



GAZDASÁGI  
VERSENYHIVATAL

---

## VERSENYTANÁCS

---

**Vj/085-025/2011.**

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. B. G. ügyvéd által képviselt **OPTEN Informatikai Kft.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen megtévesztő reklám és jogellenes összehasonlító reklám tilalmának feltételezett megsértése miatt indult eljárásban – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

### **h a t á r o z a t o t .**

A Versenytanács megállapítja, hogy

- az eljárás alá vont az OptiJUS elektronikus jogszabály-nyilvántartó rendszer népszerűsítése során a 2011. márciusi és a 2011. júniusi direkt marketing küldeményében jogsértő, megtévesztésre alkalmas, nem tárgyilagos összehasonlító reklámot alkalmazott, megsértve ezzel a Grt. 12. §-ának (1) bekezdését és 13. §-a (2) bekezdésének b) pontját,
- az eljárás alá vont a 2011. évben egyes reklámjaiban megtévesztésre alkalmas módon állította, hogy
  - Magyarország piacvezető üzleti és jogi szakkiadója,
  - az OptiJUS elektronikus jogszabály-nyilvántartó rendszere
    - rendelkezik a piacon a legkiterjedtebb döntvénytárral,
    - egyedülállóan bő tárgyszóval rendelkezik,
    - teljes körű adatbázist, joganyagot kínál.

A Versenytanács kötelezi az OPTEN Informatikai Kft.-t egymillió forint (1.000.000,-Ft) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézhezvételétől számított harminc napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számla 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 pótlékot 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 az ügyfelek a kézbesítéstől számított harminc napon belül kérhetik a Versenytanácsnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel. A Fővárosi Törvényszék a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

\*\*\*

A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa a dr. B .G. ügyvéd által képviselt **OPTEN Informatikai Kft.** (Budapest) eljárás alá vont vállalkozás ellen megtevesztő reklám és jogellenes összehasonlító reklám tilalmának feltételezett megsértése miatt indult eljárásban – tárgyaláson kívül – meghozta az alábbi

### **v é g z é s t .**

A Versenytanács az Opten Informatikai Kft. részletfizetési kérelmét elutasítja.

A végzés felülvizsgálatát a kézhezvételétől számított 5 munkanapon belül a Fővárosi Törvényszéknek címzett, de a Gazdasági Versenyhivatalnál benyújtandó, vagy ajánlott levélként postára adott jogorvoslati kérelemmel lehet kérni.

\*\*\*

Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

### **I.**

#### **Az eljárás tárgya**

1. A Gazdasági Versenyhivatal annak vizsgálatára indított versenyfelügyeleti eljárást az OPTEN Informatikai Kft. ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 13. §-a (2) bekezdésének b) pontját, illetve 12. §-ának (1) bekezdését az OptiJUS elnevezésű elektronikus adatbázis-kezelő népszerűsítése során.

### **II.**

#### **Az eljárás alá vont**

2. Az 1994-től működő eljárás alá vont főtevékenysége az adatbázis-tevékenység és az online kiadás. Szolgáltatásait vállalkozások, költségvetési intézmények és non-profit szervezetek részére kínálja. Üzleti információs termékei például a cégjegyzéki adatokat feldolgozó Cégtár és az éves beszámoló adatokat feldolgozó Mérlegtár.
3. Az eljárás alá vont 2010. évi nettó árbevétele meghaladta az 1,2 milliárd forintot. A 2011. évi nettó árbevételre vonatkozó adatokat a Vj-85-03/2011. számú irat 18. pontja tartalmazza.

### **III.**

#### **Az OptiJUS termék**

4. Magyarországon több vállalkozás foglalkozik a magyar és az európai uniós joganyagot tartalmazó, különböző szolgáltatásokat nyújtó fizetős, szerkesztett elektronikus jogszabály-nyilvántartó rendszerekkel (az eljárás alá vonton kívül a CompLex, a Magyar Hivatalos Közlönykiadó, a HVG-ORAC), amelyek mindegyike elsődlegesen az ingyenesen hozzáférhető, jogszabály alapján nyilvános adatokra épül, ugyanakkor az egyes adatok, dokumentumok elérhetősége termékenként változik (például nyilvános adatok az „egyedi bírósági határozatok” is, amelyek minden szolgáltatásnál külön díj ellenében érhetőek el, így a CompLex esetén az Ügyvéd jogtár Prémium szolgáltatás, míg az eljárás alá vont OptiJUS termékénél a Döntvény modul részeként).
5. Az eljárás alá vont jogi információs terméke hosszú éveken át a Törvénytár elnevezésű elektronikus jogi adatbázis-kezelő volt, amelyet 2011-ben felváltott az OptiJUS, amelyet 2011. március 16-tól értékesít az eljárás alá vont az elektronikus jogi adatbázis-kezelőket önálló foglalkozásukkal vagy gazdasági tevékenységükkel összefüggő célok érdekében használó gyakorló szakembereknek.
6. A Törvénytár
  - havi előfizetési díja 2011-ben 4.800 forint volt, amelyhez EU modul 3.100 forintért, Adó és TB modul 4.000 forintért lehetett rendelni,
  - az OptiJUS-hoz hasonlóan online formában vagy adathordozón (DVD-n) keresztül volt elérhető:
    - az utolsó Törvénytár DVD, amelyet a korábbiakban a Törvénytárra előfizető felhasználók megkaptak, 2011. március 31-i zárású volt, s azt az előfizetők 2011 áprilisában kapták meg,
    - a Törvénytár online felülete az OptiJUS szolgáltatással mindmáig párhuzamosan elérhető, de a Törvénytár online felülete vonatkozásában új előfizetési szerződés kötésére már nincs lehetőség.
7. Az OptiJUS elektronikus jogi adatbázis-kezelő szintén kétféle módon érhető el:
  - az online felület böngésző segítségével előzetes telepítés nélkül, bárholnan,
  - DVD-ről való telepítéssel online hozzáférés nélkül, amelyhez online frissíthetőség társul.
8. Az online Törvénytár és az online OptiJUS azonos adatbázist használ, így bár különböző felületeken, de ugyanazok a joganyagok érhetőek el a felhasználók számára.
9. Az OptiJUS a Törvénytárhoz képest egyebek között
  - a joganyag keresést az általa elérhető teljes adatbázis vonatkozásában is lehetővé teszi, nemcsak egyes kategóriákon belül, illetőleg
  - új keresési rendszerrel és szakanyag adatbázissal rendelkezik.
10. Az OptiJUS bevezetésével párhuzamosan a Törvénytár 2011 márciusától kivezetésre került a piacról.
11. A Törvénytár előfizetőinek többsége hosszabb időtartamokra vonatkozó (jellemzően éves, illetve kétéves) előfizetéssel rendelkezett. Az előfizetők 2011. március 16-tól kipróbálhatták az OptiJUS terméket, s egy átmeneti időszak után (az átmeneti időszakban az eljárás alá vont számukra párhuzamosan mind a Törvénytár, mind pedig az OptiJUS egyes szolgáltatásait elérhetővé tette) automatikusan az OptiJUS előfizetőivé váltak. Az

előfizetés egyéb feltételeiben (az előfizetés díjában, időtartamában stb.) nem történt változás.

12. Azon előfizetők, akik korábban

- a Törvénytár DVD változatára fizettek elő, 2011 májusától már OptiJUS DVD-t kaptak,
- a Törvénytár online változatára fizettek elő, az OptiJUS online szolgáltatást is használhatják.

13. Azon Törvénytár előfizetők, akik nem kívánták a Törvénytár helyett az OptiJUS szolgáltatást igénybe venni, a szolgáltatás-változásról szóló értesítés kézhezvételétől számított 15 napon belül jogkövetkezmények nélkül azonnali hatállyal írásban felmondhatták előfizetési szerződésüket.

14. Az OptiJUS megrendelésére lehetőség nyílik mind a [www.opten.hu](http://www.opten.hu), mind pedig a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) honlapokon, megrendelőlap kitöltésével. Az online megrendelés esetén az OptiJUS alapmodul ára havi 7.000 Ft + Áfa, míg a kiegészítő modulok ára a következő:

- EU modul havi 2.000 Ft + Áfa
- Adó és TB modul havi 2.000 Ft + Áfa,
- Döntvény modul havi 1.500 Ft + Áfa,
- Nagykommentárok modul havi 3.500 Ft + Áfa,
- Nagy iratmintatár modul havi 2.000 Ft + Áfa.

15. Az OptiJUS esetében az alapszolgáltatásokat tehát maga az OptiJUS termék nyújtja, amely az előfizető erre vonatkozó igénye esetén a fentiekben felsorolt modul(ok)ra történő előfizetéssel további szolgáltatásokkal bővíthetők.

16. Az eljárás alá vont – a terméket népszerűsítő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásához igazítottan – több alkalommal akciósan kínálta a terméket.

17. Az OptiJUS és a Törvénytár előfizetőinek számára vonatkozó (üzleti titoknak minősülő) adatokat a Vj-85-003/2011. számú irat 9. pontja, az előfizetésekből származó bevétel adatait a Vj-85-003/2011. számú irat 10. pontja, illetve a Vj-85-006/2011. számú irat 16. pontja tartalmazza.

18. 2010 őszén az eljárás alá vont elsősorban különböző versenytársi jogi adatbázis-kezelőkkel dolgozó szakemberek körében piackutatást végzett, amelynek keretében

- egy ügyvédekre kiterjedő fókuszcsoportos kutatásra és
- egy webes kérdőíves felmérésre került sor.

19. A fókuszcsoportos kutatás során ügyvédek körében került felmérésre, hogy milyen elektronikus jogszabály-nyilvántartó rendszereket ismernek és használnak, milyen elvárásaik vannak a termékkel szemben, mennyire vannak megelégedve az általuk használt jogi információs rendszerrel, s milyen ok miatt váltanának új jogi információs szolgáltatásra (Vj-85-003/2011. V/1. számú melléklet).

20. A [www.gazdasag.hu](http://www.gazdasag.hu) domain nevű honlapon elhelyezett, jogszabály-nyilvántartó rendszerekkel kapcsolatos webes kérdőív révén a válaszadók ismertethették, hogy milyen elektronikus jogszabály-nyilvántartó rendszereket ismernek és használnak, milyen tulajdonságok miatt és miként használják a jelenlegi szolgáltatást, mi alapján választják ki a szolgáltatót stb. (Vj-85-003/2011. V/2. számú melléklet).

