

Fővárosi Ítéltábla

2. Kf. 27. 097/2009/5. szám

A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN

A Fővárosi Ítéltábla az Euro Correct Consulting Kft. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest - hivatkozási szám: Vj-163/2007.) alperes ellen versenyügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indított perében a Fővárosi Bíróság 2009. évi január hó 7. napján kelt 2.K.33.174/2008/7. számú ítélete ellen a felperes által 8. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott napon - tárgyaláson kívül - meghozta a következő

ítéletet:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyja.

Kötelezi a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 30.000 (azaz harmincezer) forint másodfokú perköltséget, valamint az államnak - az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására - 24.000 (azaz huszonnégyezer) forint fellebbezési illetéket.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

Indokolás

A 2003. évben alakult felperes fogyasztói csoportok szervezésével és működtetésével foglalkozó vállalkozás, amely tevékenysége során 2006. júniusától 2007. októberéig több száz alkalommal jelentetett meg reklámot és tette közzé akciós ajánlatait a nyomtatott sajtóban. A reklámok szövege szerint: "Vásárolna, de nincs miből?", Van megoldás!, "Élőtakarékossággal egybekötött áruvásárlási finanszírozás"; "Nálunk nem csak a szerencsében bízhat!", "Zsebbárát részletekkel!", "Ingatlan fedezetre!"; "Nem hitelképes ? Itt a megoldás !"; Nem kap hitelt ?, Nehezen teljesíthető banki feltételek?,

Van megoldás!" stb. A felperes reklámjaiban a fenti fejrész alatt áruk (lakás-, telek-, felújítás-, építés-, autó-, egyéb áruvásárlás... stb.) megszerzéséhez kezes és jövedelemigazolás nélkül, BAR listásoknak és nyugdíjasoknak is hirdette szolgáltatását, ingatlanfedezetre. Egyes reklámokban a regisztrációs díjból 10% kezdeményt ígért, illetve fix törlesztőrészekben való vásárlásra utalt. A felperes elérhetőségeinek megjelölésével jelezte, hogy részletes tájékoztatásért az ügyfélszolgálati irodákat keressék fel.

Az alperes annak vizsgálatára indított eljárást, hogy a felperesnek a korábbi versenyfelügyeleti eljárásokban (Vj-1/2005.; Vj-207/2005.) vizsgált magatartásait követően folytatott tájékoztatási gyakorlata sérti-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény III. fejezetének rendelkezéseit.

Az alperes a 2008. március 27. napján kelt Vj-163/2007/18. számú határozatában megállapította, hogy a felperes 2006. júniusától 2007. októberéig a nyomtatott sajtóban megjelenő reklámjaiban a tényleges működést leíró releváns fogalmak feltüntetése elmulasztásával és a banki tevékenységre utaló kifejezések használatával hiányos és pontatlan tájékoztatást adott, ezzel megsértve a Tpv. 8.§-ának (2) bekezdés a) pontját. Ezért a felperest 14.000.000 forint bírság megfizetésére kötelezte, részletfizetést engedélyezve azzal, hogy bármely részlet elmaradása esetén a még fennálló teljes tartozás egy összegben esedékessé válik. Határozatának II. fejezetében a tényállás körében a felperes részéről alkalmazott tájékoztatásokat ismertette. Kiemelte, hogy nem a fogyasztói csoportok működését ítélte meg, hanem a fogyasztói csoportok szervezésével kapcsolatos tájékoztatási gyakorlatot vizsgálta. Az alperes döntésének IV. fejezetében rögzítette a vizsgált magatartásokkal összefüggő megállapításait és az egyes tájékoztatások értékelését. Hangsúlyozta, hogy a vállalkozás reklámjainak összehatása és a használt kifejezések mindennapi életben elfogadott jelentése alapján a fogyasztó arra a következtetésre juthatott, hogy a felperes valamiféle pénzügyi szolgáltatást kínál, amelynek igénybevétele esetén azonnal hozzájuthat az általa igényelt összeghez (a reklámok jelentős része szerint kezes és jövedelemigazolás nélkül, illetve ingatlanfedezetre), amelyet ezt követően havonkénti fizetéssel törleszthet. A felperes a tájékoztatásaiban a sajátos "belső hitelezés" konkrét megvalósulásával kapcsolatban álló szerencselem értelmezéséhez elengedhetetlen feltételeket elhallgatta, - a 28. pontban megjelöltek kivételével - a hirdetései hiányosak, a szolgáltatás ellenértéke és a regisztrációs díj tekintetében. A felperes egyes tájékoztatásai ugyan kiegészültek "A fogyasztói csoport mindenkinek!" szlogennel, de ez nem alkalmas a reklám fő üzenetének módosítására. A

