partnert abban, hogy alacsonyabb árakat határozzon meg,
 - a lokális akciók árai csak az adott területre érvényesek, ott azonban kötelező érvényűek. A fenti szabály nem jelenti azonban a minimálár megkötést, és nem akadályozza a partnert abban, hogy alacsonyabb árakat határozzon meg.
32. Az eljárás során beszerzett adatokból megállapíthatóan az eljárás alá vont által szervezett országos akciókban meghirdetett árak nem szükségszerűen érvényesülnek a CBA franchise rendszer egészében. Az adatok szerint
- egyes üzletek az országos akcióban meghirdetett árat alkalmazták (lásd pl. 128. sz. irat), azonban
 - más üzletek nem az országos akcióban meghirdetett árat, hanem ettől eltérő
 - **alacsonyabb** árat alkalmaztak, így például adott üzletben 2010. január 28. és 2010. február 2. között a Soproni üveges sör 0,5 l esetén a fogyasztói ár 139 Ft volt (127. sz. irat), miközben a 2009. január 21. és 30. között országos akciós reklámújságban szereplő ár a Soproni üveges sör 0,5 l termék esetében 159 Ft volt,
 - **magasabb** árat alkalmaztak:

- az adott üzletben az Oké! Félzsíros tehéntúró 500g termék ára 494 Ft volt 2009. január 14. és 25. között (124. sz. irat), míg a 2009. január 23. és 31. között meghirdetett országos akcióban adott tájékoztatás szerint a termék ára 449 Ft volt,
 - az üzletben 2009. május 20. és 26. között a Sága füstölt ízű pulykapárizsi esetén a fogyasztó felé az ár 1.180 Ft/kg volt (124. sz. irat), miközben a 2009. május 22-30. között érvényes országos akció reklámújságban szereplő ár a Sága füstölt pulykapárizsi esetében 1.049 Ft/kg volt,
 - a vállalkozás 2009. június 11-21. között a Korona tészta, spagetti 500 gr esetén a fogyasztói árat 229 Ft-ban határozta meg (129. sz. irat), miközben a 2009. június 19-27. közötti országos akció reklámújságban szereplő ár a Korona tészta, spagetti, makaróni 500 g esetében 219 Ft volt,
 - az adott üzletben 2010. január 13. és 24. között a Nesquick 200g esetén a fogyasztó felé az ár 260 Ft volt (124. sz. irat), miközben a 2009. január 21. és 30. között érvényes országos akció reklámújságban szereplő ár a Nesquick kakaópor vitaminnal 200g termék esetében 219 Ft volt,
 - az üzletben 2010. január 13. és 24. között a Tomi Kristály kompakt mosóporok 2 kg esetén a fogyasztó felé az ár 1.025 Ft volt (124. sz. irat), miközben a 2009. január 21. és 30. között országos akció reklámújságban szereplő ár a Tomi Kristály kompakt mosóporok 2kg esetében 899 Ft volt.
33. Az országos akcióban meghirdetett ártól magasabb árak alkalmazása egyes esetekben arra (is) vezethető vissza, hogy az országos és a régiós akciók időben (legalább részben) egybeeshetnek. A CBA franchise rendszeren belül nincs olyan mechanizmus, amely kizárná, hogy a régiós akciók időben ne essenek egybe az országos akciókkal,
34. Az is több esetben megtörténik, hogy egy adott áru az időben (legalább részben) egybeeső országos és régiós vagy más akcióban egyaránt érintett, méghozzá eltérő meghirdetett akció áron. Ezt mutatja a 2010. május 10. és augusztus 8. között megtartásra került „300 termék 3 hónapig a legjobb áron” elnevezésű (régiós) akcióban és az ezen időszakban megtartott országos akciókban érintett áruk összevetése (lásd az előzetes álláspont 1. sz. mellékletét). A vizsgálat során a „300 termék 3 hónapig a legjobb áron” elnevezésű akció reklámújságjának kiadóját nem sikerült megállapítani, ugyanakkor a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság Nyugat-Dunántúli Regionális Felügyelősége által 2010. május 20-án lefolytatott hatósági ellenőrzés irataiból (50. sz. irat) az megállapítható, hogy az akcióban pl. a Nagykanizsa, Európa Tanács utca 2. szám alatti CBA üzlet érintve volt].
35. Az eljárás során beszerzett adatokból (lásd a 188. számú előzetes álláspont 2. sz. mellékletét) megállapíthatóan
- a vizsgálattal érintett időszakban több esetben fordult elő, hogy egy adott áru eltérő áron ugyanazon időben érintett volt az országos és egy régiós akcióban is,
 - egyes esetekben az országos akcióban meghirdetett ár alacsonyabb volt, mint a régiós akcióban meghirdetett ár,
 - más esetekben az országos akcióban meghirdetett ár volt magasabb, mint a régiós akcióban meghirdetett ár.
36. Az is megállapítható volt, hogy a CBA franchise rendszeren belül nem érvényesült olyan általános gyakorlat, amelyet következetesen alkalmaztak volna, ha egy adott áru eltérő

áron ugyanazon időben érintett volt az országos és egy régiós akcióban is (lásd a 188. sz. előzetes álláspont 2. sz. mellékletének alábbi pontjait), hiszen volt, hogy

- az országos akcióban meghirdetett magasabb ár (2., 8., 10., 16., 21., 32., 33., 34. pont),
- az országos akcióban meghirdetett alacsonyabb ár (1., 3., 4., 5., 6., 9., 11., 26., 30. pont),
- a régiós akcióban meghirdetett magasabb ár (3. és 15. pont),
- a régiós akcióban meghirdetett alacsonyabb ár (2., 7., 13., 14., 17., 18., 20., 22., 23., 25., 27., 28., 29., 31., 32., 33., 34., 35., 36., 37. pont),
- az országos és a régiós akcióban meghirdetett ártól egyaránt eltérő, azoktól alacsonyabb ár (12., 19., 24. pont)

került alkalmazásra.