#### IV. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

21. Az eljárás alá vont az OptiJUS terméket
- egy általános kampány és
  - direkt marketing küldemények
- révén népszerűsítette [a kereskedelmi kommunikációkat részletesen a vizsgálati jelentés (Vj-85-011/2011.) 2. számú melléklete ismerteti, a kereskedelmi kommunikációi alkalmazásának költségeire vonatkozó adatokat a Vj-85-006/2011. számú irat tartalmazza].
22. Az OptiJUS termék népszerűsítése érdekében az eljárás alá vont többféle kereskedelmi kommunikációt alkalmazott (televíziós reklámot, rádióreklámokat, banner-eket, sajtóhirdetéseket, a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) és a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) honlapokon elhelyezett kommunikációkat, az e célból feliratkozottaknak megküldött elektronikus hírlevelet).
23. A <http://www.optijus.hu/tutorials/2.html> linken található bemutató film lényegében az OptiJUS program „Help”, illetve „Súgó” funkcióját látta el.
24. Az eljárás alá vont három alkalommal küldött direkt marketing küldeményeket több ezer példányban:
- 2011 márciusában ügyvédek részére juttatta el azt a direkt marketing küldeményt, amely az OptiJUS-ról szóló rövid ismertető levél és megrendelőlap mellett a CompLex Ügyvéd Jogtár, valamint az OPTEN Törvénytár és OptiJUS elnevezésű elektronikus jogi adatbázis tulajdonságait összehasonlító, több oldalas táblázatot is tartalmazta (a levél nem tartalmazza, hogy a táblázatban szereplő adatok mely időpontnak/időszaknak megfelelő állapotot tükrözik),
  - a 2011. júniusi direkt marketing küldeményt ügyvédeken kívül a gyakorló szakemberek tágabb körének küldte meg (könyvelőknek, könyvvizsgálóknak, önkormányzatoknak, egyéb költségvetési intézményeknek, cégeknek címezve). A levél az OptiJUS-ról szóló rövid ismertető levél és megrendelőlap mellett tartalmazta a CompLex Jogtár elnevezésű általános jogi adatbázis-kezelőjének, valamint az OPTEN Törvénytár és OptiJUS elnevezésű elektronikus jogi adatbázis-kezelőinek egyes tulajdonságait összehasonlító, több oldalas táblázatot is,
  - a 2011 szeptemberében eljuttatott direkt marketing levelét az ügyvédeken túl szintén a gyakorló szakemberek tágabb körének is címezte. A küldemény az OptiJUS-nak más termékkel való összehasonlítását nem tartalmazta.
25. Az eljárás alá vont a kereskedelmi kommunikációja során
- összehasonlító reklámokat alkalmazott,
  - piacelsőségi állításokat tett,
  - egyéb állításokat alkalmazott.

*Összehasonlító reklámok*

26. Az eljárás alá vont a 2011 márciusában és a 2011 júniusában megküldött direkt marketing küldeményeinek része volt a három elektronikus jogi adatbázisra kiterjedő, azok mintegy száz tulajdonságát összehasonlító, több oldalas táblázat.

27. A 2011. márciusi direkt marketing küldemény

- a Törvénytár és
  - a tartalmi elemek vonatkozásában OptiJUS DVD/Online és az Ügyvéd Jogtár,
  - a funkciók vonatkozásában az OptiJUS DVD és a Jogtár termékek tulajdonságait hasonlította össze,
- közölte, hogy „a legelterjedtebb jogi adatbázisok objektív, tételes összehasonlító táblázatai” szerepelnek a reklámban, illetve a direkt marketing küldeményben az eljárás alá vont ismertette, hogy „a tartalmi kiegészítő-anyagok széleskörűségét és a leggyakoribb funkciók elérhetőségét a jelenleg a piacon található két legelterjedtebb rendszerrel összehasonlítva táblázatos formában szemléltetjük.” Nem közölte, hogy a táblázatban szereplő adatok mely időpontnak/időszaknak megfelelő állapotot tükrözik,
- egyes tartalmi elemek kapcsán
  - közölte, hogy „a zárójelben szereplő jelek és darabszámok a külön előfizetési díjért elérhető szolgáltatásokra utalnak”,
  - az OptiJUS DVD/Online egyes közlésekhez kiegészítő információkat fűzött, jelezve, hogy az adott közlés milyen modulokra vonatkozik (EU modul, Döntvénytár modul, Nagykommentár modul, Iratmintatár modul), illetve egyes számszerű közlésekhez kapcsolódóan további információkat közölt.

28. A 2011. márciusi direkt marketing küldemény részét képező összehasonlító reklám az összehasonlító táblázat „Kommentárok” és „Irat- és nyomtatványminták” sorai az alábbiakat tartalmazták, a következő kiegészítésekkel:

Tartalmi elem/Termék	Ügyvéd Jogtár	Törvénytár	OptiJUS DVD/online
kommentárok	Ø(7db)	Ø	Ø (18 db***)
Irat és nyomtatványminták	320 (1500/1700 db)	1188 db	1188+saját anyag beillesztése (1800****)

(...): a zárójelben szereplő jelek és darabszámok a külön előfizetési díjért elérhető szolgáltatásokra utalnak

\*\*\*Nagykommentár modul 14 (+4)

\*\*\*\*Iratmintatár modul 1400 (+400)

29. Az OptiJUS esetén feltüntetett 18 db kommentár külön előfizetési díj ellenében volt igénybe vehető, 14 db kommentár a külön előfizetési díj ellenében a Nagykommentárok modul részeként, 4 db kommentár pedig az ugyancsak külön előfizetési díj ellenében használható Adó TB modul részeként volt elérhető.

30. A 2011 márciusában a nagyobb ügyvédi irodáknak megküldött direkt marketing küldeményekben az eljárás alá vont felajánlotta, hogy helyszíni felhasználói támogatással kipróbálási lehetőséget biztosít az ügyvédi iroda dolgozóinak. A többi direkt marketing levél tartalmazott egy olyan felhasználónév és jelszó kombinációt, amelynek segítségével az OptiJUS online kipróbálására nyílt lehetőség egy kéthetes időszakban.

31. A 2011. júniusi direkt marketing küldeményben szereplő összehasonlító reklám

- a Jogtár, a Törvénytár és
  - a tartalmi elemek vonatkozásában OptiJUS DVD/Online,
  - a funkciók vonatkozásában az OptiJUS DVD
 termékek tulajdonságait hasonlította össze,
- közölte, hogy
  - „a szolgáltatás tartalmi és funkcionális lehetőségeinek összehasonlítása más piacvezető jogi adatbázisokkal”,
  - „az adatok kelte 2011. április 30.”,
- egyes tartalmi elemek kapcsán feltüntette, hogy „a zárójelben szereplő jelek és darabszámok a külön előfizetési díjért elérhető szolgáltatásokra utalnak”,
- közölte továbbá, hogy
  - „a kommentárok darabszámban, terjedelemben és a lezárás dátumában jelentősen eltérhetnek (bővebb információ a kiadók saját weboldalain érhető el)”,
  - „az összehasonlítás nem teljeskörű.”

32. A 2011. júniusi direkt marketing küldemény tartalmazott egy olyan felhasználónév és jelszó kombinációt, amelynek segítségével az OptiJUS online kipróbálására nyílt lehetőség.

33. A CompLex „alaptermékének” a Jogtár tekinthető, amelyhez kiegészítő szolgáltatásokat nyújt a Jogtár Plusz. Az Ügyvéd Jogtár kifejezetten az ügyvédeknek szóló szakadatbázis, amelynek három szintje érhető el: Alap, Plusz és Prémium (az OptiJUS egyetlen szolgáltatási szinten érhető el, amelyet a különböző kiegészítő modulokkal lehet bővíteni). Az összehasonlító reklámokban nem került feltüntetésre, hogy az adott tulajdonság mely szinten érhető el, azzal, hogy a zárójelben szereplő anyagokat a magasabb szolgáltatási szintek tartalmazzák, de ezek nem kerülnek megnevezésre. A Jogtár esetében tehát az alapszolgáltatásokat a Jogtár tartalmazza, a Jogtár Plusz pedig ehhez képest kiegészítő szolgáltatásokat is kínál. Ehhez hasonlóan az Ügyvéd Jogtár termék esetében az alapszolgáltatásokat az Ügyvédi Jogtár Alap tartalmazza, amihez képest az Ügyvéd Jogtár Plusz kiegészítő szolgáltatásokat nyújt, az Ügyvéd Jogtár Prémium pedig az Ügyvéd Jogtár Pluszhoz képest is nyújt kiegészítő szolgáltatásokat. Valamennyi csomag kiegészíthető – így különösen az Iratmintatárra, az Iratmintatár Pluszra és a HMJ-re (Hatályos Magyar Jogszabályokra) történő előfizetéssel – további többletszolgáltatásokkal.

34. A 2011. márciusi és 2011. júniusi összehasonlító reklámokban szerepeltetett tulajdonságok körében eltérések vannak, így például

- míg a 2011. márciusi összehasonlító reklámban szerepel a „Teljes magyar közlönyállomány feldolgozva”, „Magyarázatok”, „Kéthasábos nyomtatás” stb. sor, addig ez a 2011. júniusi összehasonlító reklámban nem található meg,
- míg a 2011. júniusi összehasonlító reklámban szerepel az „Emberi Jogok Bíróságának határozata”, „Változásfigyelő”, „Hivatkozott sorok megjelenítése buborékban”, „Keresési feltételek mentése” sor, addig ez a 2011. márciusi összehasonlító reklámban nem található meg.

35. A két összehasonlító reklám között más vonatkozásban is eltérések mutatkoznak:

- az OptiJUS esetében például a „Bírósági határozatok (BH)” funkció kapcsán a 2011. márciusi összehasonlító reklám 11.045 db-ot jelzett, addig a 2011. júniusi összehasonlító reklám ennél kevesebbet, 10.716 db-ot. Megjegyzendő, hogy a 2011. június 28-i hírlevél szerint az OptiJUS alapszolgáltatása keretében több mint 12.000

bírósági határozathoz lehetett hozzájutni (lásd a 2011. június 28-i hírlevelet, Vj-85-002/2011. B/5. számú melléklet),

- a Törvénytár a 2011. márciusi összehasonlító reklám szerint nem rendelkezik „Teljes anyag beillesztése” funkcióval, ugyanakkor a 2011. júniusi összehasonlító reklám szerint igen,
- a Jogtár
  - a 2011. márciusi összehasonlító reklám szerint rendelkezik „Keresési feltételek mentése” és „Szövegen belüli külön táblák/adatok nyomtathatósága” funkcióval, a 2011 júniusi összehasonlító reklám szerint nem,
  - a 2011. márciusi összehasonlító reklám szerint nem rendelkezik „Szövegrész másolása” funkcióval, a 2011 júniusi összehasonlító reklám szerint igen.

### Piacelsőségi állítások

36. Az eljárás alá vont egyes kereskedelmi kommunikációiban piacelsőségi állításokat fogalmazott meg:

	állítás	megjelenési helye
1.	<i>A következőkben megismerkedünk Magyarország piacvezető üzleti és jogi szakkiadója, az Opten Kft. legújabb magyar és uniós jogi információs szakadatbázisával</i>	a <a href="http://www.optijus.hu/tutorials/2.html">http://www.optijus.hu/tutorials/2.html</a> linken található bemutató film tájékoztatásai
2.	<i>A joggyakorlat széles körű megismerését a 61 ezret meghaladó, több szempont szerint kereshető bírósági döntés biztosítja. Ez a piacon jelenleg megtalálható legkiterjedtebb, a jelen bírósági gyakorlatot is bemutató döntvénytár, mely tartalmaz több mint harmincezer anonimizált egyedi bírósági határozatot, ítéltáblai és elvi bírósági határozatokat, illetve a GVH és Közbeszerzési Döntőbizottság határozatát, valamint az Emberi Jogok Európai Bíróságának ítéleteit</i>	a 2011. júniusi DM levélhez csatolt kiadvány
3.	<i>Ez a piacon jelenleg megtalálható legbővebb iratmintatár</i>	a 2011. júniusi DM levélhez csatolt kiadvány
4.	<i>Egyedülállóan bő, 38 ezer tárgyszó</i>	2011. június 28-án elküldött elektronikus levél 2011. júniusi DM levélhez csatolt kiadvány a <a href="http://www.opten.hu">www.opten.hu</a> honlap főoldalán „jogi információ” fül alatt

37. Az eljárás alá vont a bemutató filmet eltávolította a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) domain alatti honlapjáról a GVH adatkérésének kézhezvételét követően.