fogyasztók a szolgáltatás valódi tartalmáról nem kaptak teljeskörű tájékoztatást, hiszen ez a kifejezés nem utal megfelelő módon a mögöttes szolgáltatás és konstrukció mivoltára. A hirdetések egy részében a "A fogyasztói csoport mindenkinek!", illetve az "Élőtakarékossággal egybekötött áruvásárlási finanszírozás" kiegészítés kiemelten szerepel, viszont a szöveg nem utal a szencseelemre, amely azonban a felperesi konstrukció lényeges tulajdonsága. A bírság összegét az alperes a Tpv. 78.§-ának (3) bekezdésében felsorolt szempontok alapján határozta meg, a szórólapokkal és a nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal kapcsolatos költségekből kiindulva.

Bírságnövelő tényezőként értékelte a következőket: a jogsértő magatartás ismétlődő jellegét azt, annak több hónapot felölelő időtartamát, a reklámtevékenység kiterjedtségét, az elért fogyasztók széles körét, a célcsoport sérülékeny jellegét, a szolgáltatás bizalmi jellegét és azt, hogy a fogyasztó számára hosszútávú jogviszonyt eredményez a fogyasztói csoportba való belépés. A bírság összegét csökkentő tényezőként vette figyelembe a felperes együttműködési hajlandóságát, a szerződés megkötését megelőző részvételi feltételek megismerhetőségét, a nem jogsértő szórólapos hirdetések nagy példányszámát, valamint az elállási idő önkéntes megemelését.

A felperes keresetében elsődlegesen az alperesi határozat hatályon kívül helyezését, másodlagosan annak megváltoztatásával a bírság mellőzését, harmadlagosan a bírság mérséklését kérte. Állította, hogy reklámjai a gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 2.§-ának h) pontja szerinti definíciónak teljes mértékben megfeleltek. A versenyhatóságnak a Grtv. szerint kellett volna megítélnie reklámtevékenységét és nem a Tpv. rendelkezéseire hivatkozással. Hangsúlyozta, hogy az alperes figyelmen kívül hagyta az elé tárt bizonyítékokat, így a nem megfelelő módon feltárt tényállásból téves jogi következtetésekre jutott, amelyet részletezve megjelölt az egyes határozati pontokkal kapcsolatosan. A bírság kiszabás körében sérelmezte, hogy nem megfelelően mérlegelte az alperes az együttműködő magatartását, továbbá, hogy nem vette enyhítő körülményként figyelembe azt, hogy a gépjárművek és a szórólapok vonatkozásában nem volt megállapítható a jogsértés, és mindegyik reklám utalt az ügyfélszolgálati irodában kérhető felvilágosításra. Hivatkozott arra is, hogy a Tpv. nem teszi lehetővé a fogyasztói célcsoport sérülékenységének értékelését, mert ez szubjektív tényező, továbbá jogilag értelmezhetetlen, hogy a hosszantartó jogviszony miatt minősül bírságnövelő tényezőnek.

Az alperes a határozatában foglaltak fenntartása mellett a felperesi kereset elutasítását kérte.

Az elsőfokú bíróság a felperes keresetét elutasította. A jogsértés vonatkozásában kifejtett versenyhatósági okfejtést elfogadva megállapította, hogy a felperes hiányos és pontatlan tartalmú tájékoztatásokat tett közzé, amelyek alkalmasak a fogyasztók megtévesztésére. A versenyhatóság döntésében részletesen elemezte az egyes vizsgált magatartásokkal összefüggésben a felperesi jogsértés mibenlétét és megvalósulását. Kiemelte, hogy az "előtakarékossággal egybekötött áruvásárlási finanszírozás" kifejezés nem jelenti az átlagos piaci ismerettel rendelkező fogyasztó számára a hirdetett szolgáltatásnak azt a lényeges tulajdonságát, hogy a fogyasztó részéről elérendő cél bekövetkezése több tekintetben is szerencseelem függvénye. A joggyakorlat által megkövetelt teljeskörű tájékoztatást nyújtó reklám fogalma a reklámozott áruszolgáltatás lényeges - különösen a fogyasztók számára más hasonló szolgáltatásokhoz vagy árukhoz képest előnytelen - tulajdonságainak megjelenítésére vonatkozik. A perbeli esetben a szerencseelemmel, illetve egy esetben a regisztrációs díjjal kapcsolatos tájékoztatás hiánya a felperes versenyjogi felelősségét megalapozta. Megállapította, hogy az alperes a bíróság kiszabás során figyelembe vett enyhítő és súlyosító körülményeket a feltárt tényekkel összhangban, okszerűen, súlyuknak megfelelően értékelte és nem találta megalapozottnak a felperesnek a bíróság összegével összefüggésben megfogalmazott kifogásait.