37. A Nagykanizsa, Európa Tanács utca 2. szám alatti üzletben 2010. május 20-án a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság Nyugat-Dunántúli Regionális Felügyelősége által lefolytatott hatósági ellenőrzésről készült jegyzőkönyvből (50. sz. irat 1. számú melléklete) megállapíthatóan a 2010. május 20. és 29. között érvényes országos akcióban 65 Ft-ért meghirdetett Túró Rudi termékért a fogyasztóknak ténylegesen 69 Ft-ot kellett fizetniük, annyit, mint amennyi a „300 termék 3 hónapig a legjobb áron” című, 2010. május 12. és augusztus 10. között érvényes reklámújságban szerepelt.

38. Nem ismert olyan központi, az egész CBA franchise rendszerre kiterjedő szabályozás, amely az azonos időben, eltérő fogyasztói árakkal meghirdetett áruk esetén alkalmazandó. Egyik régiós központ előadása szerint, ha egy termék azonos időben, de eltérő áron az akciós reklámújságban is megjelenő módon szerepel az országos és a régiós akcióban, akkor az országos akciós reklámújságban szereplő árak és termékek élveznek elsőbbséget, és az országos árat alkalmazzák (26., 29. és 30. sz. iartok). Volt ugyanakkor olyan régiós központ, amely szerint az akciók átfedésekor minden esetben az alacsonyabb árat alkalmazták a fogyasztók felé (131. sz. irat). A véletlenszerűen kiválasztott és a GVH által megkeresett CBA üzletek nyilatkozatai szintén az egységes gyakorlat hiányát támasztják alá (124., 128. és 132. sz. irat).

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

39. Az eljárás alá vont által benyújtott iratokból egyértelműen megállapíthatóak a CBA franchise rendszer működésének szabályai és ennek alapján a vizsgált magatartás felelőse.

40. A CBA franchise rendszerben való működés az eljárás alá vont részére nem teszi lehetővé az üzletszintű készletmozgásra vonatkozó adatok ismeretét, mivel a CBA Kereskedelmi Kft. a beszállítókkal kötött éves keretszerződése keretében a szállítók közvetlenül az üzleteknek szállítanak az üzletek által jelzett időpontban és igényelt mennyiségben. A franchise szerződésben a franchise rendszer tagjai kötelezettséget vállalnak arra vonatkozóan, hogy a CBA központ által meghirdetett akcióban részt vesznek, de azt, hogy az akcióban foglaltakat az egyes üzletek betartották-e, a CBA központ nem tudja ellenőrizni. Az országos akciók ellenőrzése nem jelenti az összes üzlet folyamatos ellenőrzését valamennyi akciós termék vonatkozásában az akció teljes időtartama alatt. Az egyes ellenőrzések alkalmával azt tudja a CBA Kereskedelmi Kft. vizsgálni, hogy az adott pillanatban a kiválasztott akciós termék megtalálható-e a boltban a meghirdetett akciós áron. Az azonban, hogy az egyes üzletek mennyit

rendelnek, az adott üzlet felelőssége, és az erre vonatkozó adatokat is csak az adott üzletet üzemeltető franchise vállalkozás tudja rendelkezésre bocsátani.

41. A tárgyaláson az eljárás alá vont ismételten hangsúlyozta az egyes szerződött partnerei jogi és gazdasági önállóságát, illetve utalt arra is, hogy a kiterjedt hálózatra tekintettel nem lehet minden üzletben állandó ellenőr jelen, aki minden árucikket folyamatosan ellenőrizne. A központ kezében a franchise szerződés értelmében az ellenőrzés lehetősége van meg, amely végső soron elvezethet a franchise tagság megszüntetéséhez.
42. Előadta azt is, hogy sajnálatos módon megállapítható volt számára is az a tény, hogy a tagok nem mindig veszik a fáradságot arra, hogy megismerjék a központ által megküldött információkat, tájékoztatókat.
43. Az eljárás alá vont szerint az ügyintézési határidő jelen ügyben letelt, ezért a GVH-nak a döntését már meg kellett volna hoznia.

VI. Jogi háttér

44. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében 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 a törvény hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
45. Az Fttv. 2. §-ának
 - a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
 - d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
 - h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.
46. 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 jóhízeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el, 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, 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.

47. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése értelmében 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. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.
48. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
49. Az Fttv. 14. §-a alapján 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. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
50. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja alapján a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
51. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, és az f) pontja szerint megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
52. 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 (2) bekezdés szerint ha az (1) bekezdés szerinti vállalkozásoknak, illetve vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hitelesnek tekinthető információ, a bírság maximumának meghatározásakor az utolsó hitelesen lezárt üzleti év árbevétele az irányadó. 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 felrúgóhatóságára,

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.

VII. A Versenytanács döntése

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítéléséhez alkalmazandó jogszabály

53. A jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlat önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyek irányában valósult meg. Ennek megfelelően a Versenytanács a kereskedelmi gyakorlat elbírálását az Fttv. alapján végezte el.

Kereskedelmi gyakorlat

54. Az Fttv. definíciója szerint kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja. A kereskedelmi kommunikáció pedig a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől.

55. Az eljárás alá vont vállalkozás a CBA franchise rendszer gazdjaként a franchise rendszerhez csatlakozott üzletek által folytatott élelmiszer és háztartási áruk kereskedelmének előmozdítása érdekében országos akciót szervez, melyeket – többek között – országosan terjesztett akciós újságok révén népszerűsít. Mivel ezen tevékenysége mind az eljárás alá vont által üzemeltetett, mind a franchise rendszerhez csatlakozott egyéb üzletek értékesítésének ösztönzését szolgálja, a Versenytanács a jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából kereskedelmi gyakorlatnak tekintette a CBA Kereskedelmi Kft. országos akciós újságokban népszerűsített országos akciótartási gyakorlatát.

