

1026 Budapest, Riadó u. 1-3.
Levélcím: 1534 Budapest, Pf. 958.
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/8/2022.
Iktatószám: VJ/8-85/2022.

Betekintheső változat

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a dr. V. P. ügyvéd (Vörös Ügyvédi Iroda, értesítési cím: Andrékó Ferenczi Kinstellar Ügyvédi Iroda, 1054 Budapest, Széchenyi rkp. 3.) és dr. F. K. ügyvéd (Andrékó Ferenczi Kinstellar Ügyvédi Iroda, 1054 Budapest, Széchenyi rkp. 3.) által képviselt **Media Markt Magyarország Kft.** (1138 Budapest, Váci út 144-150.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult VJ/8/2022. számú eljárásban – tárgyalás tartását követően – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

I. A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa megállapítja, hogy a **Media Markt Magyarország Kft.** a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsított, amikor a

- Philips 55 PUS 7805/12 4K Ultra HD Saphi Smart LED Ambilight 139 cm-es televízió esetében 2020. szeptember 3. és 2022. május 8.,
- Philips 65 Oled 705/12 4K Ultra HD Android Smart Oled Ambilight 164 cm-es televízió esetében 2021. június 16. és 2022. március 7.,
- LG 75UP81003Lr Smart LED 191 cm-es 4K Ultra HD, Hdr, webOs, ThinQ AI televízió esetében 2021. augusztus 12. és 2022. május 1., valamint
- Samsung Ue70Au8002Kxxh Crystal UHD 4K Smart LED televízió esetében 2021. szeptember 14. és 2022. május 1.

között honlapján akként népszerűsítette a fenti termékeket, hogy azt a benyomást keltette a fogyasztókban, hogy az aktuális akciók időtartama alatti vásárlással nagyobb megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest, holott a feltüntetett eredeti (nem akciós) ár nem minősült az akciót megelőző időszak jellemző árának.

II. Az eljáró versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat az általa vállalt, a jelen határozat mellékletét képező kötelezettségek végrehajtására, beleértve a kötelezettségek jelen határozat mellékletében foglaltak szerinti igazolását.

III. Az eljáró versenytanács a fentiekre tekintettel az eljárás alá vonttal szemben 23.900.000 Ft (azaz huszónhárommillió-kilencszázezer forint) versenyfelügyeleti bírságot szab ki, amely összeget a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú

versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni a határozat közlésétől számított 30 napon belül. Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság). Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság és az esetleges késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap^[1] használatával, mely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján érhető el. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

^[1] http://www.gvh.hu/data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

INDOKOLÁS

I.

A VIZSGÁLAT TÁRGYA

1. A 2022. február 22-én kelt, VJ/8/2022. számú, vizsgálatot elrendelő, a versenyfelügyeleti eljárást megindító végzés indokolása szerint a Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) észlelte, hogy a Media Markt Magyarország Kft. (a továbbiakban: eljárás alá vont vállalkozás, Media Markt vagy Társaság) valószínűsíthetően megtévesztette a fogyasztókat azzal, hogy a www.mediamarkt.hu weboldalon a
 - Philips 55 PUS 7805/12 4K Ultra HD Saphi Smart LED Ambilight 139 cm-es televízió esetében 2020. augusztus 26-tól kezdődően,
 - Philips 65 Oled 705/12 4K Ultra HD Android Smart Oled Ambilight 164 cm-es televízió esetében 2021. június 14-től kezdődően,
 - LG 75UP81003Lr Smart LED 191 cm-es 4K Ultra HD, Hdr, webOs, ThinQ AI televízió esetében 2021. július 27-től kezdődően, valamint
 - Samsung Ue70Au8002Kxxh Crystal UHD 4K Smart LED televízió esetében 2021. szeptember 2-től kezdődően

azt a benyomást keltette a fogyasztókban, hogy a fent hivatkozott termékekre a megjelölt időpontokat követően meghirdetett akciók időtartama alatti vásárlással nagyobb megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest, holott a nem akciós ár csak kivételesen, átmeneti jelleggel érvényesült, ezáltal a nem akciós ár valószínűsíthetően nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának. A fentiekre tekintettel az eljárás alá vont vállalkozás a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

2. A vizsgálat 2022. július 27-én terjesztette az eljáró versenytanács elé a vizsgálati jelentést¹ és az eljárás iratait, ezzel az eljárás a Tpv. 47. § (2) bekezdése alapján versenytanácsi szakaszba került. Az eljáró versenytanács az ügy iratait a vizsgálatnak további tényállás feltárás céljából (ártörténeti adatok, kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó információk és árbevételi adatok beszerzése és feldolgozása 2022. május 28. napjáig) visszaadta. A kiegészítő vizsgálati jelentést² a vizsgálat 2023. március 2-án terjesztette az eljáró versenytanács elé, így az eljárás ekkor újra versenytanácsi szakaszba került.
3. Az előzetes álláspont³ 2023. június 20-án került megküldésre, amire az eljárás alá vont részletes észrevételt⁴ tett, majd 2023. július 24-én tárgyalásra megtartására került sor.

¹ 26. sz. irat. Az eljárás alá vont a vizsgálati jelentést a Tpv. 73. §-ának (3) bekezdése alapján véleményezhette.

² 63. sz. irat. A kiegészítő vizsgálati jelentés megtekintését iratbetekintés keretében engedélyezte az eljárás alá vont számára az eljáró versenytanács.

³ 70. sz. irat

⁴ 75. sz. irat

II.

AZ ELJÁRÁS ALÁ VONT VÁLLALKOZÁS

4. A Media Markt Németországban bejegyzett és az ottani tőzsdén jegyzett Ceconomy AG által irányított vállalkozáscsoport (a továbbiakban: Ceconomy Csoport) tagja. A Ceconomy AG-t nem irányítja egyetlen más vállalkozás sem.
5. A Társaság magyarországi tevékenységét 1997. évben kezdte meg a kispesti üzlet megnyitásával. A Társaság 23 leányvállalata 2019. szeptember 30. fordulónappal beolvadt a Társaságba. 2019. október 1. napja óta kizárólag a Társaság felelős a magyar Media Markt üzletlánc üzemeltetéséért.⁵
6. A Társaság Magyarországon 32, műszaki fogyasztási cikket forgalmazó Media Markt elnevezésű üzlettel rendelkezik. Ezek közül 11 üzlet Budapesten és közvetlen környezetében, a fennmaradó 21 üzlet pedig az ország különböző vidéki városaiban található. Az offline üzleteken túl a Media Markt Magyarország Kft. egy webáruházat is üzemeltet www.mediamarkt.hu domain alatt.⁶
7. Az eljárás alá vont nem minősül KKV-nak.
8. Az eljárás alá vonttal szemben a megelőző tíz évben az alábbi ügyben állapított meg a Versenytanács jogsértést:

Eljárás száma	Döntés ideje	Az eljárás alá vont kifogásolt magatartása	Gazdasági Versenyhivatal által kiszabott bírság mértéke
VJ/67/2016.	2017.08.29.	<p>A Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft. 2015. december 5-6. napokra hirdetett promóciója népszerűsítése során tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor a kampányban 2015. december 3. és 2015. december 6. között alkalmazott</p> <ul style="list-style-type: none">- rádióreklámban megtévesztette a fogyasztókat azzal az üzenettel, hogy minden 20 000 Ft feletti vásárlás esetén 10 000 Ft-onként 1 000 Ft-ot visszakap a fogyasztó Media Markt ajándékkártyán, ugyanis nem minden 20 000 Ft feletti vásárlásra vonatkozott az akció,- bannereken – miközben nem lett volna formai akadálya a feltételek bemutatásának –	10 millió Ft

⁵ VJ/8-4/2022. 2. pont

⁶ VJ/8-4/2022. 2. pont

		elhallgatta, hogy a promóciónak (milyen) korlátai vannak.	
--	--	---	--

III.

A MEGÁLLAPÍTOTT TÉNYÁLLÁS

III.1. Műszaki cikkek online értékesítésének jellemzői

III.1.1. Kínálati oldal

9. A Media Markt olyan jelentős piaci szereplők mellett tevékenykedik a non-food termékek kiskereskedelmi piacán, mint az Euronics, a Tesco, az Auchan, a Spar, a 220volt, a Bestbyte, az Aqua.hu, az Alza.hu, az EMAG, a Mall.hu, a Notebook.hu, az Amazon, az eBay, az AliExpress, stb.