### Egyéb vizsgált állítások

38. Az eljárás alá vont kereskedelmi kommunikációiban az összehasonlító reklámok és a piacelsőségi állítások alkalmazása mellett egyebek között az alábbi közléseket is tette:

	állítás	megjelenési helye
1.	<b><u>A szolgáltatás tartalmi és funkcionális lehetőségeinek összehasonlítása más piacvezető jogi adatbázisokkal</u></b>	<b>a <a href="http://www.opten.hu">www.opten.hu</a> oldalon „Jogi információ” és Optijus fül alatt</b>
2.	<i>a bővített változásfigyelő nem csak a joganyagok teljes körét, hanem szűkebb jogszabályi listák, adott közlönyök,</i>	a 2011 júniusi DM levélhez csatolt kiadvány



	<i>kibocsátók, jogtípusok vagy jogterületek figyelését is lehetővé teszi</i>	a www.opten.hu honlapon „Jogi információ” és OptiJUS fül alatt DM levél 4.
3.	<i>az adatbázis...naprakész és teljeskörű</i>	a 2011 márciusi DM levél a 2011 júniusi DM levél és a levélhez csatolt kiadvány a <a href="http://www.optijus.hu">www.optijus.hu</a> főoldal a www.opten.hu honlapon „Jogi információ” fül alatt valamennyi sajtóhirdetés roll-up
4.	<i>a jogi adatbázis teljeskörűen és a magyar jogszabályok vonatkozásában hatályosítva tartalmazza a magyar és az uniós teljes joganyagot</i>	a www.optijus.hu oldalon „bemutató film” tájékoztatásai a DM4 levél
5.	<i>A szolgáltatás magába foglalja a teljes hatályos magyar joganyagot egységes szerkezetben annak változásaival</i>	sajtóhirdetés1. sajtóhirdetés3. sajtóhirdetés6. sajtóhirdetés7., sajtóhirdetés8., a 2011 márciusi DM levél roll-up

39. Az eljárás alá vont a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban az alapmodulból és a külön díj ellenében megrendelhető kiegészítő modulokból álló OptiJUS egyes tartalmi elemeit számszerűen szerepeltette. A reklámokban nem közölte, hogy ezek az alapmodul vagy valamely kiegészítő modul részeként érhetők-e el. A reklámok része volt az a táblázat, amely tartalmazta az OptiJUS árát, illetve a mellé rendelhető kiegészítő modulokat és azok árát.
40. Az eljárás alá vont más kereskedelmi kommunikációiban is számszerűen szerepeltette az alapmodulból és a külön díj ellenében megrendelhető kiegészítő modulokból álló OptiJUS egyes tartalmi elemeit (banner, a www.optijus.hu oldalon „bemutató film”, a www.opten.hu honlapon „Jogi információ” fül alatt, elektronikus DM levél, DM levél 4., DM levél 4-hez csatolt OptiJUS ppt ajánló).

## V. Az eljárás alá vont előadása

41. Az eljárás alá vont előadta, hogy az OptiJUS népszerűsítésével kapcsolatos magatartása nem ütközik sem a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.), sem pedig a Grt. rendelkezéseibe.
42. Törekedett arra, hogy az egymással összevetett termékek használhatósága szempontjából lényeges tulajdonságok minél szélesebb körét hasonlítsa össze, s a címzett az egymással összevetett termékek vonatkozásában minél teljesebb képet kapjon az egyes termékek előnyeiről és hátrányairól. Ez a törekvés messzemenően kifejezésre jut abban is, hogy az összevetés az összehasonlított szempontok többségében a CompLex-re nézve kedvezőbb.

43. A Vj-006/2006. számú versenytanácsi határozatában foglaltakra is figyelemmel indokoltan választotta ki az OptiJUS-al való összehasonlítás alapjául a CompLex egyes helyettesíthető termékeit.
44. A 2011. márciusi és 2011. júniusi direkt marketing küldeményeiben foglalt összehasonlító táblázat polarizált összehasonlítást tartalmaz, amely jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságok alapján hasonlítja össze a CompLex egyes termékeit az OPTEN egyes azt helyettesíthető termékeivel. Jogszerű lehetősége volt arra, hogy eldöntse, polarizált vagy nem polarizált összehasonlítást kíván-e végezni. A polarizált összehasonlítás mellett döntött, amelynek során – a GVH Vj-6/2006. számú versenytanácsi határozata alapján is – a hozzá sok szempontból a legközelebb álló versenytárs egyes termékeit hasonlította össze a sajátjaival.
45. Az eljárás alá vont kérte annak a figyelembevételét, hogy a Törvénytár előfizetői nem a kampány eredményeképpen váltak OptiJUS előfizetőkké, hanem ezt az eljárás alá vont „automatikusan” biztosította.
46. Kifejtette, hogy a GVH által vizsgált egyes OptiJUS-szal kapcsolatos állítások jellemzően a papír alapú direct marketing küldeményében szerepeltek, amelyeket a potenciális felhasználóknak csak egy meglehetősen szűk és egyébként kifejezetten tudatos és racionális, szakértelemmel rendelkező rétegéhez jutottak el, amely körrel szemben alkalmazott megtéveszthetőségi mérce magasabb, mint a „laikus” fogyasztókkal szemben alkalmazott mérce. Az OptiJUS bevezetését megelőzően lefolytatott piackutatás során arra is fény derült, hogy a jogi adatbázis-kezelő felhasználók – akik a direct marketing küldemények címzettjei voltak – az általuk használt jogi adatbázis-kezelőt elsősorban tapasztalat alapján és kipróbálást követően választják ki. Ezen racionális és tudatos felhasználói kör számára mindemellett nyitva állt a termék kipróbálásának lehetősége, így az OptiJUS reklámozása során állított tulajdonságokról e fogyasztók személyesen, kipróbálás keretében meggyőződhetnek.
47. Aláhúzta, hogy a direktmarketig kampányokban, valamint a 2011. június 28-i hírlevelében és az OptiJUS működését bemutató filmben szereplő állítás csupán a jogi adatbázis-kezelő felhasználók szűk köréhez jutott el, így nagy mérvű fogyasztói érdeksérelem, valamint a közérdek sérelme nem következett be.
48. Az általános hirdetési kampánya volt az, amelynek üzenete a lehetséges üzletfelek nagyobb tömegéhez eljutott, s a marketingkampány ezen elemének költségei jóval meghaladták a direct marketing kampányra fordított költségeket, ugyanakkor ez nem tartalmazott olyan állításokat, amelyek a vizsgálat tárgyát képezik. A direct marketing kampány határfoka emellett alacsony volt.
49. Hivatkozott arra, hogy esetében korábban a GVH semmilyen elmarasztalást nem alkalmazott, vele szemben versenyjogi relevanciájú eljárást nem folytatott.
50. Hangsúlyozta, hogy a jövőben még nagyobb igyekezettel és gondossággal fogja piaci magatartását a versenyjogi előírásokhoz igazítani, s tudatosan törekszik arra, hogy ezen a sajátos szerkezetű piacon erősítse a piaci versenyt.
51. Kérte annak figyelembevételét, hogy a jogi adatbázis-kezelők piacának szereplőivel szemben korábban hasonló ténybeli alapok alapján lefolytatott versenyfelügyeleti eljárás során bírság kiszabására nem került sor.

52. Hangsúlyozta, hogy az OptiJUS professzionális felhasználóknak, nem pedig önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyeknek szól, akik magas szintű fogyasztói tudatossági szinttel rendelkeznek, a GVH gyakorlata szerint pedig valamely szakmai kör megtéveszthetőségi mércéje magasabb, mint a „laikus” fogyasztók mércéje, azaz a szakmai követelmények vagy gyakorlati jártasság folytán megfelelő szakmai ismeretekkel rendelkező, professzionális fogyasztók megtévesztésére való alkalmassága esetében alkalmazott mérce szigorúbb, magasabb, mint a „laikus” fogyasztók esetében.
53. Aláhúzta, hogy mind a CompLex, mind pedig a saját termékei esetében egyértelműen azonosíthatók az egymással helyettesíthető termékek alapszolgáltatásai és az azokhoz képest kiegészítő többletszolgáltatások. Ezek a szolgáltatások pedig – amelyek egyúttal a termékek jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző tulajdonságainak is minősülnek – minden további nélkül ellenőrizhetően, objektív módszerrel mérhetően és tárgyilagosan összehasonlíthatóak.
54. Álláspontja szerint az összehasonlításból egyértelműen kitűnik, hogy a CompLex és az eljárás alá vont egyes termékei esetében mely szolgáltatások tartoznak az adott termék alapszolgáltatásához és melyek minősülnek ehhez képest külön díj ellenében igénybevehető többletszolgáltatásnak. Az ilyen többletszolgáltatásokat ugyanis az összehasonlítás zárójelben tünteti fel, amely jelölést az egyértelműség érdekében külön szöveges magyarázattal is ellátott. Önmagában az, hogy a CompLex termékei különböző szolgáltatási szintjeit külön névvel (Jogtár, Jogtár Plusz, Ügyvéd Jogtár Alap, Ügyvéd Jogtár Plusz és Ügyvéd Jogtár Prémium) is ellátott csomagokba rendezte, semmilyen tekintetben nem befolyásolja az egyes szolgáltatások összehasonlíthatóságát.
55. Az OPTEN álláspontja szerint az egyes elektronikus adatbázis-kezelők által nyújtott irat- és nyomtatványminták köre – mint ezen termékek lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonsága – tárgyilagos összehasonlításának megfelelő eszköze a darabszám szerinti összevetés, amely a konkrét mennyiségen túl az összehasonlítás gyakorló szakember címzettje számára egyúttal azok sokféleségére is engednek következtetni.
56. Előadása szerint az elektronikus jogi adatbázis-kezelők piacán általánosan bevett gyakorlat, hogy a kiadók darabszám szerinti megközelítés alkalmazásával mutatják be termékeiket. Megjegyezte, hogy a CompLex a [www.complex.hu](http://www.complex.hu) domain alatti honlapján található termékismertető és összehasonlító táblázatok (amelyekre az összehasonlítás összeállításakor az eljárás alá vont is támaszkodott) ugyancsak számos esetben tartalmaznak darabszám szerinti összehasonlítást az egyes tartalmi elemek és termékek esetén. Felhívta arra is a figyelmet, hogy a darabszám szerinti megközelítést a Vj-6/2006. számú versenyfelügyeleti eljárásban a CompLex is kifogásolta, de a GVH a jogi adatbázisa teljességére vonatkozó állítása valóságának vizsgálata során a CompLex erre vonatkozó érvelését nem fogadta el.
57. Megítélése szerint az egyes iratminták tartalmi összevetése (nyomtatványmintáknál az ilyen összehasonlítás már eleve fogalmilag értelmezhetetlen) nyilvánvalóan túlterjeszkedne a tárgyilagos és objektív módszerrel mérhető összehasonlítás körén, hiszen az egyes iratminták tartalmáról való véleményformálás óhatatlanul szubjektív megítélés alá esne.
58. Nem az adatbázisok teljességére vonatkozó összehasonlításra irányult a szándéka azzal, hogy az összehasonlító táblázatban egyes esetekben csak az adott joganyag elérhetőségét/el nem érhetőségét jelölje, ugyanakkor nem szerepeltek darabszámok, ,

hanem csak arra, hogy a termék rendelkezik-e ilyen adatbázissal. Az ugyanis (amint arra a GVH a Vj-6/2006. számú versenytanácsi határozatban is rámutatott) már teljesen más kérdés, hogy az adott adatbázis mekkora joganyagot tartalmaz. Az eljárás alá vont ilyen tartalmú összehasonlításba egyrészt nem kívánt belebocsátkozni, hiszen ahol az adatbázisban foglalt dokumentumok számát kívánta összehasonlítani, ott azt számszerűen meg is tette, másrészt az elektronikus jogi-adatbáziskezelőkkel dolgozó címzettek számára is egyértelmű, hogy az adatbázis elérhetőségének állításából még nem következik, hogy az egyúttal minden tekintetben (így például a terjedelmét tekintve) valamennyi termék esetében szükségszerűen azonos is.