A felperes fellebbezésében a kereseti kérelmének megfelelően az elsőfokú bíróság ítéletének megváltoztatását kérte. Lényegében teljeskörűen megismételte az elsőfokú eljárásban kifejtett jogi álláspontját azzal, hogy kifejtett érveit nem megfelelően értékelte az elsőfokú bíróság, és tévesen jutott arra a következtetésre, hogy az alperes határozata a jogsértés és a szankció körében is megalapozott és törvényes. A fogyasztói csoport rendszerének ismertetése mellett álláspontja szerint az egész folyamat elemzése és ellenőrzése szükséges, mert kiragadottan az egyes mozzanatok nem értékelhetők. Utalt arra, hogy a fogyasztók a szerződéskötés előtt több alkalommal és formában kapják meg a szükséges tájékoztatást. Az elsőfokú bíróság a szerencseelem létét tévesen fogadta el, különösen az előtörlesztés vállalásával összefüggésben. Vitatta a terhére rótt jogsértést azzal, hogy a fogyasztói panaszok vizsgálata hiányában nem bizonyított, hogy a hirdetések kit tévesztettek meg. Állította, hogy az alperes nem megfelelően mérlegelt a bíróság kiszabásakor.

A másodfokú eljárásban előterjesztett végrehajtás felfüggesztése iránti kérelmét a Fővárosi Ítéltábla a 3-I. sorszámú - fellebbezés hiányában jogerőre emelkedett végzésével elutasította.

Az alperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú bíróság ítéletének helybenhagyását kérte.

A felperes fellebbezése nem alapos.

A másodfokú bíróság a fellebbezést a Pp. 340.§-ának (5) és (6) bekezdése alapján tárgyaláson kívül bírálta el, a Pp. 253.§-ának (3) bekezdése alapján a fellebbezés és a fellebbezési ellenkérelem korlátai között vizsgálva felül az elsőfokú bíróság ítéletét.

Az elsőfokú bíróság a Pp. 206.§-ában írtaknak megfelelően járt el, a rendelkezésre álló peradatokból okszerű következtetésre jutott a felperes által megvalósított jogsértés, az ezzel összefüggésben alkalmazott jogkövetkezmény megalapozottsága tekintetében és valamennyi körülményt mérlegelve hozta meg döntését a felperes keresetének elutasításáról. A felperes fellebbezésében olyan konkrét, a mérlegelés okszerűségét cáfoló és a döntés jogszerűségét megdöntő indokot felhozni nem tudott, amely az elsőfokú ítélet megváltoztatását megalapozná, olyan új tény, vagy körülményt sem tárt fel, amely fellebbezése kedvező elbírálását eredményezhetné.

A Tpv. III. fejezetének rendelkezései azt a kötelezettséget róják a felperesre, hogy szolgáltatásának ismertetése során a fogyasztók tájékoztatása igaz, pontos és valóságos legyen. Ezzel összefüggésben az alperes helyesen vizsgálta a fogyasztói csoportok működésével kapcsolatban a felperes által közzétett valamennyi információt. Ezen magatartás értékelése során az átlagos, racionálisan és körültekintően eljáró fogyasztó szempontjából a meghatározó információk együttesét tekintetbe véve kellett állást foglalnia a versenyhatóságnak arról, hogy azok alkalmasak-e, és mennyiben a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. A felperes tevékenységében lényeges körülmény a fogyasztói csoport belső hitelezéssel (a tagok befizetéseiből) nyújtott szolgáltatása, a szerencselem léte. A szolgáltatás igénybevételéhez szükséges feltételek ismertetése elengedhetetlenül szükséges a reklámokban közzétettek megfelelő értelmezéséhez. Az alperes a fogyasztóknak adott nem megfelelő, hiányos, félreérthető és pontatlan tájékoztatást együttesen értékelte versenyjogsértőnek. A versenyhatóság a felperes által kínált lehetőséget potenciálisan