III.1.2. Keresleti oldal

10. A keresleti oldal bemutatása kapcsán érdemes utalni az Euronics felkérésére a Reacty Digital által készített, a 25-59 éves korú internethasználókra nézve reprezentatív felmérésre.⁷

11. A felmérés megállapításaiból kiemelendők az alábbiak:

- „A magyar internethasználók jelentős része vásárolt már akciós időszakban, jó részük online felületen is kihasználja a kedvezményeket.”
- „A kutatás rávilágított, hogy a magyarok szeretik az akciókat, de egy bizonyos mérték felett a többségük már azt gondolja, túl nagy a kedvezmény ahhoz, hogy igaz legyen.”
- „A vásárlókat leginkább (88 százalékot) az akció mértéke befolyásolja a döntéshozatalban, de a szállítási költségek (74 százalék) és a weboldalak átláthatósága (69 százalék) is kiemelten fontos.”
- „A megkérdezettek háromnegyede egyetért abban, hogy az 50 százalék feletti akciók hihetetlenek, ám a válaszadók 15 százaléka úgy véli, nincs olyan, hogy valami túl szép, bármekkora mértékű akciót elfogadnak.”
- „A szakemberek azt figyelték meg, hogy a vásárlásnál az agy jutalomközpontja aktivizálódik. Sőt, az is kiderült, hogy a túl sok költség fájdalmat okozhat, így az akciók és akciós feliratok látványa, egyfajta fájdalomcsillapítóként hat. (...) [a]z agy képes kikapcsolni mindenfajta racionalitást, ha a vélt akciókra kezd el koncentrálni.”
- „Az itthoni felmérés szerint a megkérdezettek 90 százaléka vásárolt már akciós vagy kuponos napon, ennek ellenére csak 7 százalékuk vallja magát impulzusvásárlónak, többségük azt állítja, igenis szüksége volt arra a termékre. Tízből négyen csalódtak a vásárlás után, jórészt azért, mert rossz minőségű volt, amit megvettek, 40

⁷ <https://reacty.digital/igy-viselkednek-a-magyarok-ha-kiemelt-vasarlas-idoszakkal-talalkoznak/>

százalékukat viszont az idegesítette fel, hogy később máshol hasonló vagy alacsonyabb áron is látta a terméket, és becsapva érezte magát.”

- „Valószínűleg pont ezért érezte a megkérdezettek háromnegyede azt, hogy az 50 százalék feletti akciók már eleve gyanúsak. Ennek ellenére itthon még mindig a kedvezmények mértéke a legnagyobb hívószó, pedig mostanra már nem igazán van olyan hétvége, hogy valamelyik nagyobb áruház ne lengetne be hasonló akciókat.”

III.2. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

III.2.1. A termékek ártörténete

12. A versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált időszak az ügyindító végzés szerint

- a Philips 55 PUS 7805/12 4K Ultra HD Saphi Smart LED Ambilight 139 cm-es televízió esetében 2020. augusztus 26-tól,
- a Philips 65 Oled 705/12 4K Ultra HD Android Smart Oled Ambilight 164 cm-es televízió esetében 2021. június 14-től,
- az LG 75UP81003Lr Smart LED 191 cm-es 4K Ultra HD, Hdr, webOs, ThinQ AI televízió esetében 2021. július 27-től, valamint
- a Samsung Ue70Au8002Kxxh Crystal UHD 4K Smart LED televízió esetében 2021. szeptember 2-től

kezdődik. Ezen időpontok az egyes termékeknél azok az időpontok, amikor az egyes termékek először forgalmazásra kerültek az eljárás alá vontnál. A jogi értékelésben kifejtettek szerint az eljáró versenytanács a jogsértőnek tartott időszakokat az egyes termékek esetében konzervatívan szűkítve határozta meg.

13. A termékek ártörténetét a vizsgálati jelentés és kiegészítő vizsgálati jelentés 3. számú – üzleti titkot tartalmazó – melléklete tartalmazza.

14. Az ártörténetek alapján a következő általános megállapítások tehetők:

- Valamennyi termék esetében megállapítható, hogy az érintett időszakokon belül sok esetben (mindegyik esetében több mint [üzleti titok] alkalommal) volt akcióba vonva, amelyek időintervalluma jellemzően [üzleti titok] nap között mozog, a nem akciós időszakok átlag időtartama jellemzően [üzleti titok] nap volt. A termékek a vizsgált időszakok körülbelül [üzleti titok]% -ában voltak akció keretében megvásárolhatók.
- Az akciók nem csak termékspecifikus akciók voltak, hanem jellemzően olyanok, amelyek termékek nagy számát érintető kampányok részét képezték, és ezekben a vizsgált négy termék is érintett volt - a lentiek szerint pedig ekkor akciós árak kerültek feltüntetésre a termékek aloldalain, a megelőző ár áthúzása mellett - pl.: „Évnyitó kedvezmény”, „Szédületes akciók”, „Nagy márkák”
- Számos alkalommal előfordul, hogy két akciótartás között csak 1-3 nap telik el, azaz ennyi nap esetében a nem akciós, „eredeti” áron vásárolhatóak meg a termékek, ami után az újabb akciós időszakban már ez a csak pár napig alkalmazott nem akciós ár kerül megelőző árként áthúzva megjelenítésre.

15. Az egyes termékek kapcsán az alábbi részletes megállapítások tehetők az ártörténeti adatok⁸ alapján:

- A Philips 55 PUS 7805/12 4K Ultra HD Saphi Smart LED Ambilight 139 cm-es televízió 2020. szeptember 3. és 2022. május 16. között eltelt 620 napban
 - [[üzleti titok]] darab akcióban volt elérhető;
 - ezen időszak alatt az akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt, míg a nem akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt;
 - az akciós időszakok időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt, a nem akciós időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt;
 - a termék ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában volt akciós áron elérhető, és ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában nem akciós áron volt kapható.
- A Philips 65 Oled 705/12 4K Ultra HD Android Smart Oled Ambilight 164 cm-es televízió 2021. június 16. és 2022. május 9. között eltelt 327 napban
 - [[üzleti titok]] darab akcióban volt elérhető;
 - ezen időszak alatt az akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt, míg a nem akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt;
 - az akciós időszakok időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt, a nem akciós időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt;
 - a termék ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában volt akciós áron elérhető, és ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában nem akciós áron volt kapható.
- Az LG 75UP81003Lr Smart LED 191 cm-es 4K Ultra HD, Hdr, webOs, ThinQ AI televízió 2021. augusztus 12. és 2022. május 28. között eltelt 289 napban
 - [[üzleti titok]] darab akcióban volt elérhető;
 - ezen időszak alatt az akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt, míg a nem akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt;
 - az akciós időszakok időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt, a nem akciós időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt;
 - a termék ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában volt akciós áron elérhető, és ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában nem akciós áron volt kapható.
- A Samsung Ue70Au8002Kxxh Crystal UHD 4K Smart LED televízió 2021. szeptember 14. és 2022. május 28. között eltelt 256 napban
 - [[üzleti titok]] darab akcióban volt elérhető;
 - ezen időszak alatt az akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt, míg a nem akciós időszakok összesített időtartama [[üzleti titok]] nap volt;
 - az akciós időszakok időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt, a nem akciós időtartama átlagosan [[üzleti titok]] nap volt;

⁸ Ezen időszakok kezdő időpontjai már a jogsértő időszakok kezdő időpontjaihoz igazodnak

- a termék ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában volt akciós áron elérhető, és ezen időszak [[üzleti titok]] százalékában nem akciós áron volt kapható.