A kereskedelmi gyakorlat által megcélzott, illetve elért fogyasztók

56. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelésekor a Versenytanács az olyan fogyasztó magatartását vette alapul, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Az „ésszerűség” kapcsán kiemelendő, hogy

- a fogyasztótól az „ésszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információ helytállóságát. A kereskedelmi kommunikációk egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínálnak, s a fogyasztó – számára költségmegtakarítást eredményezően – valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában,
- az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikációk által nyújtott tájékoztatásban, a vállalkozás szavahihetőségében, hanem a

kereskedelmi kommunikációkat egy ésszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

Az üzleti döntés

57. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró üzleti döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel.
58. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is.
59. Az üzleti döntés fogalmával összefüggésben a Versenytanács kiemeli, hogy annak tartalma eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezéseiként való értékelésétől, a szerződés megkötésének aktusától, így üzleti döntésnek minősül például a fogyasztó azon döntése is, mely során azonosítja a szükségletét, ennek során eldönti, hogy valamely árut meg kíván-e vásárolni, s ha igen, azt milyen feltételekkel, milyen ár ellenében, melyik üzletláncba tartozó üzletben.

A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat általános tilalma

60. Az Fttv. 3. §-a (1) bekezdése általános értelemben mondja ki, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt generálklauszula a legáltalánosabban megtiltja a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, s lehetőséget teremt arra, hogy olyan kereskedelmi gyakorlatokkal szemben is fel lehessen lépni, amelyek nem szerepelnek az Fttv. mellékletében, illetve nem tekintendők az Fttv. 6-8. §-a szerint megtévesztőnek vagy agresszívnek.
61. Az Fttv. értelmében tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el [Fttv. 3. § (2) bekezdés a) pont].
62. A jóhiszeműség és tisztesség elve a korrektség, tisztesség objektív követelményét támasztja a vállalkozással szemben. A fogyasztói magatartás befolyásolásában nyilvánvalóan érdekelt (és az információs aszimmetria révén a kínálatáról nyilvánvalóan pontosabb információkkal rendelkező) vállalkozásnak a fogyasztókkal szembeni kereskedelmi gyakorlatok tanúsítása során úgy kell eljárnia, ahogy azt a jóhiszeműség és tisztesség mint egyfajta objektív zsinórmérték megkívánja, azaz annak megfelelően, ahogy egy jóhiszemű és tisztességes vállalkozás az adott helyzetben eljárna.
63. A jóhiszeműség és tisztesség elve egyfajta erkölcsi, etikai alappal bíró követelmény, amely érvényesülni rendeli a megbízhatóságot, azzal, hogy a bizalom a fogyasztó oldalán oly módon jelentkezik, hogy a fogyasztó bízhat abban, a vállalkozás jóhiszemű és tisztességes kereskedelmi gyakorlatot folytat vele kapcsolatban.
64. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat általános tilalma lehetővé teszi, hogy egy vagy több vállalkozás akciótervezési gyakorlata kapcsán nem csak az olyan kereskedelmi gyakorlattal szemben lehet fellépni,
 - amely esetében maradéktalanul teljesülnek az Fttv. melléklete szerinti tényállások, így például az Fttv. mellékletének 5. pontjában foglaltak (mely pont értelmében

tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül az 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), vagy

- amely az Fttv. 6-7. §-a alapján megtévesztőnek vagy a az Fttv. 8. §-a alapján agresszívnek minősülne, így például az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése c) pontjának az alkalmazásával (azáltal, hogy a kereskedelmi gyakorlat valótlan információt tartalmaz vagy valós tényt olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte vonatkozásában).

65. Ennek megfelelően az Fttv. alapján egy vagy több vállalkozás akciótartási gyakorlata nemcsak egy vagy több termékre kiterjedően vizsgálható, hanem az akciótartási gyakorlat egészére, annak szabályozottságára, rendszerére vonatkozóan is.

66. Az előzőekben kifejtettekre tekintettel az Fttv. általános tilalma keretében mód nyílik annak Versenytanács általi értékelésére, hogy az eljárás alá vont 2009. január 1. és 2011. március 24. között ezen általános tilalomba ütköző kereskedelmi gyakorlatot valósított-e meg

- az általa tartott országos akciók kapcsán a meghirdetett áruk fogyasztók általi elérhetőségének biztosítása,
- az időben és egyes áruk esetében egybeeső országos és a régiós, illetve egyéb akciók kapcsán meghirdetett és ténylegesen alkalmazott árak vonatkozásában, az értékelést nem egyes akciókra vagy árukra korlátozva, hanem az eljárás alá vont által működtetett akciótartási rendszer egészét minősítve.

Az országos akciókban meghirdetett áruk fogyasztók általi elérhetőségének biztosítása

67. A vállalkozások által megtartott és különböző kereskedelmi kommunikációk, így például egy nagy példányszámban megjelenő akciós reklámújság révén népszerűsített akciókkal kapcsolatban a vállalkozásoknak szem előtt kell tartaniuk, hogy

- a reklámújságban történő megjelenés azt az üzenetet közvetíti a fogyasztók felé, hogy az áru az akcióban érintett üzletekben rendelkezésre áll, megvásárolható,
- általában önmagában a reklámújságban történő megjelenés alkalmas az akcióban érintett áruk iránti fogyasztói figyelem, illetve a fogyasztói kereslet növelésére.

68. Amint azt az Fttv. mellékletének 5. pontja kapcsán a Versenytanács már több alkalommal aláhúzta, 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.