igénybe venni kívánók döntésére jelentős kihatással bíró valamennyi körülményt, és az azzal összefüggő információkat nyújtó tájékoztatásokat határozatában részletesen rögzítette. Ezek összességét értékelve vonta le következtetéseit a reklám-üzenetek fogyasztókat érintő hatásáról. Helyesen állapította meg az elsőfokú bíróság, értékelve a Tpvt. 9.§-a szerinti értelmezésnek megfelelően a felperes részéről használt kifejezések jelentését, hogy az alperes nem tévedett abban, hogy a hirdetést olvasó az őt érintő tájékoztatást és közlést miként értékelhette, az számára milyen üzenetet közvetített.

A fogyasztói csoport olyan önkéntes, ideiglenes vásárlási társulás, amely speciális előtakarékosági formát kombinál részletre történő vásárlással, és amely szerencseelemet is tartalmaz. A kívánt cél elérése érdekében a tagok által havonta fizetett törlesztő részletekből a csoport futamidőn belül lehetővé teszi a szerződésben rögzített ingó vagy ingatlan dolog megvásárlását. A megszerzendő dologhoz jutást megalapozó vásárlói joghoz való kedvezményezettkénti kiválasztás a vásárlói csoport közgyűlésén történik vagy sorsolás útján (a felperes a rendelkezésre álló adatokból kitűnően ezt nem alkalmazta), vagy előtörlesztés vállalása útján. Az előtörlesztés vállalása azt jelenti, hogy a csoporttag több hónapi törlesztődíj egy összegben, előre való megfizetését vállalja. A futamidő végén, az összes törlesztő részlet hiánytalan teljesítése esetén az a fogyasztói is hozzájuthat a vásárlási joghoz, akit a futamidő alatt nem sorsoltak ki, illetve akinek anyagi forrásai nem tették lehetővé, hogy előtörlesztést vállaljon. A vállalkozás (így a felperes) a szolgáltatáshoz fedezettel nem rendelkezik, a tagok havi befizetései képezik alapját a kedvezményezettek áruhoz jutásának. A tagok havi befizetéseikkel ténylegesen előtakarékoskodnak, így előtörlesztés, illetve kisorsolás hiányában nem nyomban, hanem esetleg csak a futamidő végén juthatnak hozzá ahhoz az áruhoz, amelynek megszerzése érdekében a vállalkozással szerződést kötöttek, a szervezett csoportba beléptek. Versenyjogilag (azaz a fogyasztók áruválasztása és döntése szempontjából) lényeges tulajdonság a fogyasztói csoportok működésében megjelenő kockázati elemek (előtörlesztés vállalása, a többi tagtól és az előtörlesztési licit eredményétől függően a termékhez jutás időpontja). Az előtörlesztés esetében is meghatározó elem a szerencse, mivel nem ismert és nem befolyásolható a csoport többi tagjának előtörlesztési hajlandósága, és nem számítható ki előre, hogy hány havi törlesztő részlet felajánlása szükséges a vásárlói joghoz jutáshoz.

Az elsőfokú bíróság helytállóan állapította meg, hogy az alperes részletes és pontos tényállást rögzített döntésében, azt megfelelően bizonyította és indokolta mind a jogsértés, mind a

jogkövetkezmény tekintetében. A Pp. 164.§-ának (1) bekezdése alapján a per eldöntéséhez szükséges tényeket általában annak a félnek kell bizonyítania, akinek érdekében áll, hogy azokat a bíróság valóban fogadja el. Sem a versenyhatósági eljárásban, sem az elsőfokú eljárás során nem tudta igazolni a felperes azt, hogy a vizsgált időszakban tanúsított, a versenyhatóság részéről jogsértőnek minősített magatartása nem volt alkalmas a fogyasztók döntési szabadságának tisztességtelen módon való befolyásolására. A felperes nem tudta igazolni, hogy a reklámozás időpontjában az általa nyújtott tájékoztatási gyakorlat alkalmas volt arra, hogy ezáltal a Tpv. 8. §-ának (1) és (2) bekezdésében foglaltak szerint a fogyasztók megtévesztése ne valósuljon meg. Az elsőfokú bíróság helyesen állapította meg a versenyhatósággal egyezően, hogy a reklámozással kapcsolatban feltárt felperesi magatartás a fogyasztókat megtévesztően jogsértő volt, tekintettel arra is, hogy a korábbi versenyfelügyeleti eljárások következtében (Vj-1/2005., Vj-207/2005.) a felperesnek tudomással kellett bírnia arról, hogy a fogyasztói csoportokat szervező, valamint működtető tevékenységének népszerűsítése során kiemelkedő szerepe van a fogyasztók megfelelő tájékoztatásának. A felperes a tényleges működését leíró releváns fogalmak feltüntetésének elmulasztásával és a hitelintézetek részéről nyújtott banki tevékenységre utaló kifejezések használatával hiányos és pontatlan tájékoztatást adott, amely nem tekinthető jogszerűnek.