III.2.2. Az árak feltüntetésének gyakorlata a vizsgált termékek kapcsán

16. Az eljárás alá vont a Philips 65 Oled készüléket leszámítva valamennyi készüléket a saját honlapon kívül más kommunikációs eszközökön is (pl. Facebook hirdetés, Google Adwords reklám, televízióreklám⁹, áruházi instore felületek, stb.) népszerűsítette¹⁰, azonban mivel az ügyindító végzés szerint az eljárás tárgyát az eljárás alá vont a saját weboldalán, a www.mediamarkt.hu honlapon tanúsított kereskedelmi gyakorlat képezi, ezek bemutatásától az eljáró versenytanács eltekint. Ezekkel kapcsolatban annyi azonban rögzíthető, hogy a kommunikációs gyakorlat összetettsége révén az eljárás alá vont szélesebb körű fogyasztói figyelmet generálhatott, mintha csak a webáruházban lettek volna láthatóak az ajánlatok. Lényeges továbbá, hogy az akciós ajánlatok az offline értékesítésre is vonatkoztak, ezért a webáruházban történő kommunikációs gyakorlat alapján nemcsak online, hanem offline forgalom is történt (és az a releváns értékesítések túlnyomó részét tette ki).
17. A Media Markt az árcsökkentéseket a honlapon a vizsgált termékeknél a megelőző árpont áthúzásával jelölte, de ezekről mentés nem maradt fenn, ezt a rendszere nem rögzíti. Előadta, hogy „a mediamarkt.hu oldalon áthúzással jelzett árcsökkentési kommunikáció nem maradt fenn mentés hiányában, ezért ezt csatolni nem tudjuk. Akként nyilatkozunk viszont, hogy az az egyes termékek saját aloldalán, illetve az adott terméke(ke)t megjelenítő, áttekintő aloldalakon a megelőző árat tüntette fel áthúzva, az alacsonyabb árral együttesen.”¹¹
18. Az eljáró versenytanács fenti nyilatkozattal kapcsolatos kérdésére¹² megerősítette¹³ az eljárás alá vont, hogy „fenti nyilatkozatunkkal összhangban a korábban felsorolt árcsökkentéses akciókat a mediamarkt.hu oldalon az érintett 4 termék saját aloldalán, valamint az adott termékeket megjelenítő áttekintő aloldalakon a megelőző ár áthúzott feltüntetésével jeleztük.” A honlapon történő akciós árfeltüntetési, üzleti titkot képező eljárásrendjének ismertetése során előadta, hogy [üzleti titok].
19. A lenti képernyőmentés segítségével szemléltettképpen bemutatható a honlapon a vizsgált időszakban megjelenő árfeltüntetés:

⁹ Csak a Philips 55 termék kapcsán volt televíziós reklám

¹⁰ A kereskedelmi kommunikációra vonatkozó adatok a VJ/8-11/2022. és VJ/8-12/2022. sz. iratokban találhatóak

¹¹ VJ/8-11/2022. 1. pont

¹² „...erősítse meg előadó versenytanácstag azon következtetést, hogy amennyiben egy termék akció keretében került értékesítésre - mely időszakok a vizsgálati jelentés 3. sz. mellékletében zöld színnel kerültek kijelölésre -, akkor az adott termék saját aloldalán, illetve az adott terméke(ke)t megjelenítő, áttekintő oldalakon a termék aktuális akciót megelőző ára áthúzva jelent meg, az aktuális akciós ár feltüntetése mellett.”

¹³ 37. sz. irat



III.2.3. A termékek értékesítésére vonatkozó adatok

20. A jogsértéssel érintett időszakban a termékek értékesítéséből származó árbevételt és értékesített darabszámot az alábbi üzleti titkot tartalmazó táblázat¹⁴ tartalmazza:

Típus	Időszak	Értékesített mennyiség (db)			nettó árbevétel összesen
		összesen	online	offline	
PHILIPS 55PUS7805	2020. szept. 3. –	[750- 850]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
	2022. máj. 8.				
PHILIPS 65OLED705	2021. jún. 16. –	[<20]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
	2022. március 7				
LG	2021. aug. 12. –	[<20]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

¹⁴ 67. sz. beadvány adatai alapján; az összesen értékesített darabszám pontos értéke üzleti titkot képez

	2022. máj. 1.		titok]	titok]	
SAMSUNG	2021. szept. 14. –	[250-350]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]
	2022. máj. 1.				
Összesen:		[1030-1240]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	[üzleti titok]

IV.

AZ ELJÁRÁS ALÁ VONT VÁLLALKOZÁS ÁLLÁSPONTJA

21. Az eljárás alá vont vállalkozás a Gazdasági Versenyhivatalnál VJ/8-4/2022. számon iktatott beadványában előadta, az ügyindító végzésből nem egyértelmű számára, hogy pontosan milyen kommunikációt kifogásol a Gazdasági Versenyhivatal. Jelezte, hogy fenntartja a bejelentési eljárás során tett nyilatkozatát, és amint azt ott is kifejtette, a vizsgált termékeket a Társaság ténylegesen kínálta a fogyasztóknak a megjelölt árakon. Bár valóban a vevők érdekében az eljárás tárgyát képező termékek esetében bizonyos időszakokban gyors egymásutánban többféle kedvezményt is biztosított vevőinek többkevesebb eredménnyel, látható, hogy a vizsgált négyből az egyik termék esetében [üzleti titok] forint alatt maradt az összes értékesítés, míg egy másik termékből összesen [üzleti titok] darabot értékesített az egész vizsgált időszak során. Minderre tekintettel jelezte, hogy az eljárás jelen szakaszában nem áll módjában jogi álláspontja bővebb kifejtése. Azonban már ekkor bejelentette, hogy az eljárás hatékony és gyors lezárása érdekében kötelezettségvállalási indítványt kíván tenni, amelynek kidolgozását meg is kezdte.¹⁵
22. A Media Markt előadta, hogy meggyőződése szerint a vizsgált termékek árcsökkentésére vonatkozó kommunikációja nem okozott semmilyen fogyasztói sérelmet, ugyanis a jelentősebb értékű elektronikai cikkek értékesítése terén folyó rendkívül éles és transzparens verseny önmagában biztosítja a fogyasztók jólétét, illetve megakadályozza a fogyasztói döntések esetleges tisztességtelen eszközökkel való érdemi befolyásolását. A vizsgált termékek televíziók, amelyek nem tekinthetők impulzustermékeknek, hanem ezek olyan tartós fogyasztási cikkek, amelyek megvásárlását megelőzően – különösen az online térben – az észszerűen eljáró fogyasztó tájékozódik. Ez nemcsak a különböző termékek összehasonlítására, hanem a kiválasztott típusú termék különböző eladóknál éppen alkalmazott árára is kiterjed, amit az alacsony keresési költségek garantálnak: nemcsak egy kattintással elérhetőek az egyes online kereskedők honlapjai az éppen alkalmazott árral, hanem az online árösszehasonlító oldalak valós idejű árösszehasonlítást biztosítanak az észszerűen eljáró fogyasztók számára. Ezt álláspontja szerint lényegében a Gazdasági

¹⁵ VJ/8-4/2022. 5. pont

Versenyhivatal is elismerte:¹⁶ „[a] fogyasztók egyre több és egyre változatosabb jellegű digitálisan elérhető összehasonlító eszközzel találkozhatnak, melyek a versenyt támogató, növelő és a fogyasztók számára optimális termék felkutatását biztosító, többségében pozitív hatásokkal járó lehetőségek...”¹⁷

23. Ráadásul álláspontja szerint, a Media Markt a nagyobb versenytársak közül rendkívül sok esetben a legalacsonyabb árat biztosította a vizsgált termékek esetében.¹⁸
24. Az előbbieken kifejtettek okán meggyőződése, hogy nem az árcsökkentés kereskedői honlapon történő kommunikációjának, hanem a tranzakció időpontjában megvalósítható, az éppen alkalmazott ár valós idejű összehasonlításának van meghatározó szerepe a fogyasztói döntés meghozatala során.¹⁹
25. Mindettől függetlenül a Társaság elkötelezett a jogszabályoknak való megfelelés, valamint a fogyasztók legmagasabb szintű kiszolgálása mellett. Ezért kész (a kommunikációt potenciálisan megkapó) minden vevő számára kompenzáció biztosítására, bár meggyőződése szerint ez nem kompenzáció, hiszen nincs olyan kár, amit kompenzálni lehetne.²⁰ A Társaság kötelezettségvállalása (részletesen lásd a következő fejezetben) részeként a termékek bruttó átlagárához képest közel 10%-os juttatást biztosítana minden egyes vevőnek, ami álláspontja szerint a fenti körülmények között mindenképpen jelentős fogyasztói előnyt biztosít. Kiemeli, hogy a juttatás lényegében semmilyen erőfeszítésbe sem kerül a fogyasztóknak, a Társaság proaktívan értesíti őket a rendelkezésre álló e-mailcímeiken, és automatikusan megküldi nekik a vállalt juttatást.²¹ Az eljárás alá vont a kötelezettségvállalása keretében felajánlott kompenzációt több alkalommal kiegészítette, pontosította²², például akként, hogy egyértelműsítette, hogy az az offline vásárlásokra is kiterjed, valamint, hogy a fogyasztók számára felajánlott ajándékkártya mind a MediaMarkt üzletekben, mind a mediamarkt.hu oldalon levásárolható lesz.
26. Az eljárás alá vont előadta²³, hogy vállalásait fenntartja arra az esetre is, ha a hatóság azokat nem kötelezettségvállalásként, csupán bírságcsökkentő tényezőként venné figyelembe.
27. A kiegészítő vizsgálati jelentésre tett észrevételében²⁴ kérte elsődlegesen a kötelezettségvállalással történő ügyzárást. Másodlagosan kérte a kötelezettségvállalást a fogyasztóvédelmi bírságközlemény szerinti együttműködésként (tevéleges jóvátétel, valamint utólagos megfelelési erőfeszítés) figyelembe venni maximális mértékben. Előadta továbbá, hogy elismeri a vizsgálati jelentésben és kiegészítő vizsgálati jelentésben foglalt tényállás valóságát, az azokban rögzített tények vitatásának jogáról lemond.