69. A meghirdetett akciókra történő megfelelő felkészülés követelménye nemcsak az Fttv. mellékletének 5. pontja körében fogalmazódik meg, hanem általános szinten is. A jóhiszeműség és tisztesség elve azt követeli meg a vállalkozásoktól, hogy az általuk meghirdetett akciók lebonyolítására megfelelően készüljenek fel, s így az akcióban érintett áruk megfelelő számban legyenek elérhetők a fogyasztók számára, a vállalkozás által rendelkezésre álló készlet az általa az akciótartással befolyásolt kereslethez

igazodjék. Ez feltételezi egyebek között a korábbi fogyasztói keresletre vonatkozó adatok beszerzését és elemzését, nem mellőzve azt sem, hogy egy adott áru vonatkozásában megnyilvánuló keresletet számos körülmény befolyásolja (a kereslet függ a szezontól, a meghirdetett akció engedményeitől, a vásárlói hangulattól, a versenytársak magatartásától stb.).

70. A jelen esetben ismert, hogy a havi rendszerességgel megtartott országos akciók, az érintett áruk és azok árainak meghatározását az eljárás alá vont végzi el, s köti meg a beszállítókkal az ezzel kapcsolatos szerződéseket, azzal, hogy ezen szerződésekben nem kerülnek meghatározásra a termékekre vonatkozó mennyiségek, mivel azok csak az egyes üzletektől érkező megrendeléseknek megfelelően kerülnek rögzítésre. Az egyes üzletek forgalmi adatai ugyanakkor nem ismertek az eljárás alá vont előtt. Amint azt az eljárás alá vont előadta, a megrendelésre kerülő termékek mennyiségét az egyes franchise vállalkozások kalkulálják ki saját felméréseik, tapasztalataik alapján.
71. Az ily módon működtetett rendszer alkalmatlan annak biztosítására, hogy az országos akcióban meghirdetett áruk minden CBA üzletben kellő mennyiségben álljanak a fogyasztók rendelkezésére, s azt eredményezi, hogy a fogyasztói oldalon a széles körű kereskedelmi kommunikáció által keltett kereslet kielégítetlen maradhat, adott esetben oly módon, hogy egyes áruk vonatkozásában megállapíthatóvá válhatna az Fttv. mellékletének 5. pontja szerinti kereskedelmi gyakorlat megvalósulása.
72. Az eljárás alá vont mint rendszergazda, a CBA franchise rendszer egészének kézben tartója nem hozott létre olyan, az akciótartási gyakorlatot működtető rendszert, amely a beépített mechanizmusainak következtében képes lenne annak biztosítására, hogy az eljárás alá vont által meghirdetett országos akciók esetében az akcióban érintett áruk valamennyi CBA üzletben a megfelelő mennyiségben álljanak a fogyasztók rendelkezésére. Erre a Versenytanács álláspontja szerint a franchise szerződésnek a jelen határozat 22. pontjában hivatkozott azon rendelkezése sem alkalmas, amely szerint az üzletek kötelesek olyan értékű és összetételű raktárkészletet fenntartani, hogy az a vevők kiszolgálását magas színvonalon lehetővé tegye.
73. Az akciótartási rendszer, illetve a szerződéses rendelkezések elégtelen voltát bizonyítják az eljárás alá vont által megküldött, az általa lefolytatott ellenőrzések megállapításait tartalmazó jegyzőkönyvek, amelyek közül öt érintette az országos akcióban meghirdetett termékek fogyasztók általi elérhetőségét, s mind az öt esetben az eljárás alá vont ellenőrzése azt rögzítette, hogy nem minden akciós termék volt megtalálható az adott üzletben (lásd 4. sz. irat: az elérhető akciós termékek aránya eltérő volt: 34, 43, 84, 89, 91%).
74. A Versenytanács utal eljárás alá vont azon előadására is (Vj/026-130/2011.), amely arra mutat rá, hogy az országos akciók eljárás alá vont mint rendszergazda általi ellenőrzése nem jelenti az összes üzlet folyamatos ellenőrzését valamennyi akciós termék vonatkozásában az akció teljes időtartama alatt. Az egyes ellenőrzések alkalmával csak azt tudja az eljárás alá vont vizsgálni, hogy az adott pillanatban a kiválasztott akciós termék megtalálható-e a boltban a meghirdetett akciós áron, az ellenőrzés ugyanakkor nem terjed ki arra, hogy az üzlet megfelelő, az akcióra tekintettel indokolt mennyiségű árut rendelt-e.
- A Versenytanács nem fogadta el ebben a körben az eljárás alá vontnak azt a védekezését, hogy nem tudja folyamatosan a teljes hálózatot ellenőrzése alatt tartani. Erre a Versenytanács álláspontja szerint sincs szükség, de elvárható lenne, hogy a franchise rendszer szervezője, működtetőjeként olyan feltételrendszert dolgozzon ki, amely részletesen szabályozza az akciók esetleges időbeli átfedése esetén követendő eljárását, és

ezen belül a meghirdetett árak közül az alacsonyabb ár alkalmazását, valamint az egyes üzletekben a megfelelő mennyiségű áru biztosítását.

Ennek nem mond ellen az a tény, hogy az egyes üzletek (franchise tagok) jogilag és gazdaságilag is függetlenek.

A rendszergazdának van lehetősége - a Versenytanács álláspontja szerint – arra, hogy központilag szabályozza ezeket a kérdéseket.

75. Kiemelendő továbbá, hogy az eljárás alá vont által megtartott és igen széles körben meghirdetett országos akciók alkalmasak a fogyasztói döntési folyamatok befolyásolására, s az akciós árak fogyasztók általi elérhetőségével kapcsolatos, a jóhiszeműség és tisztesség elvébe ütköző kereskedelmi gyakorlat alkalmas arra, hogy érzékelhetően rontsa a fogyasztó lehetőségét az árukkal kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, s ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítheti, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

Az országos és a régiós akciókban azonos időben meghirdetett áruk reklámozott és ténylegesen alkalmazott ára

76. Jogsértést eredményez a kereskedelmi gyakorlat, ha az a vállalkozás által az akcióban meghirdetett áru áráról valótlan információt tartalmaz, s ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

77. Az ár az áru lényeges jellemzője. Az árra vonatkozó információ általában alkalmas arra, hogy a fogyasztói döntési folyamatot befolyásolja, így az árra vonatkozó valótlan információ a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítheti, amelyet az egyébként nem hozott volna meg.