59. Azzal összefüggésben, hogy az összehasonlítás bázisidőpontja egyes esetekben nem került feltüntetésre, előadta, az elektronikus jogi adatbázis-kezelőkkel dolgozó címzettek számára is egyértelmű, hogy az egyes jogi adatbázis-kezelők egymástól lényegesen eltérő időállapotának összehasonlítása nem vezethet értelmes eredményre. Megjegyezte, hogy (amint az a 2011. márciusi és a 2011. júniusi összehasonlítás adatainak egybevetéséből is kitűnik) a termékek egyes jellemzőinek számszerű adatokkal követhető fejlődése korántsem olyan drámai mértékű.
60. Megítélése szerint a 2011. márciusi összehasonlító táblázat a „pipával” (√) ellentétes – azaz valamely szolgáltatás elérhetőségének hiányára utaló – jelentés jelölésére használt „zéró” (Ø) és „iksz” (X) az összehasonlítás címzettje részére nem okozhat értelmezési nehézségeket, hiszen azokkal a kereskedelmi gyakorlatban napi rendszerességgel találkozunk. A „pipa” (√), „zéró” (Ø) és „iksz” (X) jelek ugyanazon összehasonlításban való egymás melletti alkalmazásában a jelek értelme – nevezetesen, hogy azok az adott szolgáltatás meglétére vagy hiányára utalnak – még inkább egyértelművé válik. Hangsúlyozandó, hogy az összehasonlítás címzettjei nem átlagos fogyasztók, hanem elektronikus jogi adatbázis-kezelőket a munkájuk során rendszeresen használó szakemberek, akiknek az ilyen összehasonlítások értelmezése nem okozhat nehézséget. Az egyértelmű jelölésre irányuló törekvését mutatja, hogy a 2011. márciusi összehasonlítással kapcsolatos panasz (a jelöléssel kapcsolatos más kifogásról ugyanis mind a mai napig nincs tudomása) alapján a 2011. júniusi összehasonlításban az elérhető szolgáltatások jelölésére „pipa” (√) helyett „plusz” (+) jelet, míg az adott szolgáltatási szinten el nem érhető szolgáltatások jelölésére egységesen „zéró” (Ø) jelet alkalmazott. Ugyanakkor az OPTEN a 2011. júniusi összehasonlításban óvatosságból még jelmagyarázattal is ellátta „plusz” (+) és a „zéró” (Ø) jelet. Az összehasonlításban alkalmazott zárójelek [...], illetve az azokban szereplő adatok jelentése már csak azért sem hagyhatnak kétséget az összehasonlítás címzettjében, mivel azok értelmezéséhez a következő szöveges magyarázatot fűzi az összehasonlítás: „(...) : zárójelben szereplő jelek és darabszámok a külön előfizetési díjért elérhető szolgáltatásokra utalnak.” Ha tehát a zárójelben [...] „pipa” (√) található, akkor az adott szolgáltatás külön előfizetési díjért igénybevezető többletszolgáltatásként érhető el. Ha a zárójelben [...] számjegy található, úgy az adott külön előfizetési díjért elérhető többletszolgáltatás a számjegynek megfelelő darabszámú dokumentumból áll. Az összehasonlításban azt a kiegészítő információt jelölte kölcsönösen egyértelműen \*-okkal, hogy az adott külön előfizetési díjért igénybe vehető többletszolgáltatások melyik kiegészítő modul részét képezik.
61. Az eljárás alá vont álláspontja szerint ugyan az összehasonlítás értelmezése (mivel hasonlókkal a mindennapi életben is nap mint nap találkozunk) az átlagos fogyasztó számára sem okozhatna nehézséget, a vizsgált összehasonlítás az önálló foglalkozásukkal vagy gazdasági tevékenységükkel összefüggő célok érdekében eljáró címzetteknek szól, akik napi munkájuk során rendszeresen használnak elektronikus jogi adatbázis-kezelőket, s éppen ezért tisztában vannak az ilyen jogi adatbázis-kezelők által általában nyújtott szolgáltatásokkal.

62. A 14 + 4 db-ként szerepeltetett kommentárok kapcsán előadta, a zárójelben [(...)]szereplő adatokhoz fűzött szöveges magyarázat alapján nyilvánvaló, hogy a zárójelben foglalt adatok az összehasonlított termékek alapszolgáltatásaihoz képest külön előfizetési díj ellenében igénybe vehető szolgáltatásokra vonatkoznak. A különböző szolgáltatási szintek közötti összehasonlítás alapját tehát az képezi, hogy valamely szolgáltatás már az alapszolgáltatás részeként is elérhető-e, vagy csak külön előfizetési díj ellenében. Ennek megfelelően az összehasonlítás az OptiJUS tekintetében külön előfizetési díj ellenében igénybe vehető összesen 18 db kommentár elérésének a lehetőségét jelöli a következőképpen: Ø (18 db\*\*\*), s a \*\*\* alatt a következő megjelölés szerepel: „\*\*\* Nagykommentár modul 14 (+4)”. Ebből a címettek számára egyértelműen következik, hogy a kommentárok ugyan nem képezik az OptiJUS alapszolgáltatásának a részét, de külön előfizetési díj ellenében elérhetők. Az összehasonlítás pusztán a körültekintő és átfogó tájékoztatás érdekében bontotta még tovább 14 + 4 db-ra a külön előfizetési díjért igénybe vehető kommentárokat. Mindez azonban nem változtat azon, hogy az OptiJUS esetében valamennyi kommentár külön előfizetési díj ellenében vehető igénybe, ami az összehasonlításból egyértelműen ki is tűnik. A külön előfizetési díj ellenében elérhető összes kommentárok számának „14+(4)” módon történő megjelölésével pedig azt kívánta jelezni, hogy a Nagykommentárok modulra történő előfizetés esetén még nem lesz elérhető mind a 18 db kommentár. A Nagykommentárok modul ugyanis csak 14 db kommentárt tartalmaz. A további 4 kommentárt az Adó TB modulra történő előfizetés esetén olvashatta a felhasználó. A 18 db kommentár „14+(4)” db-ra bontásával a körültekintő és átfogó tájékoztatás érdekében azt jelezte, hogy a 18 db kommentár nem egyetlen csomag részeként válik a felhasználó számára elérhetővé. Egyben megjegyezte, hogy ezt a jelölést a 2011. júniusi direct marketing küldemény részét képező táblázatban már nem alkalmazta, és a 2011. szeptemberi direct marketing küldeményekhez pedig már táblázatot sem csatolt.
63. A piacelsőségi állítások kapcsán az eljárás alá vont utalt a Vj-6/2006. számú versenytanácsi határozatra, amelyben a GVH már jóval az OptiJUS a bevezetését megelőzően is megállapította, hogy az elektronikus jogi adatbázis-kezelők magyarországi piacának két kiemelt szereplője van, nevezetesen a CompLex és az eljárás alá vont. Az OptiJUS bevezetését megelőzően végzett webes piackutatási felmérés is megerősítette, hogy az eljárás alá vont és a CompLex céginformációs szolgáltatása a felhasználók körében mind a mai napig csaknem ugyanolyan népszerűségnek örvend. Azzal az állítással tehát, hogy Magyarország piacvezető üzleti és jogi szakkiadója, elsősorban arra utalt, hogy az elektronikus jogi adatbázis-kezelők magyarországi piacának kiemelt szereplője. Az elsőségi állítás – amint azt a hivatkozott mondat szerkesztése is megerősíti – elsősorban az eljárás alá vont az üzleti kiadványok kiadása és terjesztése körében betöltött pozíciójára vonatkozik, amely a piaci visszajelzések alapján is kiemelkedő. Az elsőségi állítást – tekintettel arra, hogy az a termék felhasználását segítő filmben szerepel – elsősorban olyan felhasználók észlelhetnék, akik az OptiJUS termékre már előfizettek. A piacelsőségi állításnak e felhasználók tekintetében tehát már meggyőző, vásárlásra ösztönző szerepe egyáltalán nem volt, hiszen a film címzetti köre már döntött amellet a termék mellett, amelynek előállítójáról az állítás információt hordoz, sőt a termékre már elő is fizetett, azt használja is.
64. A „legkiterjedtebb döntvénytár” állítással kapcsolatosan kifejtette, az egyes szolgáltatások által kínált döntvények számából következik, hogy az OptiJUS a vizsgált állítás megjelenésekor a piacon megtalálható legkiterjedtebb döntvény adatbázist kínálta.
65. Az „ez a piacon jelenleg megtalálható legbővebb iratmintatár” állítással összefüggésben aláhúzta, az állítás megjelenésekor, a 2011. júniusi direkt marketing küldeményben

valóan állította, hogy az OptiJUS Nagy iratmintatár modulja tartalmazta a legbővebb iratmintatárat. 2011 májusában az OptiJUS Nagy iratmintatár modulja 1.800 db iratmintát tartalmazott, s már az OptiJUS alapmodulja is 1.188 db iratmintával rendelkezett. Ezzel szemben a Közlönykiadó Hivatalos Jogszabálytárának iratmintatára több, mint 1.000 db iratmintát tartalmazott, míg a CompLex iratmintatárában 1.600 db iratminta volt, s az alapmodulban csak 320 db iratminta volt elérhető.