¹⁶ VJ/8-10/2022. II.1. pont A digitális összehasonlító eszközök fogyasztói döntésre gyakorolt hatásai feltárására irányuló piacelemzés eredményeit bemutató tanulmány, 2. pont

¹⁷ VJ/8-10/2022. II.1. pont

¹⁸ VJ/8-10/2022. II.2. pont

¹⁹ VJ/8-10/2022. II.3. pont

²⁰ VJ/8-10/2022. II.4. pont

²¹ VJ/8-10/2022. II.6. pont

²² 21., 34., 75., 79., 81. és 83. alszámú iratok

²³ 45. alszámú irat

²⁴ 63. alszámú irat. A vizsgálati jelentésre érdemi észrevételt nem tett, hanem a vizsgálati jelentésben indítványozott kötelezettségvállalás elfogadását kérte (30. alszámú irat).

Továbbá a magatartásának a vizsgálati jelentés 91. pontjában²⁵ foglalt jogi minősítését elismeri. Ezeket kéri a bírságközlemény szerinti bírságcsökkentő tényezőként figyelembe venni.

28. Az előzetes álláspontra adott észrevételében²⁶ előadta az eljárás alá vont, hogy az abban rögzített tényállásra és jogi értékelésre észrevételeket nem tesz, azokat elfogadja és kéri ezt bírságcsökkentő együttműködésként figyelembe venni. Észrevételében – az eljáró versenytanács által az előzetes álláspontban felvetettekkel egyezően – pontosította a kompenzációról szóló tájékoztatás időpontját, illetve érveket terjesztett elő, hogy az eljáró versenytanács a kompenzáció valós értékét az előzetes álláspontban írtakhoz képest magasabb értékben állapítsa meg.
29. Az eljárás alá vont a tárgyaláson előadta, hogy lemond a jogorvoslati jogáról önként és feltétel nélkül, melyet szintén kér a bírságközleménnyel összhangban enyhítő körülményként figyelembe venni. A tárgyalást követő beadványaiban is megerősítette, hogy lemond a jogorvoslati jogáról.

V.

KÖTELEZETTSÉGVÁLLALÁS

30. A Társaság 2022. május 6-án nyújtotta be kötelezettségvállalási nyilatkozatát a Gazdasági Versenyhivatalhoz.²⁷ Ebben jelezte, hogy a Társaság kész megfontolni kötelezettségvállalási nyilatkozata módosítását, kiegészítését, különösen a Gazdasági Versenyhivatal visszajelzését követően. A 2022. június 9-én tartott meghallgatást követően a Társaság elhatározta a kötelezettségvállalása kibővítését. A módosított kötelezettségvállalás az alábbiakat tartalmazza.²⁸

- 1) Magatartási vállalás
- 2) Fogyasztói előny (kompenzáció) biztosítása
- 3) Edukációs kampány
- 4) Információs vállalás

31. Tekintettel arra, hogy a 21. alszámú beadványban ismertetett kötelezettségvállalás kompenzációs eleme az offline vásárlókra nem terjedt ki, az eljárás alá vont a 37. alszámú iratban akként módosította a vállalásait, hogy azok már egyértelműen kiterjednek az offline vásárlókra is.

V. 1. Magatartási vállalás

32. Magatartási vállalás keretében a Társaság azt vállalja, hogy a marketingkommunikációs stratégia részeként üzleti titkot képező árcsökkentés-kommunikációs szabályzatot (a „Szabályzat”) vezet be és azzal összhangban kommunikálja az árcsökkentéseket,

²⁵ A vizsgálati jelentés 91. pontja szerint: „...ha az eljáró Versenytanács nem tartaná elfogadhatónak a IX. pontban ismertetett kötelezettségvállalást, vizsgálat indítványozza annak megállapítását, hogy az eljárás alá vont az állítás alkalmazásával megsértette az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglaltakat ezáltal megvalósította az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.”

²⁶ 75. sz. irat

²⁷ VJ/8-10/2022.

²⁸ VJ/8-21/2022.

árkedvezményeket a Versenytanácsnak a kötelezettségvállalást kötelezővé nyilvánító határozatának jogerőre emelkedésétől számított két évig. Ennek érdekében a Szabályzatot legkésőbb a Határozat jogerőre emelkedését követő 3 munkanapon belül elfogadja, minden munkavállalójával megismerteti és alkalmazását kötelezővé teszi.²⁹

33. A Szabályzat tervezetét részletesen a VJ/8-21/2022. sz. iktatott irat 1. sz. melléklete mutatja be.

V.2. Fogyasztói előny (kompenzáció) biztosítása vállalás

34. Fogyasztói előny (kompenzáció) biztosítása körében a Társaság vállalja, hogy a vizsgálat alá vont termékeket 2019. november 1-jével, illetve a forgalomba hozataluk időpontjával kezdődő és a jelen eljárás megindulásáig tartó időszakban elektronikus csatornán, azaz a mediamarkt.hu weboldalon vásároló minden fogyasztó számára a következő juttatást nyújtja, Media Markt ajándékkártya (ami többcélú utalványnak minősül) formájában.³⁰

Gyártó	Típus	Juttatás
PHILIPS	55 PUS 7805/12 AMBILIGHT	15 000 Ft
SAMSUNG	UE 70 AU8002KXXH	25 000 Ft
PHILIPS	65 OLED 705/12	50 000 Ft
LG	75 UP81003LR	35 000 Ft

35. Az ajándékkártya az átadástól számított 5 évig lesz levásárolható a Media Markt magyarországi üzleteiben, további feltételek és korlátozások nélkül.³¹
36. Az eljárás alá vont az eljáró versenytanács tisztázó jellegű kérdésére előadta³², hogy a kompenzációs felajánlás nem csak az online vásárlók számára lenne elérhető, hanem az offline vásárlók részére is, amely formában túlnyomórészt (kb. 80%) történt a termékek értékesítése. Ismertette, hogy az offline vásárlókat (akik konkrét beazonosítását az online vásárlókkal ellentétben nem tudja elvégezni) a honlapjának nyitóoldalán közleményben, illetve szórólapjának egy példányában tervezi értesíteni a juttatás átvételének lehetőségéről. Az eljárás alá vont ezt követően az eljáró versenytanács kérdésére válaszul kifejtette³³, hogy álláspontja szerint hány érintett fogyasztó, azaz az érintett fogyasztók hány százaléka fog élni a felajánlott kuponnal.
37. A kiegészítő vizsgálati jelentésre tett észrevételében előadta, hogy kész akként módosítani a kötelezettségvállalását, hogy a fel nem vett kuponos juttatás összegét az edukációs kampányra vagy jótékony célra fordítja, illetve a kupon átvételi időszakot követő időszakban jelentkező érintett fogyasztó számára is biztosítja a juttatást.

V.3. Edukációs kampány

38. Edukációs kampány keretében a Társaság vállalja, hogy edukációs kampányt („Edukációs Kampány”) indít a gyermekek digitális védelme témakörében. A kampány témája a

²⁹ VJ/8-21/2022. 1.1. pont

³⁰ VJ/8-21/2022. 2.1. pont

³¹ VJ/8-21/2022. 2.3. pont

³² 34. alszámú irat

³³ 45. alszámú irat

videójátékokhoz kapcsolódó fogyasztói tudatosság fejlesztése, ezen keresztül pedig a gyermekek digitális környezetben való védelme.³⁴

39. Az Edukációs Kampanyt részletesen a VJ/8-21/2022. sz. iktatott irat üzleti titkot tartalmazó 2. sz. melléklete mutatja be.

V.4. Információs vállalás

40. Információs vállalás keretében meghatározta, hogy a fenti egyes elemek teljesítéséről mikor tervezi tájékoztatni a GVH-t.