A Tpv. III. fejezete nem csak a tisztességtelen reklámot tartja jogsértőnek, hanem azt is, ami a fogyasztók döntési szabadságát csökkenti, vagy félreértést eredményezhet. A fogyasztói csoportok tevékenységét jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás, hisz az ügyfelek a figyelemfelkeltő hirdetések alapján szereznek tudomást a speciális jellegű szolgáltatásról. A felperesi reklámok címzettjei, az átlagos fogyasztótól eltérő, hátrányosabb helyzetűknél fogva a hitelintézetek banki szolgáltatásából nem részesülő, abból kirekesztett - bár-listások, nyugdíjasok, stb. -, ezért rászoruló fogyasztók a számukra kedvezőtlenebb feltételeket is elfogadni kényszerülnek. Az ezen rászoruló fogyasztói kört érintő tájékoztatástól alapvetően elvárható követelmény a teljeskörű, valamint a szolgáltatás értelmezéséhez elengedhetetlen adatok közzétevése, amely feltételeket a felperesi reklámok nem elégítették ki.

Felperesnek pontosan, az előtakarékosági jelleget kiemelve és a fogyasztói igény jövőbeni, de előre meg nem határozott időben történő kielégítésének módját is hangsúlyozva kell a hirdetéseit közzétennie. A jelen perbeli reklámok nem figyelemfelhívó jellegűek voltak, mert azokban a hirdetett termék, szolgáltatás lényeges tulajdonságára vonatkozó tényszerű adatok közzétevése történt meg. Ha pedig a reklámozó bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor a

reklámnak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóságos módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a reklámozó a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza az átlagfogyasztó számára a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét. A reklámot megjelenítő vállalkozásnak ugyanis mindig elől kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszonmaximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra.

Nem értett egyet a másodfokú bíróság azzal a felperesi okfejtéssel sem, hogy az alperesnek és az elsőfokú bíróságnak a reklámot a teljes tájékoztatási folyamat részeként kellett volna vizsgálnia. A másodfokú bíróság e körben kiemeli, hogy a tájékoztatás és a reklám fogalma nem azonos, ekként egybemosva nem is tehető vizsgálat tárgyává. Az előbbi az utóbbinál tágabb fogalom, azt magában foglalja. A perbeli reklámtevékenység időpontjában hatályos gazdasági reklámtevékenységről szóló 1997. évi LVIII. törvény (a továbbiakban: Grtv.) 2.§-ának h) pontja szerint a reklám olyan tájékoztatás, amely termék, szolgáltatás, ingatlan, jog és kötelezettség értékesítését vagy más módon történő igénybevételét és a vállalkozás nevének, megjelölésének, tevékenységének népszerűsítését, továbbá áru vagy árujelző megismertetését mozdítja elő. Hasonlóképpen fogalmaz azonban a 2008. szeptember hó 1. napjától hatályos, a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: új Grtv.) 3.§-ának d) pontja is. A tájékoztatás és a reklám ekként nem azonos célt szolgálnak, hiszen a reklám célja nem csupán információátadás, hanem ezen túlmenően egy adott termék igénybevételére vonatkozó vásárlási hajlandóság növelése, vagyis a fogyasztónak a még meg nem lévő konkrét szerződési akaratának kialakítása.

A Grtv. 2.§-ának o) pontja (és az új Grtv. 3.§-ának h) pontja) szerint megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon - beleértve a megjelenítését is - megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti.