66. Az „egyedülállóan bő” állítás kapcsán előadta, a két kiemelt jogi adatbázis-kezelő szolgáltatásainak minősége jóval meghaladja a piacon jelenlévő egyéb szereplők szolgáltatásainak minőségét. Ennek az OptiJUS esetében az egyik jele az, hogy a tárgyszavas keresés – tekintettel a nagy mennyiségű kereshető tárgyszóra – pontos és kimerítő eredményre vezet. Az „egyedülállóan bő” tárgyszó-készletre történő utalás éppen azt hangsúlyozza, hogy az OptiJUS „targyszavas kereső” funkciója a piacon elérhető egyik legjobb szolgáltatásnak minősül, a piac kevésbé jelentős szereplői által forgalmazott termékek által nyújtott funkcionál az lényegesen jobb. A CompLex Jogtárának tárgyszavas keresőjében található tárgyszavak száma (40.745) és az OptiJUS tárgyszavas keresőjében szereplő tárgyszavak száma között nagyságrendileg nincs számottevő különbség, míg a piacon jelenlévő egyéb termékek lényegesen kevesebb tárgyszóval rendelkeznek. A CompLex Jogtár és az OptiJUS tárgyszavainak darabszáma között meglévő minimális különbség pedig a termékek használatát és a kereső funkció eredményességét lényegesen nem befolyásolja. Emlékeztetett arra, hogy a termékismertető az „egyedülállóan bő” szófordulat után közvetlenül közli, hogy 38.000 tárgyszót tartalmaz az a tárgyszó-készlet, amely alapján az OptiJUS keresni képes. Az olvasó tehát rögtön képet kapott arról is, hogy az „egyedülállóan bő” tárgyszó-készlet pontosan milyen mennyiségű tárgyszót tartalmaz. Ugyanakkor az „egyedülállóan bő” kifejezés nem szükségszerűen elsőségi állítás. Amennyiben ugyanis ez lenne az állítás üzenete, úgy az eljárás alá vont például nyilvánvalóan a „legbővebb” vagy a „legtöbb tárgyszót tartalmazó kereső” kifejezéseket használta volna. Még ha az állítás túlzó is, a túlzás semmiképp nem haladja meg azt a mértéket, amely reklámoknál szokásos, mert azt – az jogi adatbázis-kezelők egyébként racionális és tudatos – felhasználói megfelelően tudják értékelni és kezelni, amelyhez számukra segítséget nyújt az megadott konkrét számadat. Emellett a termék lehetséges felhasználói nem elsősorban a termék-leírások és reklámok hatására döntenek valamely termék mellett, hanem annak kipróbálása alapján. Ebből adódóan a termék-leírásban szereplő szófordulat a jogi adatbázis-kezelők felhasználóinak megtévesztésére nem alkalmas.
67. A hírlevéllel kapcsolatban hangsúlyozta, hogy a kinyomtatott formában mintegy 20 oldal terjedelmű 2011. június 28-i hírlevél túlnyomó része (18 oldal) szakmai tájékoztató anyagot tartalmaz, amihez képest elenyésző az egyéb, egyes termékeket népszerűsítő hirdetési jellegű tartalom. Az egyébként is csekély terjedelmű hirdetési jellegű tartalom a terjedelmes szakmai anyagot tartalmazó hírlevél végén található. Maga az OptiJUS-t ismertető rész pedig a hirdetési tartalomnak is a legvégére került. Az egyes hírlevelekben a termékismertetőkhöz képest mind terjedelmében, mind pedig elrendezésében is a szakmai tartalom kerül sokkal hangsúlyosabb megjelenítésre, adott hírlevél esetében pedig annak elsődleges célja a nem az OptiJUS népszerűsítése volt.
68. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy az OptiJUS népszerűsítésével kapcsolatban közvetlenül hozzá semmilyen fogyasztói vagy egyéb panasz nem érkezett, s egyetlen fogyasztói panasz került hozzá – a Magyar Reklámszövetség Reklámetikai Bizottsága által – közvetítésre. Megjegyezte, hogy a GVH-hoz érkezett és a versenyfelügyeleti eljárás alapját képező bejelentés több mondata megegyezik ezzel a panasszal, amelyből arra következtet, hogy a panaszos személye azonos. A 2011. júniusi direkt marketing

küldeményének előkészítése során figyelembe vette a panaszban foglalt egyes, így különösen az összehasonlító táblázatban alkalmazott jelölésre vonatkozó észrevételeket.

69. Az eljárás alá vont ismertette magatartásának a Tpv. és a Grt. rendelkezéseivel való összhangba hozatala érdekében saját kezdeményezéséből, önkéntesen végrehajtott intézkedéseit:

- a GVH eljárásának megindulását követően az OptiJUS népszerűsítését célzó 2011. márciusi és júniusi direktmarketing küldeményeitől eltérően a 2011. szeptemberi direkt marketing kampánytól kezdődően már nem küldte meg azt a táblázatot tartalmazó brosúrát, amely a CompLex Jogtár elnevezésű általános jogi adatbázis-kezelőjének, valamint az eljárás alá vont Törvénytár és OptiJUS elnevezésű elektronikus jogi adatbázis-kezelőinek egyes lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságainak összehasonlítása céljából készült,
- az OptiJUS ismertetésére szolgáló, a 2011. márciusi és júniusi direktmarketing küldeményekhez mellékelte, az OptiJUS-t ismertető színes brosúrát direktmarketing küldeményként a későbbiekben már nem küldte ki. Amikor abban aggályos kijelentést észlelt, azonnal letiltotta a brosúra 2011 novemberében nyomtatott valamennyi példányának terjesztését,
- az OptiJUS használatát bemutató filmet, amelyben - a célját tekintve teljesen szükségtelenül - az az állítás szerepelt, hogy az eljárás alá vont Magyarország piacvezető üzleti és jogi szakkiadója, a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) domain alatti honlapjáról eltávolította, amint észlelte az abban szereplő elsőbbségi állítást,
- újrászövegezte azt a 2011. június 28-án küldött hírlevél végén szereplő ismertetőt, amely az OptiJUS tárgyszókészletét illetően az „egyedülállóan bő” szófordulatot tartalmazta,
- korrigálta, és pontosította az OptiJUS egyes jellemzőit tömören, számszerű adatokkal bemutató azon összefoglalót, amely a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) domain alatti honlap bal oldali menüsorában az „Ismertetők” felirat alatt az „OptiJUS” linkre kattintva érhető el a <http://www.opten.hu/ismerteto/optiijus.html> domain alatti weblapon.

70. Az eljárás alá vont jelezte, kész a Tpv. 75. §-a és a Grt. 29. §-ának (3) bekezdése alapján magatartását a GVH által meghatározott módon összhangba hozni a Tpv. és a Grt. rendelkezéseivel, s ezzel kapcsolatban vállalni egy olyan kampánycsomag megvalósítását, amely a jogi adatbázis-kezelőket felhasználó üzletfelek megfelelő tájékoztatását tűzi ki céljául. A tájékoztatási cél és a közérdek védelme jegyében a kampánycsomag a jogi adatbázis-kezelőkkel kapcsolatos kérdések tekintetében az üzletfelek által igényelt információ széles körben való elérhetőségét kívánja biztosítani. A kampány az alábbi elemekből áll össze:

- a jogi adatbázis-kezelő termékek összehasonlításának lehetővé tétele a felhasználók számára oly módon, hogy a területi ügyvédi kamarákkal szorosan együttműködve a fővárosi ügyvédi kamara és minden megyei kamara székhelyén saját költségén elhelyez egy-egy számítógépet, abból a célból, hogy ezen számítógépek segítségével az ügyvédi kamarák tagjai kipróbálhassák az OptiJUS szolgáltatást annak minden moduljával. Ezzel párhuzamosan levélben megkeresi a jogi adatbázis-kezelő termékeket szolgáltató más piaci szereplőket, amelyben felhívja az érintett szolgáltatókat, hogy ők is tegyék elérhetővé a területi kamarai székhelyeken az eljárás alá vont által elhelyezett számítógépeken saját termékeiket a felhasználók még teljesebb tájékoztatása és a termékek kipróbálásának lehetővé tétele érdekében,
- „Jogi adatbázisok Magyarországon” címmel ingyenes konferenciát rendez, amelyre meghívja a jogi adatbázis-kezelő termékek piacának egyéb szereplőit. Az ingyenes konferencia keretében a jogi adatbázis-kezelő termékek piacának mind a négy

szereplőjének lehetősége lenne 45-45 percben bemutatni jogi adatbázis-kezelő termékét a konferencia résztvevői részére,

- e termékismertető konferencia anyagát videofelvételen rögzíti és a felvételt vágtalanul, teljes egészében elérhetővé teszi a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) domain alatti honlapján,
- a jogi adatbázis-kezelők által használt fogalmak értelmezését tartalmazó tájékoztató anyag összeállítása, s e tájékoztató gyűjtemény közzététele a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) és a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) domain alatti weboldalakon,
- a fentiekben vázolt, a felhasználók tájékoztatását segítő lépések közleményben történő közzététele, amely közleményt - a média bevonásával - a nyilvánosság széles köreihez eljuttatja.

71. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontra tett észrevételeiben (Vj-085-023/2011. sz. irat) arra az esetleges bírság részletekben történő megfizetésének kedvezményét kérelmezte.

72. Az eljárás alá vont kérésére az eljáró versenytanács (2012. július 30-án) tárgyalást tartott, ahol az eljárás alá vont jogi képviselője a következőket nyilatkozta:

- A direkt marketing anyagok kapcsán kiemelte, hogy számításai szerint a kampánnyal elért többletbevétel éppen hogy fedezte a (írott) kampány költségeit, a kérdéses reklámfilmlet honlapjáról azonnal eltávolította, amint a GVH eljárásáról tudomást szerzett,
- hivatkozott a korábbiakban beadott kötelezettségvállalásra, melynek kitételeit továbbra is kész vállalni,
- végül pedig kiemelte, hogy az Opten Kft-t a GVH eddig nem bírságolta, versenyjogi eljárás sem folyt ellene.

A bírságösszeg megállapítása kapcsán írott enyhítő és súlyosító körülmények vonatkozásában az eljárás alá vont jogi képviselője arra hívta fel a figyelmet, hogy egy ilyen marketingkampány esetén ez az időtáv inkább átlagosnak tekinthető időtáv, tehát a több hónapig való elhúzódás álláspontja szerint nem lehet súlyosító körülmény a bírság összegének meghatározásánál. A széles körben elért fogyasztók kapcsán pedig kifejti, hogy elsősorban mindkét tájékoztatás szakmai közönséget célozott meg, igaz ugyan, hogy a második egy szélesebb körben került kiküldésre, de továbbra is elsősorban szakmai közönség számára.

## **VI. Jogi háttér**

73. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: 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 Magyar Köztársaság területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyar Köztársaság területén bárkit fogyasztóként érint.

74. Az Fttv. 2. §-ának a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy.



75. A Grt. 2. §-a értelmében a Grt.-nek a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy.
76. A Grt. 3. §-ának d) pontja szerint a Grt. alkalmazásában a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket -, szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog értékesítésének vagy más módon történő igénybevételének előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul. A h) pont rögzíti, hogy 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 reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti. Az i) pont értelmében az összehasonlító reklám olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé tesz más, a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató vállalkozást vagy ilyen vállalkozás által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut. Az i) pont alapján a reklám címzettje az, aki felé a reklám irányul, illetve akihez a reklám eljut.
77. A Grt. 12. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a megtévesztő reklám. A (2) bekezdés alapján a reklám megtévesztő jellegének megállapításakor figyelembe kell venni különösen a reklámban foglalt azokat a tájékoztatásokat, közléseket, amelyek a) az áru jellemző tulajdonságaira, b) az áru árára vagy az ár megállapításának módjára, valamint az áru megvételének, illetve igénybevételének egyéb szerződéses feltételeire, továbbá c) a reklámozó megítélésére, így a reklámozó jellemzőire, az őt megillető jogokra, vagyonára, minősítésére, elnyert díjaira vonatkoznak. A (3) bekezdés szerint a (2) bekezdés a) pontja alkalmazásában az áru jellemző tulajdonsága különösen az áru kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, mennyisége, származási helye, eredete, előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, beszerezhetősége, szállítása, alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, veszélyessége, kockázatai, egészségre gyakorolt hatásai, környezeti hatásai, energiafelhasználási ismérvei, tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye.
78. A Grt. 13. §-ának (1) bekezdése értelmében az összehasonlító reklám a) nem sértheti más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevét, b) nem vezethet összetévesztésre a reklámozó és az azonos vagy hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás, illetve annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése között, c) nem vezethet más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevéből adódó tisztességtelen előnyszerzésre, és d) nem sértheti más vállalkozás áruja, illetve annak a Tpv. 6. §-ában rögzített jellemzői utánzásának tilalmát. A (2) bekezdés szerint az összehasonlító reklám a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő árukat hasonlíthat össze, b) tárgyilagosan köteles összehasonlítani az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát, c) ha tartalmazza az áruk árainak összehasonlítását, köteles azt tárgyilagosan bemutatni, d) eredetmegjelöléssel rendelkező termékek összehasonlítása esetén kizárólag azonos eredetmegjelölésű termékekre vonatkozhat.