V.5. Az eljárás alá vont érvelése a kötelezettségvállalás elfogadhatósága mellett³⁵

41. Az eljárás alá vont a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról szóló 1/2018. Közleménye (egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel) (a „Közlemény”) alapján, és különösen annak 16. bekezdése és 8.1 pontja fényében részletesen bemutatta a kötelezettségvállalás indokait, valamint annak elfogadhatóságát.
42. Az eljárás alá vont részletesen érvel amellelt, hogy a kötelezettségvállalás miért tekinthető relevánsnak, hitelesnek, időszerűnek, ellentmondás-mentesnek, ellenőrizhetőnek.
43. Az eljáró versenytanács ezen érvek ismertetésétől arra tekintettel eltekint, hogy a későbbiekben kifejtettek szerint a kötelezettségvállalást nem kívánja elfogadni, a felajánlott kompenzációt viszont az eljárás alá vont kérelmének megfelelően bírságcsökkentő tényezőként kívánja figyelembe venni.

VI.

JOGSZABÁLYI HÁTTER

44. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya kiterjed arra a kereskedelmi gyakorlatra, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
45. Az Fttv. 2. § értelmében az Fttv. alkalmazásában:
- a) fogyasztó: az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) áru: minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti

³⁴ VJ/8-21/2022. 3.1. pont

³⁵ VJ/8-21/2022. 3. pont (4. oldal)

erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

d) kereskedelmi gyakorlat: a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

e) kereskedelmi kommunikáció: a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,

h) üzleti döntés: a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

46. Az Fttv. 4. § (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

47. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése alapján tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése értelmében tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,

a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és

b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára kényszeríti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

Az Fttv. 3. § (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

48. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja akként rendelkezik, hogy megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtévevessze a fogyasztót az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte

tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

49. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.
50. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A 11. § (1) bekezdése kimondja, hogy a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
 - a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett áru mennyiségére, vagy
 - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
51. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a GVH a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló versenyfelügyeleti eljárásában a Tpv. rendelkezéseit alkalmazza, az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel.
52. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.
53. A Tpv. 75. § (1) bekezdése kimondja, hogy ha a 67. § (2) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalható kötelezettség.
54. A Tpv. 76. § (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács határozatában
 - f) megállapítja a jogsértés tényét,
 - i) jogsértés megállapítása esetén arányos és a jogsértés megszüntetéséhez vagy a jogsértés hatásainak kiküszöböléséhez szükséges kötelezettséget – ideértve a magatartásra vonatkozó, vagy szerkezeti korrekciós intézkedéseket – ír elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén szerződéskötésre kötelez,
 - k) bírságot szab ki.

55. A Tpv. 78. § (1) bekezdés a) pontja értelmében az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés alapján a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.
56. A Tpv. 78. § (2) bekezdés értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Ha a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételéről nem áll rendelkezésre hiteles adat, az utolsó hitelesen lezárt üzleti év nettó árbevétele az irányadó. A nettó árbevétel számítására egyebekben megfelelően alkalmazni kell a 24. § (3) bekezdését és a 27. § (7) bekezdését.
57. A Tpv. 78. § (3) bekezdés szerint a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII.

JOGI ÉRTÉKELÉS

VII.1. A vizsgált magatartás értékelése

VII.1.1. Hatály, hatáskör, illetékesség

58. A tényállásban ismertetett magatartásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata Magyarország területén valósult meg, és természetes személy fogyasztóknak szólt.
59. A vizsgált magatartásokkal kapcsolatban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, mivel az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat az ország teljes területén elérhető weboldalon valósult meg, amely magas látogatottsági adatokkal rendelkezik, és jelentős értékesítési forgalmat generál. Emellett az eljárás alá vont vállalkozás mérete is jelentős, figyelemmel az általa elért nettó árbevétel nagyságára. Az előbbiekre tekintettel az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján az eljárás a GVH hatáskörébe tartozik.
60. A GVH illetékességét a Tpv. 46. §-a állapítja meg.

VII.1.2. Az eljárás alá vont felelőssége

61. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat tekintetében az eljárás alá vont felelőssége az Fttv. 9. § (1) bekezdése alapján fennáll, figyelemmel arra, hogy a kereskedelmi gyakorlattal érintett áruk értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll, az értékesítésből bevétele származott.

VII.1.3. Érintett fogyasztók

62. Jelen ügyben a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók között nem azonosítható koruk, hiszekenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott csoport, illetve speciális tudás vagy magasabb tudatossági szint sem várható el a fogyasztóktól, így a vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.
63. Továbbra is irányadónak tekinthető az az elvi jellegű megállapítás, miszerint észszerűen jár el az a fogyasztó, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy észszerűen költséghatékony tájékoztatói folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli. Az észszerűen eljáró fogyasztótól nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a reklámokban szereplő információ helytállóságát. A reklám egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően - a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.³⁶ Továbbá, egy reklám nem alapozhat arra, hogy a tartalma szabadon meghatározható, bármit állíthat, mondván, hogy az észszerűen eljáró fogyasztónak úgyszintén ellenőriznie kell, hogy a reklám állítása megfelel-e a valóságnak.³⁷

VII.1.4. Ügyleti döntés és annak befolyásolása

64. A fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészségét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja. Nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is.
65. A vizsgált magatartás tekintetében ügyleti döntésnek tekinthető például a fogyasztó azon választása, hogy
- a vásárlásait a www.mediamarkt.hu webáruházban kívánja lebonyolítani,
 - vásárol-e az érintett webáruházban a kedvezmény hatására, amennyiben igen, mely termék(ek)et és milyen értékhatárban,
 - az akciós termékmegjelenítés hatására felkeresi-e az eljárás alá vont (fizikai) üzletét, és ott vásárolja-e meg az adott terméket, vagy bármely más árut.
66. A versenytanács következetes gyakorlata szerint egy terméknek lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága az érte fizetendő ár. A fogyasztói döntési folyamatban ugyancsak lényeges körülménynek minősül, hogy a fogyasztókkal (reklámok révén vagy más módon) közölt akciós áron történő vásárlás esetén a fogyasztó részesül-e

³⁶ A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpv. III. fejezetével, a Gyftv.-vel, Éltv.-vel és az 1169/2011/EU rendelettel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (2021) (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések), I.4.2.

³⁷ Elvi jelentőségű döntések, I.4.3.

árkedvezményben, s ha igen, akkor az akció időtartama alatti vásárlás milyen mértékű megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest.³⁸ Az ár a fogyasztó számára a versenyző áruk közötti választás során az eligazodást jelentő legfontosabb mérce. Ehhez közvetlenül kötődik az is, hogy a fogyasztók orientálódása során nemcsak adott áru tényleges fogyasztói ára, hanem a számukra biztosított megtakarítás mértéke – azaz valamely árkedvezmény feltüntetése – is jelentős befolyásoló tényező lehet.³⁹ A fogyasztók számára a kedvezmény és annak mértéke mindig valamihez (korábbi árakhoz, más konstrukciókhoz vagy értékesítési csatornákhöz stb.) képest nyer tartalmat.⁴⁰ Különösen nagyfokú lehet a befolyásolásra és a torzításra való alkalmasság, ha az akciós ár és a nem akciós ár eltérésének a mértéke jelentős.⁴¹

67. Az Fttv. nagykommentár szerint⁴² a kereskedelmi gyakorlat jogsértő vagy jogszerű jellege azon elv mentén ítélt meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott kommunikációs eszköz tartalma alkalmas lehet-e arra, hogy a fogyasztói döntési folyamatot megzavarja, torzítsa. A nem akciós árat, illetőleg az elérhető kedvezmény mértékét is közlő kereskedelmi kommunikáció alkalmas lehet ilyen zavar kiváltására, ha például a kereskedelmi kommunikációban megjelenített nem akciós ár ténylegesen nem érvényesül, vagy időszakonként érvényesül, de oly módon, hogy már nem tekinthető jellemző, elsősorban érvényesített árnak, s így nem ad megfelelő képet a vásárlással elérhető kedvezmény mértékéről.
68. A fentiekre tekintettel megállapítható, hogy az árakkal, kedvezményekkel kapcsolatos közlések vitathatatlanul alkalmasak a fogyasztói döntések befolyásolására. Ezt támasztják alá a korábban ismertetett online vásárlási szokásokra vonatkozó fogyasztói kutatás következtetései is, amelyek szerint a fő húzóerőt még mindig az akciók, árkedvezmények jelentik.