A reklám megtévesztő jellegét - az eddig kifejtettekből következően, a fogalmak különbözősége folytán - a másodfokú bíróság álláspontja szerint attól függetlenül kell vizsgálni, hogy az azt közzétevő vállalkozás más jogszabály - így egyebek mellett a Ptk. 205.§-ának (3) bekezdése, illetve 205/B.§-ának (2) bekezdése - alapján egyébként milyen módon köteles a vele (adott esetben éppen egy sikeres reklámkampány hatására) szerződni kívánó fogyasztókat tájékoztatnia megkötendő szerződést érintő minden lényeges körülményről. A reklám jogsértő jellege akkor is megállapítható, ha a fogyasztónak utóbb módja van a teljes körű, valós információ megismerésére, vagyis ha a vállalkozás a külön jogszabályokban foglalt tájékoztatási kötelezettségeinek eleget tesz.

Függetlenül e további tájékoztatástól, a reklámmal szemben támasztott versenyjogi követelmény az, hogy legyen igaz, valós és pontos, és ne legyen alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. Így jogilag tilalmazott, hogy a reklám akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti: vagyis objektíve alkalmas arra, hogy tévedésbe ejtse vagy tévedésben tartsa (Tpvt. 8.§ (2) bek. a) pont).

A Grtv. 7.§-ának (1) bekezdése a megtévesztő reklám közzétételét (az új Grtv. 12.§-ának (1) bekezdése a megtévesztő reklámot), míg a Tpvt. 8. §-ának (1) és (2) bekezdései a fogyasztók tisztességtelen befolyásolására alkalmas tájékoztatást tilalmazzák, így a jogsértést a felperes a megtévesztésre alkalmas információk közreadásával elkövette. A fogyasztói panaszok felperes által hiányolt feltárása nem bír jelentőséggel, a megtévesztésre alkalmasság jog- és nem ténykérdés. A fogyasztóban a megtévesztő reklám közzététele folytán a megvételre kínált termékkel, illetve annak lényeges tulajdonságaival kapcsolatban alappal alakulhat ki valamilyen téves képzet, ha pedig ez a reális lehetőség fennáll, a jogsértés megállapítható. Nincs szükség arra, hogy a megtévesztettségéből eredően akár csak egy fogyasztó is ténylegesen szerződést kössön.

A jelen ügyben vizsgált reklámüzenetek a fogyasztók megtévesztésére azért voltak alkalmasak, mert hiányosságuk kellő alapot adhatott arra, hogy az átlagfogyasztóban téves képzetek alakuljanak ki a bemutatott szolgáltatás tartalmáról, igénybevételének feltételeiről. A jogsértés a reklámüzenetek közzétételével bekövetkezett.

Az alperes mérlegelési jogkörben döntött arról, hogy a Tpvt. 78.§-ának (1) és (3) bekezdésében foglaltak szerint eljárva, milyen mértékű bírságot állapít meg a felperes terhére. A mérlegelési jogkörben hozott döntés akkor jogszerű, ha a hatóság a tényállást kellően feltárta, a vonatkozó eljárási szabályokat betartotta, a bizonyítékokat okszerűen mérlegelte és a határozat indokolásából a mérlegelés szempontjai, annak jogszerűsége is megállapítható. A Fővárosi Ítéltábla álláspontja az - a fellebbezési kérelem keretein belül vizsgálódva -, hogy az elsőfokú bíróság helytállóan állapította meg, miszerint az alperes a bírság alkalmazása, és annak mértékének meghatározása során anyagi jogi és eljárási jogi jogsértést nem követett el.

A Versenytanács mérlegelése a Pp. 339/B. §-ában megfogalmazott követelményeket kielégíti, mivel a Tpvt. 78.§-a szerinti szempontokat az alperes helyesen vette számba, és azokat megfelelően értékelte. A bírság összege eltúlzottnak nem tekinthető, az a törvényes célokkal arányban áll, azok eléréséhez szükséges és egyben elégséges.

Mindezek folytán a Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság érdemben helytálló ítéletét a Pp. 253. §-ának (2) bekezdése alapján helybenhagyta.

A másodfokú bíróság a Pp. 78. §-ának (1) bekezdése szerint kötelezte a sikertelenül fellebbező felperest az alperes másodfokú perköltségének megfizetésére, továbbá a 6/1986. (VI.26.) IM. rendelet 13.§-ának (2) bekezdésében foglaltak alapján a tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt fellebbezési illeték viselésére.

B u d a p e s t, 2009. évi június hó 4. napján