79. A Grt. 23. §-ának (1) bekezdése értelmében a Grt.-ben foglalt rendelkezések megsértéséért a reklámozó, a reklámszolgáltató és a reklám közzetevője is felelős, a (6) bekezdés ugyanakkor leszögezi, hogy a 12. §-ban és a 13. §-ban foglalt rendelkezések megsértéséért a reklámszolgáltató, illetve a reklám közzetevője csak annyiban felel, amennyiben a jogsértés a reklám megjelenítési módjával összefüggő olyan okból ered, amely nem a reklámozó kifejezett utasítása végrehajtásának a következménye. A Grt. 3. §-ának k), l) és m) pontja szerint k) a reklám közzetevője az, aki a reklám közzétételére alkalmas eszközökkel rendelkezik és ezek segítségével a reklámot megismerhetővé teszi, l) reklámozó az, akinek érdekében a reklámot közzéteszik, illetve aki a reklámot megrendeli, m) reklámszolgáltatónak minősül, aki önálló gazdasági tevékenysége körében a reklámot megalkotja, létrehozza, illetve ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt.
80. A Grt. 29. §-ának (1) bekezdése leszögezi, hogy a reklámozó az eljáró hatóság felhívására a reklám részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a reklámozó nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a reklámozót a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
81. A Grt. 24. §-ának (2) bekezdése szerint a 12. §-ban és a 13. §-ban foglaltakba ütköző reklám, valamint az e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző magatartási kódex esetén a Gazdasági Versenyhivatal vagy a bíróság jár el a (3) bekezdésben meghatározottak szerint. A (3) bekezdés kimondja, hogy a 12. §-ban és a 13. § (2) bekezdésében foglaltak megsértésének, valamint a magatartási kódex e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző voltának megállapítása a Gazdasági Versenyhivatal, a 13. § (1) bekezdésében foglaltak megsértésének, valamint a magatartási kódex e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző voltának megállapítása a bíróság hatáskörébe tartozik.
82. A Grt. 29. §-ának (1) bekezdése alapján a reklámozó a GVH felhívására a reklám részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a reklámozó nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.
83. A Grt. 28. §-ának (1) bekezdése alapján ha a Gazdasági Versenyhivatal a 24. § (2) és (3) bekezdése, illetve a 31. § alapján jár el, eljárására a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvénynek (a továbbiakban: Tpv.) a Tpv. III. fejezetének rendelkezéseibe ütköző magatartásokkal szembeni eljárásra vonatkozó rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni a 29. § (1) bekezdésében, a 30. §-ban, továbbá a 27. §-ban foglalt eltérésekkel.
84. A Tpv. 8. §-ának (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben az üzletfeleket megtéveszteni.
85. A Tpv. 8/A. §-a kimondja, hogy nem terjed ki a Tpv. III. fejezetének hatálya az olyan magatartásra, amely a Grt. rendelkezéseinek értelmében megtévesztő reklám.
86. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) és f) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában d) megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, f) megtilthatja a törvény rendelkezéseibe ütköző magatartás további folytatását.
87. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve a Grt. 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 felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

## VII. Jogi értékelés

### A vizsgált kereskedelmi kommunikációk reklám volta

88. A Versenytanács megállapította, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikációk az OptiJUS elektronikus jogi adatbázis-kezelő értékesítésének előmozdítására, illetve e céllal összefüggésben az OptiJUS ismertségének növelésére irányultak, s így a Grt. 3. §-ának d) pontja szerint gazdasági reklámnak minősülnek.

### A reklámok megítéléséhez alkalmazandó jogszabály

89. A jelen eljárásban vizsgált reklámoknak vállalkozások, illetve nem önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében eljáró természetes személyek a címzettjei. Ennek megfelelően a Versenytanács a reklámok elbírálását – figyelemmel a Tpv. 8/A. §-ában foglaltakra is – nem az Fttv., hanem a Grt. alapján végezte el.

### A reklámok címzettjei

90. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak az üzletfelek irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy az általa kínált áru lényeges tulajdonságáról adott, üzletfeleknek szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.

91. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során a Versenytanács olyan üzletfelek magatartását vette alapul, akik ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel járnak el. A Versenytanács ezzel összefüggésben nem vonta kétségbe az eljárás alá vont által hivatkozott, ugyanakkor a Versenytanács által részleteiben meg nem ismert fókuszcsoportos kutatás és a webes kérdőíves felmérés megállapításait, mindazonáltal a Versenytanács kiemeli, hogy valamely szakmai kör megtéveszthetőségi mércéje ugyan általában magasabb, mint a laikus fogyasztóké, azonban nem mellőzhető, hogy

- önmagában az üzletféli körbe történő tartozás nem jelenti azt, hogy az adott üzletfél automatikusan rendelkezik a reklámállítások helyes megítéléséhez szükséges különleges szakmai ismertetekkel. A magasabb mérce akkor alkalmazható, ha az üzletfelek a reklámban foglaltakat adott esetben képesek megfelelően értelmezni,

azokat saját szakmai ismereteikkel ütköztetni. Önmagában tehát az a körülmény, hogy a reklám nem az Fttv. szerinti fogyasztókat, hanem üzletfeleket célzott meg, illetve ért el, nem jelenti azt, hogy az üzletfelek minden esetben, minden kérdésre kiterjedően rendelkeznek a reklámokban foglaltak teljes körű, helyes megítéléséhez szükséges különleges szakmai ismertetekkel.

- ennek megfelelően nem állítható általánosan az, hogy az üzletfeleket megcélzó reklámok minden esetben alkalmatlanok az üzletfelek megtévesztésére. Különösen nem állítható ez olyan esetben, amikor a reklámállítás nem közvetlenül az adott üzletfelek szakmai ismereteivel kapcsolatos,
- a piacelsőségi állítások és összehasonlító reklámok esetében az üzletfelek esetében alkalmazott magasabb mérce csak korlátozottan érvényes, hiszen még a szakmai fogyasztó sem rendelkezik szükségszerűen a piacelsőségi állítás kapcsán teljes körű, valamennyi forgalmazóra és termékre vonatkozó, illetve összehasonlító reklámnál a reklámmal érintett valamennyi piaci szereplőre, termékre kiterjedő ismerettel. Ezzel összefüggésben a Versenytanács emlékeztet arra, hogy a vállalkozások egyoldalúan nem háríthatják át az információszerzés (és így a piacelsőségi állítások, összehasonlító reklámok valóság tartalma ellenőrzésének) terheit az üzletfelekre.

### Összehasonlító reklámok

92. Az eljárás alá vont 2011. márciusi és júniusi direkt marketing küldeményének részét képezte azon több oldalas összehasonlító táblázat, amely három elektronikus jogi adatbázis-kezelőt hasonlított össze. Ebből két termék az eljárás alá vonté, míg a harmadik a versenytárs CompLex terméke volt. E reklámok összehasonlító reklámnak minősülnek, mivel felismerhetővé tettek más, az eljárás alá vont reklámozóéval azonos tevékenységet folytató vállalkozás által forgalmazott, a reklámban szereplő áruval azonos rendeltetésű árut [Gr. 3. § i) pont].
93. A termékeket, vállalkozásokat összehasonlító reklámok kiemelkedő jelentőséggel bírnak az üzletfelek tájékozottsága szempontjából, mivel az üzletfeleket mentesíthetik a piaci tájékozódás egyes terhei alól, elősegíthetik, hogy az üzletfelek megfelelő piaci áttekintéssel rendelkezzenek, ezzel a vállalkozások közötti versenyt is élénkítve. Az ilyen, adott esetben objektívként jelentkező adatokat tartalmazó és ennek révén az üzletfelek számára az átlagosnál nagyobb meggyőző hatást gyakorló reklámok ugyanakkor olyan veszélyeket is magukban rejtnek, amelyek különleges jogszabályi rendelkezések meghozatalát teszik szükségessé.
94. A Gr. 3. §-ának i) pontja szerinti meghatározásra figyelemmel megállapítható, hogy
- a törvény szerinti összehasonlító reklámról csak abban az esetben beszélhetünk, ha a reklám közvetlenül vagy közvetve, de egyértelműen felismerhetővé tesz egy másik vállalkozást vagy egy másik árut,
  - nem minősül összehasonlító reklámnak, ha a vállalkozás saját termékeit hasonlítja össze (amely ugyanakkor a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezések alkalmazását nem zárja ki).
95. A Gr. 13. §-ának (2) bekezdése megköveteli az összehasonlítás tárgyilagosságát a reklámmal szemben. Egyrészt az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát kell összehasonlítani. Ez a kritérium önmagában is biztosítja, hogy az összehasonlítás alapja tárgyilagossá legyen. Emellett az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát tárgyilagossá kell összehasonlítani, azaz a reklámban tett összehasonlításnak tárgyilagossá módon észlelhető tulajdonságokra kell vonatkoznia, és nem olyanokra, amelyek szubjektív ízlés vagy preferencia határoz meg.

96. A Grt. megtévesztő reklámokra és összehasonlító reklámokra vonatkozó rendelkezéseinek a viszonyát illetően aláhúzendő, hogy az összehasonlító reklám esetén is irányadóak a Grt.-nek (és az Fttv.-nek) az üzletfelek (az Fttv. alkalmazásának körében: a fogyasztók) megtévesztését tilalmazó rendelkezései. Ez azt jelenti, hogy az összehasonlító reklám esetén is megvizsgálható, hogy az a Grt. 12. §-a (az Fttv. 6. vagy 7. §-a) alapján megtévesztésre alkalmas minősül-e.
97. Az elektronikus jogi adatbázis-kezelő termékek különböző felépítésűek, így
- az OptiJUS
    - egy alapmodulból áll, amelyekhez
    - külön díj ellenében kiegészítő modulok vásárolhatók (EU modul, Adó és TB modul, Döntvény modul, Nagykommentárok modul, Nagy iratmintatár modul), azaz az OptiJUS egyetlen szolgáltatási szinten érhető el, amelyet a különböző kiegészítő modulokkal lehet bővíteni,
  - a CompLex esetén
    - „alapterméknek” a Jogtár tekinthető, amelyhez
    - kiegészítő szolgáltatásokat nyújt a Jogtár Plusz, míg
    - az Ügyvéd Jogtár kifejezetten az ügyvédeknek szóló adatbázis, amelynek három szintje érhető el:
      - Alap,
      - Plusz (amely az Alaphoz képest kiegészítő szolgáltatásokat nyújt) és
      - Prémium (amely a Pluszhoz képest kiegészítő szolgáltatásokat nyújt), azzal, hogy
      - valamennyi csomag kiegészíthető pl. az Iratmintatárra, az Iratmintatár Pluszra, a Hatályos Magyar Jogszabályokra történő előfizetéssel, amely révén további többletszolgáltatásokhoz lehet jutni.
98. Az eljárás alá vont által alkalmazott összehasonlító reklámok felismerhetővé tették a CompLex termékét, ugyanakkor nem tettek eleget annak az elvárásnak, hogy az összehasonlítás tárgyilagos módon történjék meg, amely a jelen esetben azon követelménynek való megfelelést is magában foglalta, hogy az összehasonlító reklám legyen tekintettel az összehasonlított termékek közötti, a tartalomra is kiható szerkezeti különbségekre, azt is egyértelművé téve, hogy az összehasonlítás az adott termék összes moduljának figyelembe vételével, illetve a termék melyik „szintjén”, milyen kiegészítő többletszolgáltatások alapján készült, s az egyes, reklámokban megjelenített szolgáltatások miként érhetőek el, ezáltal egyértelműen beazonosíthatóvá téve a ténylegesen összehasonlított szolgáltatásokat. Ennek hiányában az üzletfelek nem alkothattak reális képet az összehasonlított termékekről, az azok közötti különbségekről, s így az összehasonlító reklám nem tölthette be a jogszabályok által is elismert szerepét, a versenyző termékek objektív, tárgyilagos összehasonlítását, segítve a piacon fellelhető információk közötti tájékozódásban. Ezen az sem változtatott, hogy az eljárás alá vont a táblázatok egyes közléseihez kiegészítő információkat fűzött, illetve a 2011. júniusi összehasonlító reklám kapcsán közölte, hogy „az összehasonlítás nem teljesszerű.”
99. Az összehasonlítás tárgyilagosságát kérdőjelezi meg az is, hogy az összehasonlítás alá vont tulajdonságok meghatározása legalább részben önkényesen történt, miközben az igen terjedelmes összehasonlítás alapján az üzletfelek alappal várhattak el egy, a lényeges tulajdonságokat felölelő összevetést, addig a szerepeltetett tulajdonságok körének meghatározása során eljárás alá vont az általa keltett elvárások figyelembe vételét mellőzve döntött, amelyet például az mutat, hogy