VII.1.5. Valótlan információ és megtévesztés

69. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban a vizsgált négy termék kapcsán az eljárás alá vont honlapján megjelent kommunikációnak az volt az üzenete, hogy a fogyasztók a vizsgált termékek megvásárlásával jelentős megtakarításra tehetnek szert. A honlapon az éppen akciós ár mellett a megelőző, akcióval nem érintett és így magasabb ár áthúzással került feltüntetésre. Ezen áthúzott ár alatt a fogyasztók a termék eljárás alá vont által korábban alkalmazott, illetőleg szokásosan elérhető árát érthették, így az ezen címkével közzétett árnak is ezt a fogyasztói értelmezést kellett (volna) tükröznie.
70. A vizsgált négy termék az érintett időszakban nagy számú akcióban volt érintett (lásd e körben a 14-15. pontokat), és az eljárás alá vont megerősítette (lásd 17-18. pontok), hogy a mediamarkt.hu oldalon az érintett 4 termék saját aloldalán, valamint az adott termékeket megjelenítő áttekintő aloldalakon a megelőző ár áthúzottként történő feltüntetésével került az akciós ár jelzésre.

³⁸ Elvi jelentőségű döntések I.6.1.

³⁹ Elvi jelentőségű döntések, I.6.28.

⁴⁰ Elvi jelentőségű döntések, I.6.49.

⁴¹ Elvi jelentőségű döntések, I.6.31.

⁴² Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvényhez, Budapest, 2013, Wolters Kluwer Kft.

71. Tekintettel az akciók nagy számára, a nem akciós és akciós időszakok gyors váltakozására, a nem akciós időszakok jellemzően rövid időtartamára, ami után azonban az akciós időszakban ezen jellemzően rövid, megelőző nem akciós időszak magasabb ára áthúzva került feltüntetésre, megállapítható, hogy az eredeti, áthúzott ár nem minősülhetett a termék jellemző árának. Az akciós és nem akciós időszakok gyakorlatilag kiegyenlítették egymást az egyes termékek esetén, azaz akár az akciós árak is minősülhettek volna jellemző árának, gyakorlatilag az akció elveszítette akciós, különleges, egyedi jellegét.
72. A Versenytanács következetes gyakorlata értelmében⁴³ tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amikor
- „bc) a magasabb árat ugyan alkalmazta korábban a vállalkozás, de a magasabb ár a kedvezményes (akciós) ár alkalmazását közvetlenül megelőző időszakban*
- bca) nem érvényesült,*
- bcb) csak kivételesen, illetve átmeneti jelleggel (pl. észszerűtlenül rövid ideig) érvényesült, ami által a feltüntetett magasabb ár nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának,*
- A bc) pontban ismertetett esetben nem valósul meg az a követelmény, miszerint adott vállalkozás a kereskedelmi forgalomban jellemző árhoz képest tüntesse fel a megtakarítás, az árengedményben való részesülés lehetőségét. Ezzel kapcsolatban veendő figyelembe az is, hogy a folyamatosan, huzamosabb ideig alkalmazott akciós ár az áru jellemző árának minősülhet, amire egy újabb akció során szerepeltetni kívánt magasabb ár kapcsán tekintettel kell lenni.”*
73. Az Fttv. nagykommentár szerint⁴⁴ „[a] fenti elveket követve állapította meg a [versenytanács] a 100/2008. VJ ügyben, hogy a [versenytanács] gyakorlata szerint alkalmas lehet fogyasztók megtévesztésére az árkedvezményrel kapcsolatos tájékoztatás abban az esetben, ha az áthúzással megjelenített árat az eljárás alá vont az akciós időszakot megelőzően csak átmeneti jelleggel alkalmazta [...]”.
74. A fentiek alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont a vizsgált 4 termék esetében eredeti árként nem olyan árakat tüntetett fel, amelyeket az akciót megelőzően is, huzamosabb ideig alkalmazott volna, így a megjelölt referencia ár nem minősült az akciót megelőző jellemző árának.
75. Az eljáró versenytanács azonban az eljárás alá vont számára kedvező módon, konzervatívan határozta meg a jogsértő időszakokat az egyes termékek kapcsán, mivel az elérhető ártörténeti adatok alapján az egyes termékek esetében a jogsértés kezdő időpontjaként olyan időpontokat azonosított, amikor az aktuális akciót egy rövid nem akciós időszak előzte meg. A jogsértő időszakok végénél pedig azt a megközelítést alkalmazta az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont magatartását a lent ismertetett, 2022. május 28-i jogszabályi módosulásokra tekintettel ezen időpontig vizsgálta. Ezen időszakon belül a jogsértés végét az egyes termékeknél az utolsó akciós időszak vége

⁴³ Elvi jelentőségű döntések, I.6.3.

⁴⁴ Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvényhez, Budapest, 2013, Wolters Kluwer Kft.

jelenti. Azon túl, hogy ez a módszer a jogsértő időszakok hosszát is érinti értelemszerűen, a jogsértésből származó bevételeket is ezek alapján vette figyelembe az eljáró versenytanács.

76. A fentiek szerint értékelt jogsértő időszak az egyes termékek kapcsán a következők:

- Philips 55 PUS 7805/12 4K Ultra HD Saphi Smart LED Ambilight 139 cm-es televízió esetében 2020. szeptember 3. és 2022. május 8.,
- Philips 65 Oled 705/12 4K Ultra HD Android Smart Oled Ambilight 164 cm-es televízió esetében 2021. június 16. és 2022. március 7.,
- LG 75UP81003Lr Smart LED 191 cm-es 4K Ultra HD, Hdr, webOs, ThinQ AI televízió esetében 2021. augusztus 12. és 2022. május 1., valamint
- Samsung Ue70Au8002Kxxh Crystal UHD 4K Smart LED televízió esetében 2021. szeptember 14. és 2022. május 1. közötti időszak.

A jogsértésből származó árbevételt a 20. pont táblázata tartalmazza.

77. A fentiekből az következik, hogy az eljárás alá vont a fenti időszakok alatt meghirdetett, az érintett termékekre is vonatkozó akcióiban valótlán tájékoztatást adott a fogyasztóknak az általuk realizálható kedvezmény mértékéről, a valóságosnál magasabbnak tüntetve fel azt. Miután pedig az árkedvezmények a fogyasztói döntési folyamat meghatározó összetevőjét jelentik, a valóságosnál magasabb kedvezmény ígérete alkalmas arra, hogy a fogyasztót olyan vásárlási döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

78. Az árfeltüntetéssel kapcsolatos irányelv⁴⁵ rendelkezéseinek megfelelően, Magyarországon a 48/2020. (XII.11.) ITM rendelettel módosított, a termékek eladási ára és egységára szabályairól szóló 4/2009. (I.30.) NFGM-SZMM együttes rendelet (a továbbiakban: Árrendelet) 2/A §-a alapján 2022. május 28-tól az árcsökkentés kommunikációja esetén meg kell jelölni a korábban alkalmazott ára(ka)t, kivéve élelmiszereknél, ill. romlandó vagy minőségüket rövid ideig megőrző termékeknél. A módosítás szerint az árcsökkentés bejelentése esetében meg kell jelölni a korábbi, a vállalkozás által az árcsökkentést megelőzően, „meghatározott ideig” alkalmazott árat. Ekként, a korábbi ár a vállalkozás által egy olyan időszakban alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti majd, amely nem lehet rövidebb, mint az árcsökkentés alkalmazását megelőző harminc nap.

79. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az átmeneti jelleggel, észszerűtlenül rövid ideig alkalmazott nem akciós árak jelenségére reagálva az uniós jogalkotó is szigorúbb szabályokat vezetett be 2022. május 28-tól: az „árcsökkentést” bejelentő kereskedőnek meg kell jelölnie a korábbi árat is, amely a kereskedő által alkalmazott legalacsonyabb árat jelenti az árcsökkenést megelőző legalább 30 napos időszakban. E körben kiemelő, hogy a jogalkotó által meghatározott legalább 30 napos referencia-időszaknak az a célja, hogy megakadályozza a kereskedőket abban, hogy az árakkal zsonglörködjenek és hamis árcsökkentéseket mutassanak be, például rövid időre emeljék az árat annak érdekében, hogy ezt követően csökkentsék azt azáltal, hogy a fogyasztókat megtévesztő (jelentős) árcsökkentésként tüntetik fel. A „korábbi” referenciaár meghatározásának 30 napos

⁴⁵ Az Európai Parlament és a Tanács 98/6/EK irányelve a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről (Hivatalos Lap L 080 , 18/03/1998 o. 0027 – 0031)

időszaka tehát biztosítja, hogy a referenciaár valós legyen, és ne csupán csökkentésnek tűnő, vonzó marketingeszközként funkcionáljon.⁴⁶ Ez szintén alátámasztja a valótlan referencia árak feltüntetésének megtévesztő jellegét.