78. Míg az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése c) pontjának alkalmazására egy vagy több meghatározott áru árára vonatkozó információt tartalmazó kereskedelmi kommunikáció elbírálásakor kerülhet sor, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok általános, Fttv.-ben meghatározott tilalma lehetővé teszi, hogy a vállalkozás akciótartási gyakorlatának árakkal kapcsolatos vonatkozásai általános, az egész akciótartási rendszerre kiterjedő jelleggel értékelésre kerüljenek.

79. A jelen esetben megállapítást nyert, hogy eljárás alá vont mint rendszergazda által működtetett rendszer az országos akciókkal kapcsolatban

- nem foglalt magában egy kellően szabályozott, következetes, a CBA franchise rendszer egészében alkalmazott mechanizmust az egy időben, nemcsak egy akcióban és nem egy áron hirdetett áruk esetében alkalmazandó ár vonatkozásában, továbbá
- lehetővé tette, hogy
 - egy adott termék ne csak az országos akcióban, hanem egyazon időpontban regionális akcióban is érintett legyen, méghozzá az országos akcióban meghirdetettől eltérő áron, s azt is, hogy
 - az ugyanazon időpontban két különböző akcióban eltérő áron meghirdetett áru megvásárlása esetén a fogyasztónak ténylegesen nem az alacsonyabb árat kellett megfizetnie.

80. A Versenytanács megítélése szerint az eljárás alá vont által követett akciótartási gyakorlat azért sem volt alkalmas a feltárt hiányosságok kiküszöbölésére, mert maradéktalanul nem tette lehetővé a különböző akciókban alkalmazott árak összehangolását, hiszen az aktuális országos akcióban érintettként forgalmazni tervezett

termékekről konkrétan, megadva az árakat is az eljárás alá vont csak néhány héttel az akciót megelőzően tájékoztatta a régiós központokat, olyan időben, amikor a régiós akció szervezése már előrehaladott állapotában van (pl. a régiós akciók kapcsán a szállítóknak való leadási határidő mintegy egy hónappal előzi meg az akció kezdetét, amikor az országos akció pontos részletei még nem is ismertek a régiós központ előtt, lásd 60. sz. irat 1. számú tábláját).

81. Önmagában az nem minősül jogsértőnek, hogy a CBA franchise rendszerben megtartott országos és régiós vagy egyéb akciók időben egybeesnek, s egyes áruk mindkét akcióban érintettek, ugyanakkor az jogsértést eredményezhet, ha ezen áruk ára az akciókban nem azonos mértékben kerül meghirdetésre (mivel ilyenkor az egyik akció ár bizonyosan valótlan), és az akciótartási mechanizmus nem tartalmaz olyan automatizmusokat, amelyek egyrészt ezen eltéréseket hatékonyan törekednének elkerülni, másrészt a megelőzés sikertelensége esetén minden esetben a fogyasztók számára előnyös megoldást eredményeznének.
82. Az előzőek alapján megállapítást nyert, hogy a CBA üzletekben a fogyasztók által ténylegesen fizetendő árak vonatkozásában az eljárás alá vont, mint rendszergazda által központilag szabályozott és általa működtetett franchise rendszer egészében nem valósult meg egységes gyakorlat, ami azt eredményezte, hogy egyes esetekben a fogyasztók nem a kereskedelmi kommunikációban közölt árat, hanem annál magasabb összeget kényszerültek fizetni az országos akcióban (is) meghirdetett áruért.

A Versenytanács döntésének összefoglalása

83. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vont mint rendszergazda 2009. január 1. és 2011. március 24. között fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor
- a CBA franchise rendszer egészére kiterjedő országos akciókkal kapcsolatban kialakított akciótartási rendszere nem szükségszerűen biztosította, hogy az országos akcióban meghirdetett áruk minden CBA üzletben kellő mennyiségben álljanak a fogyasztók rendelkezésére, továbbá azáltal, hogy
 - a CBA üzletekben az általa központilag szabályozott és működtetett franchise rendszer egészében a fogyasztók által ténylegesen fizetendő árak vonatkozásában nem valósult meg egységes gyakorlat, ami azt eredményezte, hogy a fogyasztók nem a CBA Kereskedelmi Kft. országos akciójában közölt árat, hanem annál magasabb összeget fizettek egyes termékek esetében.
84. A Versenytanács álláspontja szerint csak az az eltérés jelentett sérelmet a fogyasztók számára, amelynek eredményeképpen a fogyasztó bármelyik, még időben hatályos és az adott régióra is kiterjedően közzétett áránál magasabb áron kényszerült az adott terméket megvásárolni.
85. Az eljárás alá vont e kereskedelmi gyakorlatával – figyelemmel az Fttv. 3. §-ának (2) bekezdésére – megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.
86. Eljárás alá vontnak a jogsértő kereskedelmi gyakorlatért fennálló felelőssége megállapítást nyert az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdésére tekintettel.
87. A Versenytanács aláhúzza, hogy a feltárt jogsértés hátterében nem egyedi hibák állnak, hanem rendszerhiba, amelynek hatékony kiküszöbölésének lehetőségével nem a régiós központok, vagy az egyes CBA üzletek, hanem az eljárás alá vont mint rendszergazda

rendelkezik. Ez következik az eljárás alá vont és partnerei közötti szerződéses rendszerből.

88. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács ugyanezen bekezdés f) pontját alkalmazva megtiltotta a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
89. A Versenytanács bírságot szabott ki az eljárás alá vonttal szemben a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot rögzítő közleményben foglaltaknak megfelelően meghatározva.
90. A Versenytanács a bírság összegének megállapítása során az országos akciók megtartásával kapcsolatban felmerült ismert kommunikációs költségekből indult ki. (105. sz. irat 3. melléklete).
91. A Versenytanács a súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy
- a jogsértő kereskedelmi kommunikációk közzététele időben elhúzódott (több mint két éven át zajlott),
 - az eljárás alá vont a piac az egyik jelentős szereplője piaci súlya jelentős, (lásd a 4. és 5. pontot),
 - a jogsértés a fogyasztók igen széles körét érte el,
 - az eljárás alá vont magatartása felróható,
 - nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.
92. A Versenytanács enyhítő körülményt nem azonosított az ügyben.
93. A fentiek mérlegelése után a Versenytanács a bírság összegét 30.000.000,- Ft-ban határozta meg, amelyet a magatartás súlyával és a bírságkiszabás céljának eléréséhez, érvényre juttatásához fűződő közérdekekkel összhangban állónak talált.

VIII.

Egyéb kérdések

94. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
95. 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.
96. A Versenytanács megállapította a GVH hatáskörének jelen ügybeni fennálltát. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmas volt a gazdasági verseny érdemi befolyásolására,

tekintettel arra, hogy jelentős nagyságú nettó árbevétellel rendelkező eljárás alá vont [Fttv. 11. § (1) bekezdés b) pont] által több éven át tanúsított kereskedelmi gyakorlat az ország egészére kiterjedt, több ezer üzletet és jelentős mennyiségű árut érintett [Fttv. 11. § (1) bekezdés a) pont].

97. Az eljárás alá vont az eljárás során többször is hivatkozott arra, hogy a hatályos törvényi szabályozás értelmében a Versenytanácsnak már meg kellett volna hoznia döntését. Ezzel szemben a Versenytanács utal a hatályos Tpv 63.§-ának (2) bekezdésének a./ pontjára, mely szerint az elintézési határidő 3 hónap, amely a (6) bekezdés értelmében kétszer 2 hónappal meghosszabbítható. Ugyancsak alkalmazandó a Tpv 44.§-a értelmében a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (Ket) 33.§-a, melynek. (3) bekezdés c./ pontja szerint nem számít be az ügyintézési határidőbe a hiánypótlásra, vagy a tényállás tisztázáshoz szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő. Utal még a Versenytanács arra a tényre is, hogy a korábbiakban az eljárásba bevont, majd elbocsátott regionális központok által időben jelentősen elhúzóadó adatszolgáltatások is ebbe a körbe tartoznak, és ennek figyelembevételével a hatóság rendelkezésére álló határidő 2013. január 23-án telne le.

Budapest, 2012. december 21.

dr. Berki Ádám sk.
előadó versenytanács tag

dr. Miks Anna sk.
versenytanács tag

Váczi Nóra sk.
versenytanács tag

A „300 termék 3 hónapig a legjobb áron” című régiós akcióban és az országos akciókban egyaránt érintett termékek

A termék megnevezése	300 termék 3 hónapig a legjobb áron 2010. május 10. - augusztus 8.	Országos akciós reklámújság 2010. május 20-29.
Pick nosztalgia marha párizsi	1599 Ft/kg	1499 Ft/kg
Pick körtálcás téliszalámi szeletelt 80 g	439 Ft	399 Ft
Pick Rákóczi szalámi, paprikás	3199 Ft/kg	2839 Ft/kg
Délhús viaszos borjómájás	1499 Ft/kg	1359 Ft/kg
Pöttyös Túró Rudi	69 Ft	65 Ft
Creamy kocka margarin 250 g	89 Ft	75 Ft
Smetana főzőtejszín UHT 10% 500 ml	199 Ft	189 Ft
Balaton szelet 30g	69 Ft	55 Ft
Favorit ostyakeverék	439 Ft	349 Ft
Shoko keksz tej 125g	259 Ft	219 Ft
Nescafé Classic instant kávé 3in1 10x18g	429 Ft	399 Ft
Univer Erős Pista 200g	389 Ft	319 Ft
Nestlé Aquarel ásványvizek 1,5l	99 Ft	79 Ft
Silver Power energiatital 1,5l	119 Ft	149 Ft

A termék megnevezése	300 termék 3 hónapig a legjobb áron 2010. május 10. - augusztus 8.	Országos akciós reklámújság 2010. június 17-26.
Nescafé Classic instant kávé 3in1 10x18g	429 Ft	399 Ft
Kozel sör (dobozos) 0,5l	169 Ft	159 Ft
Arany Ászok dobozos sör 0,5l	179 Ft	169 Ft
Heineken sör 0,5l dobozos	249 Ft	219 Ft

A termék megnevezése	300 termék 3 hónapig a legjobb áron 2010. május 10. - augusztus 8.	Országos akciós reklámújság 2010. július 22-31.
Favorit ostyakeverék	439 Ft	349 Ft
Shoko keksz tej 125g	259 Ft	219 Ft
Nescafé Classic instant kávé 3in1 10x18g	429 Ft	399 Ft
Chef ecet 10% 1l	99 Ft	129 Ft
Univer Piros Arany XL csemege és csípős 240g	449 Ft	369 Ft
Douwe Egberts Karaván kávé 250g	439 Ft	449 Ft
Natíva teák 1,5l	299 Ft	259 Ft

A vizsgálattal érintett időszakban ugyanazon időben országos és régiós akcióban is meghirdetett termékek

1.	Az akciós reklámújság érvényessége	Oké! Félzsíros tehéntúró 500g
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. jan. 23-31. (országos)	449 Ft
Kerekes Kft.	2009. jan. 14-25. (régiós)	469 Ft

Alkalmazott ár: 449 Ft¹

2.	Az akciós reklámújság érvényessége	Douwe Egberts Paloma örölt kávé 250g
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. jún. 19-27.	389 Ft
CBA-Remízker Kft.	2009. jún. 11-21.	388 Ft