- míg a 2011. márciusi összehasonlító reklámban szerepelt a „Teljes magyar közlönyállomány feldolgozva”, „Magyarázatok”, „Kéthasábos nyomtatás” stb. sor, addig ez a 2011. júniusi összehasonlító reklámban nem került feltüntetésre, illetőleg
- míg a 2011. júniusi összehasonlító reklámban szerepelt az „Emberi Jogok Bíróságának határozata”, „Változásfigyelő”, „Hivatkozott sorok megjelenítése buborékban”, „Keresési feltételek mentése” stb. sor, addig ez a 2011. márciusi összehasonlító reklámban nem volt megtalálható.

100. Az összehasonlító reklám esetén alapvető követelmény a pontosság és az ellenőrizhetőség, azonban a két táblázat összevetése azt mutatja, hogy ez nem teljesült maradéktalanul:

- az OptiJUS esetében a „Bírósági határozatok (BH)” funkció kapcsán a 2011 márciusi összehasonlító reklám 11.045 db-ot jelzett, addig a 2011. júniusi összehasonlító reklám ennél kevesebbet, 10.716 db-ot, miközben az életszerűtlen, hogy az idő múlásával csökkenne a bírósági határozatok száma,
- a Törvénytár a 2011. márciusi összehasonlító reklám szerint nem rendelkezett „Teljes anyag beillesztése” funkcióval, ugyanakkor a 2011. júniusi összehasonlító reklám szerint igen, miközben termék az OptiJUS megjelenésével eltűnt a piacról, így nem valószínű, hogy ebben az időszakban a termék fejlesztésére került sor,
- a Jogtár a 2011. márciusi összehasonlító reklám szerint rendelkezett „Keresési feltételek mentése” és „Szövegen belüli külön táblák/adatok nyomtathatósága” funkcióval, a 2011 júniusi összehasonlító reklám szerint nem, arra vonatkozó adat ugyanakkor nem ismert, amely ezt alátámasztaná.
- A fentiek mellett abból adódóan, hogy az eljárás alá vont nem tüntette fel a versenytárs termékre vonatkozó, kommunikációban szerepeltetett adatok forrását, azok ellenőrizhetősége jelentősen megnehezül (noha a vállalkozások nem háríthatják át egyoldalúan az információszerzés és -ellenőrzés terhére a fogyasztóra, lásd 89. bekezdés).

101. A 2011. márciusi összehasonlító táblázat szereplő adatok helytelen értelmezésére vezetett az is, hogy a táblázatában a törvényjavaslati indokolások tartalmi elem kapcsán az eljárás alá vont az OptiJUS vonatkozásában (akárcsak az Ügyvédi Jogtár esetében) egy „pipa” (√) jelet tüntetett fel, amely az üzletfelek számára azt az üzenetet közvetítette, hogy az OptiJUS valamennyi törvényjavaslat indokolását tartalmazza. Ez azonban nem felelt meg a valóságnak, mivel amint az a 2011. júniusi direkt marketing küldeményben szereplő összehasonlító táblázatból kiderült, a Jogtár 3.072 db törvényjavaslati indokolást tartalmazott, míg az OptiJUS csak 1.563 db-ot.

Ez egyben rámutat arra is, hogy a tartalmi elemek kapcsán szerepeltetett, az adott elem teljes körűségének voltát kifejező jelek [„pipa” (√), plusz jel (+)] alkalmazása megtévesztést eredményezhet, ha a teljes körűséggel összefüggésben keltett elvárás nem teljesül. Az e követelmény mellőzésével alkalmazott, a teljes körűséget kifejező jelzések alkalmazása az összehasonlított termékek között tényleges különbségeket elfedheti, amint az történt a jelen esetben is a törvényjavaslati indokolások vonatkozásában.

102. Az ellenőrizhetőség megnehezítése kapcsán kiemelendő továbbá, hogy a 2011. márciusi összehasonlító reklámban nem került feltüntetésre, hogy a táblázatban szereplő adatok mely időpontnak/időszaknak megfelelő állapotot tükröznek.

103. Egy kereskedelmi kommunikációban egyszerre jelen lehet egy összehasonlító reklám és egy nem összehasonlító reklám, azzal, hogy ebben az esetben egyértelműen azonosíthatónak kell lennie, hogy

- a reklámozó vállalkozás a kereskedelmi kommunikáció adott részében a reklámozott vállalkozás, áru valamely tulajdonságát egy közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé tett más, a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató vállalkozással, illetve egy ilyen vállalkozás által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű áruval történő összehasonlítás révén, vagy
  - ilyen összehasonlítás nélkül, a vállalkozás vagy az áru valamely tulajdonságának, ismervének a kiemelésével
- népszerűsíti a vállalkozást, illetve árut az áru értékesítésének előmozdítása érdekében.

104. A jelen esetben az összehasonlító táblázatban szereplő adatokon kívül az eljárás alá vont további olyan állításokat is tett, amelyek az összehasonlító reklám részeként értékelendők.

105. A 2011. márciusi direkt reklám küldeményben az eljárás alá vont ismertette, hogy az összehasonlító táblázat a jelenleg a piacon található két legelterjedtebb jogi adatbázisok objektív, tételes összehasonlító táblázatai. A 2011. júniusi direkt marketing küldemény a táblázat kapcsán közölte, hogy a szolgáltatás (az OptiJUS) tartalmi és funkcionális lehetőségeinek összehasonlítása más piacvezető jogi adatbázisokkal történik.

Az eljárás alá vont mindkét esetben elhallgatta azt a reklám címzettjei által nem szükségszerűen ismert körülményt, hogy a Törvénytár szintén az eljárás alá vont adatbázis-kezelője, s ez a termék 2011 márciusától kivezetésre került a piacról. Ez egyben azt is jelenti, hogy az összehasonlító táblázatban egy olyan termékkel került összevetésre az OptiJUS és a versenytárs terméke, amely az arra korábban elő nem fizetettek számára már elérhetetlen volt (a direkt marketing küldemény nem, illetve nem kizárólag a Törvénytár korábbi előfizetőit célozta meg). Az összehasonlító reklámok esetében az összehasonlítás jogszerűségével nem fér össze azon látszat megteremtése, hogy a népszerűsített termékkel összevetett termékek mindegyikét versenytárs árusítja, s az sem, hogy az összehasonlított termékek egyike már ténylegesen nem minősül versenyző terméknek. Az ezzel ellentétes magatartás alkalmas az üzletfelek döntési folyamatának a megzavarására, mivel az üzletfelek az összehasonlító reklám alapján a vállalkozás által népszerűsíteni kívánt terméket nem valós, illetve hiányos információkra alapítottnan nem reálisan ítélik meg.

### *Piacelsőségi állítások*

106. Ha a vállalkozás a piacelsőségi állítás alkalmazása mellett dönt, a vállalkozás vagy termék kapcsán azt állítva, hogy valamely kedvező tulajdonság vonatkozásában a versenytársak, illetve a versenyző termékek közül kiemelkedik, e tulajdonság esetében a legelső a piacon, számolnia kell azzal, hogy ez a vállalkozást terhelő bizonyítási teherre is kihatással bír. Az összehasonlító reklámtól eltérően a piacelsőségi állítást tartalmazó reklám jellemzően nem tesz felismerhetővé más, a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató vállalkozást vagy ilyen vállalkozás által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut. Míg az összehasonlító reklám esetén a reklámozó vállalkozásnak a reklámban szereplő versenytárs vagy versenyző termék irányában áll fenn a bizonyítási kötelezettsége, addig piacelsőségi állítás csak minden versenytársra, illetve versenyző termékre kiterjedő összehasonlítás alapján tehető. Ennek megfelelően a Grt. 29. §-ának (1) bekezdésében meghatározott követelményekre figyelemmel a reklámozó vállalkozásnak valamennyi versenytársra, illetve versenyző termékre kiterjedő igazolást kell teljesíteni ahhoz, hogy állítása nem minősüljön valótlanak. Aláhúzendó ugyanakkor, hogy az állítás nemcsak a reklám által érintett teljes versenytársi, versenyző terméki körre kiterjedő bizonyítás elmaradása, illetve a bizonyítás sikertelensége esetén eredményezheti a

jogsértés megállapítását, hanem akkor is, ha az állítás valótlanága ezen bizonyítás nélkül is megállapítható.

107. Az eljárás alá vont egyes kereskedelmi kommunikációiban piacelsőségi állításokat fogalmazott meg.
108. Az eljárás alá vont a <http://www.optijus.hu/tutorials/2.html> linken található bemutató filmben azt állította magáról, hogy Magyarország piacvezető üzleti és jogi szakkiadója. Az eljárás alá vont előadása szerint ezzel az állítással elsősorban arra utalt, hogy az elektronikus jogi adatbázis-kezelők magyarországi piacának kiemelt szereplője. A Versenytanács az állítás üzenetét másként ítélte meg: álláspontja szerint az állítás e körben azt az üzenetet közvetítette az üzletfelek felé, hogy az elektronikus jogi adatbázis-kezelők magyarországi piacán az eljárás alá vont rendelkezik a legtöbb előfizetővel, a legelterjedtebb rendszerrel. Ez nem felelt meg a valóságnak, amint azt az eljárás alá vont által hivatkozott, ügyvédekre kiterjedő fókuszcsoportos kutatásra a webes kérdőíves felmérés is egyértelműen mutatja.
109. A 2011. júniusi direkt marketing küldeményben az eljárás alá vont azt állította, hogy az OptiJUS rendelkezik a piacon a legkiterjedtebb döntvénytárral, 61 ezret meghaladó, több szempont szerint kereshető bírósági döntéssel, s ez a piacon jelenleg megtalálható legkiterjedtebb, a jelen bírósági gyakorlatot is bemutató döntvénytár, mely tartalmaz több mint harmincezer anonimizált egyedi bírósági határozatot, ítéletáblai és elvi bírósági határozatokat, illetve a GVH és Közbeszerzési Döntőbizottság határozatát, valamint az Emberi Jogok Európai Bíróságának ítéleteit – ezt az állítást azonban nem támasztják alá a 2011. júniusi direkt marketing küldemény részét képező összehasonlító táblázatban szereplő alábbi adatok:

	Jogtár	OptiJUS DVD/Online
<b>Emberi Jogok Bíróságának határozatai</b>	256 db	90 db
<b>Bírósági Határozatok (BH)</b>	19.313 db	10.716 db
<b>Ítéletáblai Határozatok (válogatás)</b>	23 db	1.305 db
<b>Anonimizált egyedi bírósági határozatok</b>	34.443 db	40.075 db
<b>Választottbírói határozatok</b>	101 db	-
<b>Ítéletáblák határozatai</b>	9.638	11.092 db
<b>Elvi bírósági határozatok</b>	3.135 db	2.114 db
<b>Alkotmánybírói határozatok</b>	6.457 db	2.716 db
<b>GVH döntések</b>	2.979 db	722 db
<b>Közbeszerzési döntések</b>	-	5.420 db
<b>Összesen:</b>	76.345 db	74.250 db

110. Az eljárás alá vont a 2011. június 28-án elküldött elektronikus levélben, a 2011. júniusi DM levélhez csatolt kiadványban és a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) honlapon azt állította, hogy az OptiJUS egyedülállóan bő, 38 ezer tárgyszóval rendelkezik. Az „egyedülállóan bő” közlés a Versenytanács szerint piacelsőségi állításnak minősül, amelynek – ellentétben az eljárás alá vont előadásával – nem az az üzenete, hogy az OptenJUS az egyik legtöbb (az adatbázisban történő keresését elősegítő) tárgyszóval rendelkezik, „tárgyszavas kereső” funkciója a piacon elérhető egyik legjobb szolgáltatásnak minősül, s a piac kevésbé jelentős szereplői által forgalmazott termékek által nyújtott funkcionál lényegesen jobb – az állítás azt az üzenetet közvetítette, hogy az OptenJUS a legtöbb tárgyszóval rendelkezik, „tárgyszavas kereső” funkciója a piacon elérhető a legjobb szolgáltatásnak minősül, a piac többi szereplője által forgalmazott termékek által nyújtott funkcionál jobb. Az eljárás alá vont ugyanakkor az eljárás során ismertette, hogy a CompLex adatbázis-



kezelője a vizsgált állítás megjelenésekor 40.745 db tárgyszó alapján volt képes tárgyszavas keresést lebonyolítani (Vj-85-003/2011.), vagyis a tárgyszavak száma meghaladta az OptenJUS tárgyszavainak a számát. Ebből megállapíthatóan az állítás nem felelt meg a valóságnak.

111. Az eljárás alá vont a 2011. júniusi direkt marketing küldeményben azt állította, hogy az OptiJUS kínálja a piacon megtalálható legbővebb iratmintatárat, mely állítást az eljárás alá vont beadványában alátámasztott (Vj-085-XXX/2011. sz. irat).

#### *Egyéb vizsgált állítások*

112. Az eljárás alá vont több kereskedelmi kommunikációban azt állította, hogy az OptiJUS teljes körű adatbázist kínál:

- „az adatbázis ... naprakész és teljeskörű” (a 2011. márciusi DM levél, a 2011. júniusi DM levél és a levélhez csatolt kiadvány, a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) főoldal, a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) honlapon „Jogi információ” fül alatt, valamennyi sajtóhirdetés, roll-up),
- „a jogi adatbázis teljeskörűen és a magyar jogszabályok vonatkozásában hatályosítva tartalmazza a magyar és az uniós teljes joganyagot” (a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) oldalon „bemutató film” tájékoztatásai, a DM4 levél),
- „a szolgáltatás magába foglalja a teljes hatályos magyar joganyagot egységes szerkezetben annak változásaival” (sajtóhirdetés1. sajtóhirdetés3. sajtóhirdetés6. sajtóhirdetés7., sajtóhirdetés8., a 2011. márciusi DM levél, roll-up),
- a teljes körűsége utal a 2011. júniusi DM levélhez csatolt kiadvány, a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) honlapon „Jogi információ” és OptiJUS fül alatt, illetve a DM levél 4. is, amikor a változásfigyelést a joganyagok teljes körére kínálják.

A reklámok nem határozták meg, mi értendő egy teljes körű jogi adatbázis, illetve joganyag alatt, ugyanakkor az értelmezéshez az összehasonlító reklámok táblázatai kellő támpontot nyújtanak, amikor a „tartalmi elemek” meglétét, mennyiségét ismertetik. A két táblázatból megállapíthatóan a teljes körűség nem valósult meg, mivel

- volt olyan tartalmi elem volt, amely egyáltalán nem állt rendelkezésre az OptiJUS adatbázisában (a 2011. márciusi és júniusi összehasonlító táblázatok szerint az OptiJUS nem tartalmazta a választottbírói határozatokat),
- több esetben nyilvánvaló, hogy az adott tartalmi elem nem minősíthető teljes körűnek (a 2011. márciusi és júniusi összehasonlító táblázat szerint az OptiJUS lényegesen kevesebb GVH döntést tartalmazott, mint az Ügyvédi Jogtár, a 2011. júniusi összehasonlító táblázat szerint az OptiJUS az Emberi Jogok Bíróságának, illetve az Alkotmánybíróságnak a határozatai közül kevesebbet tartalmazott, mint a Jogtár, s kevesebb Elvi bírósági Határozatot is tartalmazott).

113. Az eljárás alá vont több kereskedelmi kommunikáció által azt az üzenetet közvetítette, hogy az OptiJUS a hatályos, naprakész joganyagot tartalmazza:

- az adatbázis ... naprakész és teljeskörű (a 2011. márciusi DM levél, a 2011. júniusi DM levél és a levélhez csatolt kiadvány, a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) főoldal, a [www.opten.hu](http://www.opten.hu) honlapon „Jogi információ” fül alatt, valamennyi sajtóhirdetés, roll-up),
- a magyar jogszabályok vonatkozásában hatályosítva tartalmazza a magyar és az uniós teljes joganyagot (a [www.optijus.hu](http://www.optijus.hu) oldalon „bemutató film” tájékoztatásai, a DM4 levél),
- a szolgáltatás magába foglalja a teljes hatályos magyar joganyagot (sajtóhirdetés1. sajtóhirdetés3. sajtóhirdetés6. sajtóhirdetés7., sajtóhirdetés8., a 2011. márciusi DM levél, roll-up).

A [www.opten.hu](http://www.opten.hu) oldalon a Jogi információ fül alatt közlésre kerül, hogy „az új jogszabályok a rendszerbe a közlőny megjelenését követő egy munkanapon belül, a módosítások a megjelenést követő maximum három munkanapon belül kerülnek be.” Ez azt jelenti, hogy a használó nem minden esetben a ténylegesen hatályos joganyaggal találkozhat, mivel a jogszabályok adatbázisban történő elhelyezése nem azonnal történik. Mindazonáltal ez a körülmény a Versenytanács szerint a reklámállításokat nem teszi megtevesztésre alkalmassá, mivel az üzletfelek körében közismertnek tekinthető, hogy a megjelenő jogszabályoknak egy adatbázisban történő megjelenítése időt vesz igénybe, az egy, illetve maximum három munkanap pedig nem lépi túl azt az ésszerű időhatárt, amely a jogszabály adatbázisban történő elhelyezése kapcsán várható a reklámok alapján.

114. Az eljárás alá vont a nyomtatott sajtóban megjelent reklámjaiban az alapmodulból és a külön díj ellenében megrendelhető kiegészítő modulokból álló OptiJUS egyes tartalmi elemeit számszerűen szerepeltette, ugyanakkor a reklámokban nem közölte, hogy ezek az alapmodul vagy valamely kiegészítő modul részeként érhetők-e el.

A Versenytanács szerint ezek a reklámok ezáltal nem voltak megtevesztésre alkalmasak, mivel a reklámok része volt az a táblázat, amely tartalmazta az OptiJUS árát, illetve a mellé rendelhető kiegészítő modulokat és azok árát, így az üzletfelek előtt ismertté vált, hogy a közölt számadatok nem szükségszerűen az alapmodul megvásárlása által vehetők igénybe, hanem ehhez szükséges lehet a kiegészítő modulok megvásárlása is.

115. A Versenytanács az OptiJUS egyes tartalmi elemeit számszerűsítve szerepeltető más kereskedelmi kommunikációk esetében sem állapította meg a megtevesztésre való alkalmasságot, figyelemmel a közlések szövegvkörnyezetére, illetve a megcélzott (a reklámokkal elért) üzletfelek fentiekben már hivatkozott ismereteire, tapasztalataira.

#### *A Versenytanács döntése*

116. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapítja, hogy

- az eljárás alá vont az OptiJUS elektronikus jogszabály-nyilvántartó rendszer népszerűsítése során a 2011. márciusi és a 2011. júniusi direkt marketing küldeményében jogsértő, megtevesztésre alkalmas, nem tárgyilagos összehasonlító reklámot alkalmazott, megsértve ezzel a Grt. 12. §-ának (1) bekezdését és 13. §-a (2) bekezdésének b) pontját,
- az eljárás alá vont a 2011. évben egyes reklámjaiban megtevesztésre alkalmas módon állította, hogy
  - Magyarország piacvezető üzleti és jogi szakkiadója,
  - az OptiJUS elektronikus jogszabály-nyilvántartó rendszere
    - rendelkezik a piacon a legkiterjedtebb döntvénytárral,
    - egyedülállóan bő tárgyszóval rendelkezik,
    - teljes körű adatbázist, joganyagot kínál.

117. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett a Versenytanács bírságot szab 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.

118. A Versenytanács a bírság összegének megállapítása során figyelemmel volt a jogsértő reklámok megjelentetése kapcsán felmerült ismert költségekre. A Versenytanács enyhítő körülményként veszi figyelembe, hogy – bár az ilyen fogyasztó sem rendelkezik szükségszerűen minden információval az abban foglaltak teljes körű, helyes

megítéléséhez – a kommunikáció nagyrészt szakmai közönséget célzott meg, hogy az eljárás alá vont a magatartása és a jogszabályi rendelkezések közötti összhang megteremtése érdekében önként hozott intézkedéseket: a reklámfilmét honlapjáról eltávolította, a kommunikáció egyéb elemeit korrigálta.

#### *A részletfizetési kérelem elbírálása*

119. Az Opten a Versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételeit tartalmazó beadványában (VJ-085-023/2011. sz. irat) az esetleges bírságösszeg részletekben történő megfizetését. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vont részletfizetés iránti kérelmét elutasítja, tekintettel kérelme indokolásának hiányára. A részletekben történő megfizetést az alacsony bírságösszeg sem indokolja.

### **VIII. Egyéb kérdések**

120. Az eljárás alá vont jelezte, kész a Tpv. 75. §-a és a Grt. 29. §-ának (3) bekezdése alapján magatartását a GVH által meghatározott módon összhangba hozni a Tpv. és a Grt. rendelkezéseivel, s ezzel kapcsolatban vállalni az általa ismertetett elemekből álló kampánycsomag megvalósítását.

A Versenytanács a jelen esetben nem látott lehetőséget a Tpv. 75. §-ának, illetve a Grt. 29. §-a (3) bekezdésének az alkalmazására.

121. A GVH hatásköre a Grt. 24. §-ának (2) és (3) bekezdésein alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a megtévesztő reklám tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, valamint azon jogellenes összehasonlító reklám esetén indított ügyekben, mely nem tartozik bíróság [Grt. 24. § (3) bekezdés] hatáskörébe. A GVH-nak az ország egész területére kiterjedő illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul.

Budapest, 2012. szeptember 20.

dr. Dobos Gergely sk.  
előadó versenytanács tag

dr. Miks Anna sk.  
versenytanács tag

Pál Tamás sk.  
versenytanács tag