80. E körben kiemelendő, hogy az eljárás alá vont is előadta,⁴⁷ hogy az Árrendelet új szabálya olyan egyértelmű rendelkezést tartalmaz, amely teljeskörűen kizárja a vizsgált magatartás megismétlődését (függetlenül attól, hogy a konkrét esetben a Társaság magatartása jogszerű volt-e). A Társaság nyilatkozata szerint betartja az Árrendelet rendelkezéseit a hatályba lépésüktől, sőt, gyakorlatát már azt megelőzően is szigorította, valamint kötelezettségvállalása azt is tartalmazta, hogy az Árrendelet szabályait azok hatálybalépését megelőzően is vállalta volna a GVH ezt megelőző döntése esetén.

VII.1.6. Összegzés

81. A fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy a Media Markt az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállás megvalósításával az Fttv. 3. § (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsított, amikor a

- Philips 55 PUS 7805/12 4K Ultra HD Saphi Smart LED Ambilight 139 cm-es televízió esetében 2020. szeptember 3. és 2022. május 8.,
- Philips 65 Oled 705/12 4K Ultra HD Android Smart Oled Ambilight 164 cm-es televízió esetében 2021. június 16. és 2022. március 7.,
- LG 75UP81003Lr Smart LED 191 cm-es 4K Ultra HD, Hdr, webOs, ThinQ AI televízió esetében 2021. augusztus 12. és 2022. május 1., valamint
- Samsung Ue70Au8002Kxxh Crystal UHD 4K Smart LED televízió esetében 2021. szeptember 14. és 2022. május 1.

között honlapján akként népszerűsítette a fenti termékeket, hogy azt a benyomást keltette a fogyasztókban, hogy a meghirdetett akciók időtartama alatti vásárlással nagyobb megtakarítást tesz lehetővé a nem akciós áron történő vásárláshoz képest, holott a feltüntetett eredeti (nem akciós) ár nem minősült az akciót megelőző időszak jellemző árának.

VII.2. Jogkövetkezmény

82. Tekintettel arra, hogy a fentiek szerint a jogsértés egyértelműen megállapítható, s e tekintetben a GVH kikristályosodott gyakorlattal (lásd a jelen határozatban idézett joggyakorlaton, elvi jelentőségű döntéseken és kommentáron túl a VJ/9/2022. sz. eljárásban született döntést) is rendelkezik, sőt, a jogsértés tényét az eljárás alá vont maga is elismerte, az eljáró versenytanács nem látott lehetőséget a Tptv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás elfogadására. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a kialakult joggyakorlat⁴⁸ értelmében a Versenytanács diszkrecionális jogkörébe tartozik a kötelezettségvállalás elfogadása vagy elutasítása.

⁴⁶ A Bizottsági Közleménye - Iránymutatás a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 6a. cikkének értelmezéséről és alkalmazásáról (2021/C 526/02), 2.1. pont

⁴⁷ 21. alszámú irat

⁴⁸Lásd a Fővárosi Törvényszék 2.K.31.644/2012/15. számú ítéletét (VJ/113/2009.), Fővárosi Bíróság 3.K.30.200/2011/4. számú ítéletét (VJ/51/2010.), a Fővárosi Bíróság 2.K.30.044/2008/18. számú ítéletét

83. Ezen következtetést erősíti az a körülmény is, hogy bár az eljárás alá vont megfelelési program kialakításába kezdett, azt nagy részben az árfeltűntetéssel kapcsolatos új jogszabályi előírásoknak való megfelelés indukálta, illetve annak a jelen eljárás szempontjából releváns intézkedései is alapvetően ezt a célt szolgálják. Az eljárás alá vont maga is előadta, hogy az Árrendelet kizárja a hasonló magatartások megismétlődését, valamint, hogy a bevezetni tervezett szabályzat szerint, az abban foglaltak szerint jár el már az eljárás alá vont. A fogyasztói edukációs program kapcsán az eljáró versenytanács úgy látja, hogy az a vizsgált magatartással összefüggést nem mutat, az nem segíti elő az árak transzparenciáját, nem segíti a fogyasztói tájékozódást, így az nem indokolhatja kötelezettségvállalás formában történő megvalósítását, illetve annak előírását sem látja indokoltnak az eljáró versenytanács. A fentiekre is tekintettel a felajánlott kompenzációt sem kötelezettségvállalás keretében látta értékelhetőnek az eljáró versenytanács (tekintettel arra is, hogy az offline vásárlók részéről még a kupon megszerzésének lehetősége is aktivitást igényel, így a nagyfokú beváltás erősen kétséges), hanem együttműködés keretében, bírságsökkentő tényezőként.
84. Mindezekre tekintettel a benyújtott/módosított kötelezettségvállalási indítvány egyes elemeinek részletes értékelésétől az eljáró versenytanács eltekintett, a kompenzációs felajánlás vizsgálatára a szankció meghatározása körében, a bírságsökkentést megalapozó együttműködéssel összefüggésben került sor.
85. Figyelemmel továbbá a jogsértés jellegére, az eljárás alá vont méretére, piacon betöltött szerepére, valamint a kikristályosodott joggyakorlatra, az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpvt. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tpvt. 78. § (1) bekezdés a) pontja alapján bírság kiszabását is indokoltnak látta az eljárás alá vont vállalkozással szemben, a speciális és generális prevenció biztosítása érdekében.
86. A Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, az 1/2021. számú közleménnyel módosított 12/2017. számú közleménye⁴⁹ (a továbbiakban: Bírságközlemény) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a Gazdasági Versenyhivatal meghatározza az Fttv. és a Tpvt. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.
87. A Tpvt. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny

(VJ/73/2007.), a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 2.K.31.644/2012/15. számú ítéletét (VJ/113/2009.), a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 5.K.34.049/2014/22. számú ítéletét (VJ/2/2010.), a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 2.K.31.696/2013/5. sz. ítéletét (VJ/26/2012.).

⁴⁹ A közleményt a Gazdasági Versenyhivatal azon eljárásokban alkalmazza, amelyekben a Tpvt. 73. §-a szerinti előzetes álláspont a közlemény közzétételkor, azaz 2021. április 22-én még nem került az eljárás alá vontaknak megküldésre.

veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

88. A versenyfelügyeleti eljárásokban meghatározható bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során ezért az eljáró versenytanács is szem előtt tartotta, hogy a bírság kiszabásának Alkotmánybíróság által is elismert célja a büntetésen túl az egyedi és általános elrettentés. A bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé. Emellett a bírság összegének ösztönöznie kell azt is, hogy mind az adott vállalkozást, mind pedig a hasonló helyzetben lévő vállalkozásokat visszatartsa a (további) jogsértések elkövetésétől, egyben megerősítse a jogkövető vállalkozásokat abban, hogy a tisztességes üzleti magatartás a helyénvaló. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a jogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz.
89. A Bírságközlemény 13. pontja értelmében a fenti célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.
90. A Bírságközlemény értelmében kereskedelmi gyakorlat esetében jellemzően a jogsértő kommunikációk költségéből indul ki a Versenytanács, mivel ez általában megfelelő kiindulási alapot jelent a kereskedelmi gyakorlat súlyának megítélése során. Amennyiben a kommunikációs költség összege nem ad megfelelő viszonyítási alapot (például a kereskedelmi gyakorlat jellegére tekintettel nincs érdemi kommunikációs költség) úgy a GVH árbevétel alapú bírságolási módszert alkalmaz. A GVH a jogsértő kereskedelmi gyakorlat révén realizált nettó árbevételt tekinti a bírság kiinduló összegének, ha az egyértelműen beazonosítható (például mert a kereskedelmi gyakorlat lényegében a jogsértő kommunikációra épült). Ennek hiányában a GVH a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át veszi figyelembe a bírság kiinduló összegeként.
91. A jelen esetben a saját honlapi megjelenítés okán a kommunikációs költség elhanyagolható mértékű, így az eljáró versenytanács az árbevétel-alapú bírságolás szerint járt el. Az eljárás alá vont a jogsértéssel érintett időszakban [1030-1240] termék értékesítéséből [üzleti titok] Ft nettó árbevételt ért el. Tekintettel arra, hogy a jogsértéssel érintett időszakban mind akciós, mind nem akciós áron történtek értékesítések, a fenti összegnek nem az egészét tekintette releváns bevételnek az eljáró versenytanács, hanem a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át vette figyelembe a bírság kiinduló összegeként. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően került sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget.