Alkalmazott ár: 389 Ft²

Alkalmazott ár: 388 Ft³

3.	Az akciós reklámújság érvényessége	Korona tészta, spagetti 500g
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. jún. 19-27.	219 Ft
CBA-Remízker Kft.	2009. jún. 11-21.	229 Ft

Alkalmazott ár: 219 Ft⁴

Alkalmazott ár: 229 Ft⁵

4.	Az akciós reklámújság érvényessége	Oké! Félzsíros tehéntúró 500g
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. dec. 16-24.	379 Ft
Kankun Kft.	2009. dec. 1-31.	389 Ft

Alkalmazott ár: országos akcióban 389 Ft, régiós akcióban 379 Ft⁶

5.	Az akciós reklámújság érvényessége	Kinder csokoládé 100g
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. dec. 16-24.	229Ft
Kankun Kft.	2009. dec. 1-31.	249Ft

Alkalmazott ár: országos akcióban 229 Ft, régiós akcióban 249 Ft⁷

6.	Az akciós reklámújság érvényessége	Paloma örölt kávé 250g
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. dec. 16-24.	399 Ft
Kankun Kft.	2009. dec. 1-31.	429 Ft

Alkalmazott ár: országos akcióban 399 Ft, régiós akcióban 429 Ft⁸

7.	Az akciós reklámújság érvényessége	Kozel dobozos sör 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. dec. 16-24.	155 Ft
Kankun Kft.	2009. dec. 1-31.	149 Ft

Alkalmazott ár: országos akcióban 155 Ft, régiós akcióban 149 Ft⁹

¹ Vj/026-128/2011. számú irat

² Vj/026-132/2011. számú irat

³ Vj/026-129/2011. számú irat

⁴ Vj/026-132/2011. számú irat

⁵ Vj/026-129/2011. számú irat

⁶ Vj/026-131/2011. számú irat

⁷ Vj/026-131/2011. számú irat

⁸ Vj/026-131/2011. számú irat

⁹ Vj/026-131/2011. számú irat, amely szerint az akciók átfedésekor minden esetben az alacsonyabb ár került a fogyasztók felé alkalmazás, figyelemmel az árak alkalmazását szabályozó törvényi rendelkezésre.

8.	Az akciós reklámújság érvényessége	Lay's chipsek 85g
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jan. 21-30.	179 Ft
Kerekes Kft.	2010. jan. 13-24.	169 Ft

Alkalmazott ár: 179 Ft¹

9.	Az akciós reklámújság érvényessége	Győri édes omlós kekszek 180g
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jan. 21-30.	155 Ft
Kerekes Kft.	2010. jan. 13-24.	165 Ft

Alkalmazott ár: 155 Ft²

10.	Az akciós reklámújság érvényessége	Nequick 200g
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jan. 21-30.	219 Ft
Kerekes Kft.	2010. jan. 13-24.	215 Ft

Alkalmazott ár: 219 Ft³

11.	Az akciós reklámújság érvényessége	Tomi Kristály kompakt mosóporok 2kg
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jan. 21-30.	899 Ft
Kerekes Kft.	2010. jan. 13-24.	999Ft

Alkalmazott ár: 899 Ft⁴

12.	Az akciós reklámújság érvényessége	Sága füstölt ízű pulykapárizsi
CBA Kereskedelmi Kft.	2009. máj. 20-29.	1349 Ft/kg
Kerekes Kft.	2009. máj. 20-26.	1249 Ft/kg

Alkalmazott ár: 1049 Ft⁵

13.	Az akciós reklámújság érvényessége	Soproni sör (üveges) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jan. 21-30.	159 Ft+25 Ft/üveg
Palóc Kft.	2010. jan. 28-febr.2.	139 Ft+25 Ft/üveg

Alkalmazott ár: 139 Ft⁶

14.	Az akciós reklámújság érvényessége	Douwe Egberts Paloma őrölt kávé 250g
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. febr. 18-27.	399 Ft
Palóc Kft.	2010. febr. 25-márc. 3.	359 Ft

Alkalmazott ár: 359 Ft⁷

15.	Az akciós reklámújság érvényessége	Globus ketchup flakonos 490g+60g
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. márc. 18-27.	375 Ft/db
Palóc Kft.	2010. márc. 25-31.	379 Ft/db

Alkalmazott ár: 379 Ft⁸

16.	Az akciós reklámújság érvényessége	Miller Genuine Draft sör 0,33l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. márc. 18-27.	199 Ft/db
Palóc Kft.	2010. márc. 25-31.	179 Ft/db

Alkalmazott ár: 199 Ft¹

¹ Vj/026-128/2011. számú irat

² Vj/026-128/2011. számú irat

³ Vj/026-128/2011. számú irat

⁴ Vj/026-128/2011. számú irat

⁵ Vj/026-128/2011. számú irat

⁶ Vj/026-127/2011. számú irat

⁷ Vj/026-127/2011. számú irat

⁸ Vj/026-127/2011. számú irat

17.	Az akciós reklámújság érvényessége	Heineken dobozos sör 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. márc. 18-27.	219 Ft/db
Palóc Kft.	2010. márc. 25-31.	199 Ft/db

Alkalmazott ár: 199 Ft²

18.	Az akciós reklámújság érvényessége	Kőbányai üveges sör 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. márc. 18-27.	135 Ft+25 Ft/üveg
Palóc Kft.	2010. márc. 25-31.	119 Ft+25 Ft/üveg

Alkalmazott ár: 119 Ft³

19.	Az akciós reklámújság érvényessége	Pilsner Urquell sör (üveges) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. ápr. 22-30.	209 Ft+25 Ft/üveg
Palóc Kft.	2010. ápr. 29-máj. 5.	219 Ft+25 Ft/üveg

Alkalmazott ár: 199 Ft⁴

20.	Az akciós reklámújság érvényessége	Snickers szelet 51g
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. máj. 20-29.	95 Ft
Palóc Kft.	2010. máj. 20-26.	69 Ft

Alkalmazott ár: 69 Ft⁵

21.	Az akciós reklámújság érvényessége	Rauch Ice Tea (citrom, őszibarack, feketezeder)
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. máj. 20-29.	259 Ft
Palóc Kft.	2010. máj. 20-26.	249 Ft

Alkalmazott ár: 259 Ft⁶

22.	Az akciós reklámújság érvényessége	Dreher Classic dobozos sör, Dreher 24 alkoholmentes sör dobozos 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. máj. 20-29.	199 Ft
Palóc Kft.	2010. máj. 20-26.	179 Ft

Alkalmazott ár: 179 Ft⁷

23.	Az akciós reklámújság érvényessége	Jar mosogatószer 500ml
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. máj. 20-29.	269 Ft
Palóc Kft.	2010. máj. 20-26.	219 Ft

Alkalmazott ár: 219 Ft⁸

24.	Az akciós reklámújság érvényessége	Kozel sör (üveges) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. máj. 20-29.	149 Ft+29 Ft/üveg
Palóc Kft.	2010. máj. 27-jún.2.	179 Ft+29 Ft/üveg

Alkalmazott ár: 139 Ft⁹

¹ Vj/026-127/2011. számú irat

² Vj/026-127/2011. számú irat

³ Vj/026-127/2011. számú irat

⁴ Vj/026-127/2011. számú irat

⁵ Vj/026-127/2011. számú irat

⁶ Vj/026-127/2011. számú irat

⁷ Vj/026-127/2011. számú irat

⁸ Vj/026-127/2011. számú irat

⁹ Vj/026-127/2011. számú irat

25.	Az akciós reklámújság érvényessége	Pilsner Urquell sör (dobozos) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jún. 17-26.	235 Ft/db
Palóc Kft.	2010. jún. 24-30.	219 Ft/db

Alkalmazott ár: 219 Ft¹

26.	Az akciós reklámújság érvényessége	Vilmos Nektár, Mézes körte ízű szeszesital 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jún. 17-26.	1699Ft
Palóc Kft.	2010. jún. 17-23.	1999Ft

Alkalmazott ár: 1699 Ft²

27.	Az akciós reklámújság érvényessége	Coca Cola 2l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. júl. 22-31.	279 Ft
Palóc Kft.	2010. júl. 22-28.	269 Ft

Alkalmazott ár: 269 Ft³

28.	Az akciós reklámújság érvényessége	Nestea jegesteák 1,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. aug. 19-28.	269 Ft
Palóc Kft.	2010. aug. 19-25.	249 Ft

Alkalmazott ár: 249 Ft⁴

29.	Az akciós reklámújság érvényessége	Steffl sör (dobozos) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. aug. 19-28.	149 Ft
Palóc Kft.	2010. aug. 26-szept. 1.	139 Ft

Alkalmazott ár: 139 Ft⁵

30.	Az akciós reklámújság érvényessége	Becherovka (fém dobozban) 0,7l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. nov. 18-27.	2699Ft
Palóc Kft.	2010. nov. 18-24.	2799Ft

Alkalmazott ár: 2699 Ft⁶

31.	Az akciós reklámújság érvényessége	Rama kocka margarinkrém 250g
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. dec. 16-24.	169Ft
Palóc Kft.	2010. dec. 16-24.	155Ft

Alkalmazott ár: 155 Ft⁷

32.	Az akciós reklámújság érvényessége	Dreher Classic dobozos sör 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. máj. 20-29.	199 Ft
CBA-Remízker Kft.	2010. máj. 19-22	198 Ft

Alkalmazott ár: 199 Ft⁸

Alkalmazott ár: 198 Ft⁹

¹ Vj/026-127/2011. számú irat

² Vj/026-127/2011. számú irat

³ Vj/026-127/2011. számú irat

⁴ Vj/026-127/2011. számú irat

⁵ Vj/026-127/2011. számú irat

⁶ Vj/026-127/2011. számú irat

⁷ Vj/026-127/2011. számú irat

⁸ Vj/026-132/2011. számú irat

⁹ Vj/026-129/2011. számú irat

33.	Az akciós reklámújság érvényessége	Szentkirályi ásványvizek 1,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2010. jún. 17-26.	99 Ft
CBA-Remízker Kft.	2010. jún. 10-20.	95 Ft

Alkalmazott ár: 99 Ft¹

Alkalmazott ár: 95 Ft²

34.	Az akciós reklámújság érvényessége	Arany Ászok sör (dobozos) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2011. jan. 20-29.	179 Ft
CBA-Remízker Kft.	2011. jan. 20-23.	159 Ft

Alkalmazott ár: 179 Ft³

Alkalmazott ár: 159 Ft⁴

35.	Az akciós reklámújság érvényessége	Szentkirályi ásványvizek 1,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2011. febr. 17-26.	99 Ft
Palóc Kft.	2011. febr. 1-28.	89 Ft

Alkalmazott ár: 89 Ft⁵

36.	Az akciós reklámújság érvényessége	Kőbányai sör (dobozos) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2011. febr. 17-26.	149 Ft
Palóc Kft.	2011. febr. 17-23.	145 Ft

Alkalmazott ár: 145 Ft⁶

37.	Az akciós reklámújság érvényessége	Dreher Classic, Dreher 24 alkoholmentes sör (üveges) 0,5l
CBA Kereskedelmi Kft.	2011. febr. 17-26.	179 Ft+25 Ft/üveg
Palóc Kft.	2011. febr. 24-márc. 2.	169 Ft+25 Ft/üveg

Alkalmazott ár: 169 Ft⁷

¹ Vj/026-132/2011. számú irat

² Vj/026-129/2011. számú irat

³ Vj/026-132/2011. számú irat

⁴ Vj/026-129/2011. számú irat

⁵ Vj/026-127/2011. számú irat

⁶ Vj/026-127/2011. számú irat

⁷ Vj/026-127/2011. számú irat