92. A Bírságközlemény 34. pontjában foglaltakkal összhangban az eljáró versenytanács közepes fokban súlyosító körülménynek tekintette a kommunikáció erőteljes, egyértelmű üzenetét, tekintve, hogy az árak, kedvezmények kommunikációja különösen alkalmas a fogyasztói ügyleti döntések befolyásolására. Egyéb súlyosító, illetőleg enyhítő körülményt az eljáró versenytanács nem azonosított. Mindezekre figyelemmel a bírság alapösszege, kerekítést követően, [üzleti titok] Ft.
93. A jogsértéssel elért előny számszerűsítésére nem került sor a jelen eljárásban, azonban az eljárás alá vont visszaesőnek minősül, így erre tekintettel az eljáró versenytanács korrekciót alkalmazott, amelynek mértéke a Bírságközlemény 59. pontjában foglaltak szerint ismétlődésenként legfeljebb 100% is lehet. A bírság emelésének mértéke az ismétlődés fokához (a korábbi és az új magatartás, annak tényállása, valamint az értékelt körülmények közötti azonosság mértékéhez) igazodik, figyelemmel arra is, ha a korábbi és az új ügyben hozott döntés között jelentősebb idő telt el. A 8. pontban ismertetett, VJ/67/2016. sz. ügyben 2017. augusztusában született meg a döntés, tehát az elmúlt 10 évben, de 5 éven túl. A korábbi eljárásban vizsgált jogsértés részben eltérő jogalapot is érintett, valamint nem árfeltüntetéssel kapcsolatos volt. Fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács a fenti alapösszeget [üzleti titok] %-kal súlyosította, így kerekítve [üzleti titok] Ft bírság adódik.
94. Szükségessnek látta viszont az eljáró versenytanács a bírságösszeg korrekcióját annak érdekében, hogy a kiszabandó bírság összege az eljárás alá vont méretéhez, a speciális és generális prevenció céljához mérten is arányos legyen. Ennek megfelelően az eljáró versenytanács a bírság összegének meghatározása során, figyelemmel volt a megállapított jogsértés hosszabb időtartamára, a jelentős számú akciós időszakra, az összesen több mint 1000 darabos értékesítés kiterjedtségére, és mivel az eljárás alá vont különösen jelentős árbevétellel bír, és ezért számára a fentiek alapján számított bírság nem jelentene érzékelhető terhet, az eljáró versenytanács szükségesnek látta a bírság összegét 50.000.000 Ft-ban megállapítani, a speciális és generális prevencióra is tekintettel. Kiemeli az eljáró versenytanács, hogy ez az összeg messze alatta marad az eljárás alá vont előző évi nettó árbevétele 10%-ának, mint törvényi maximumnak, a lent részletezett enyhítő körülmények pedig ezen összegből kerülnek levonásra. A bírság korrigált összege a fentiek szerint tehát 50.000.000 Ft.
95. Az eljáró versenytanács jelentős mértékű bírságcsökkentést látott indokoltnak arra tekintettel, hogy az eljárás alá vont az eljárás során kiemelt fokú együttműködést tanúsított azáltal, hogy az eljárás korai szakában felajánlott kötelezettségvállalási csomagjának megvalósítását arra az esetre is vállalta, ha az eljáró versenytanács a Tpv. 75. §-a alkalmazására nem lát módot, de a vállalások megvalósítását bírságcsökkentéssel honorálja. E körben az eljáró versenytanács az alábbiakat vette figyelembe⁵⁰:
96. Az eljárás alá vont - a lenti 100. pontban szereplő értékű - Media Markt ajándékkártyát ajánlott fel minden online és offline vásárló számára, akik a jogsértéssel érintett időszakban⁵¹ a vizsgálattal érintett tévékészülékeket megvásárolták. Az eljárás alá vont

⁵⁰ A határozatban a vállalás végső, 91. sz. beadványban foglalt változata került értékelésre.

⁵¹ Az egyes készülékek kapcsán a releváns időszakok a határozat rendelkező részében, illetve a 20., valamint a 100. pontban található táblázatban szerepelnek.

- az érintett online vásárlók számára a határozat jogerőre emelkedésétől számított 30 napon belül a vásárláshoz megadott e-mailcímre megküldött levél mellékleteként megküldi az ajándékkártyákat,
- az érintett offline vásárlókat – a határozat jogerőre emelkedésétől számított 30 napon belüli időtartamtól kezdődően - 2023. december 31-ig folyamatosan tájékoztatja az addig megjelenő szórólapjaiban, az áruházakban és a honlapjának nyitóoldalán arról, hogy számukra elérhető ajándékkártya és ezen időpontig kérhetik az online vagy fizikai ajándékkártyát az érintett fogyasztók az üzletekben, vagy elektronikus úton a juttatas@mediamarkt.hu email címen, a számla/nyugta bemutatását követően.

97. Az ajándékkártya (ami többcélú utalványnak minősül) az átadástól számított 2 évig levásárolható a vállalás szerint a Media Markt magyarországi üzleteiben vagy a mediamarkt.hu weboldalon, további feltételek és korlátozások nélkül. Előadta, hogy [üzleti titok], és nyilatkozott, hogy nem akadályozza a beválthatóságot 2026. január 1-et követően sem, hanem ezen bekezdésnek megfelelően biztosítja azt tovább is.

98. Az eljárás alá vont vállalta⁵², hogy azon fogyasztóknak, akik még nem (vagy nem teljes egészében) használták fel az ajándékkártyáikat, az ajándékkártyáknak az adott e-mail címre kiküldését⁵³ követő kétéves érvényességi idején belül fél évente egy, azaz összesen négy - marketing üzenetet nem tartalmazó - emlékeztető üzenetet is küld.

99. Az eljárás alá vont vállalta, hogy

- 2024. március 31-ig a szórólapok, a mediamarkt.hu oldalról képernyőfotók, e-mail üzenetek és címzetti kör, valamint az áruházi kihelyezésekről fotók bemutatásával igazolja a fenti vállalások betartását,

- 2026. március 31-ig tájékoztatja a GVH-t arról, hogy az érintett fogyasztók összesen mekkora összeget használtak fel a juttatás keretében nyújtott ajándékkártyákon adott juttatás teljes összegéből 2025. december 31-ig,

- amennyiben a teljes felhasznált összeg (online és offline együttesen, tetszőleges arányban) nem éri el a [üzleti titok] Ft-ot, akkor a Társaság a [üzleti titok] Ft és a 2025. december 31-ig felhasznált teljes összeg különbözetét 2026. április 30-ig önkéntesen bírságként megfizeti a Magyar Államkincstár versenyfelügyeleti bírságszámlája javára.

100. A felajánlás értéke – diszkontálás nélkül – a következőként alakul:

Típus	Időszak	Értékesített mennyiség (db)			MM ajándékkártya összege	felajánlás értéke diszkontálás nélkül (db * kártya értéke)
		összesen	online	offline		
PHILIPS 55PUS7805	2020. szept. 3. –	[750- 850]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	15 000	[11-14 millió] Ft
	2022. máj. 8.					

⁵² 83. alszámú irattal pontosított vállalás

⁵³ Offline vásárlók esetén az ajándékkártya átadását követően kerül az emlékeztető megküldésre a fenti gyakorisággal, amennyiben email címüket megadták e célból.

PHILIPS 65OLED705	2021. jún. 16. –	[<20]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	50 000	[<1 millió] Ft
	2022. március 7					
LG	2021. aug. 12. –	[<20]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	35 000	[<1 millió] Ft
	2022. máj. 1.					
SAMSUNG	2021. szept. 14. –	[250- 350]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	25 000	[8-9 millió] Ft
	2022. máj. 1.					
Összesen:		1030- 1240]	[üzleti titok]	[üzleti titok]		20-25 millió] Ft

101. A vállalás értékével kapcsolatban az eljárás alá vont előadta⁵⁴, hogy

- álláspontja szerint a juttatással az online vásárlók túlnyomó többsége (legalább 90 %-a) élni fog tekintettel arra, hogy elérhetőségüket a Társaság ismeri, így közvetlen, személyes értesítést fognak kapni, az ajándékkártyákért a fogyasztóknak semmilyen lépést nem kell tenniük. Ezek digitális kártyák, emailben kézbesíthetők, azokat már a fogyasztónak küldött, a kompenzációról szóló értesítő üzenethez mellékeli, így azok azonnal levásárolhatók lesznek.
- álláspontja szerint az offline vásárlóknak ugyan nem a 100%-a, de többsége tudomást szerez a juttatásról, mivel a lehetőségről az érintetteket az országosan közel [üzleti titok] példányban terjesztett szórólap, webáruházi nyitóoldali közlemény⁵⁵ és a 36 áruházban⁵⁶ kihelyezett POS (áruházi plakát) útján értesíti.

102. A vállalás valós értékének megállapításakor – a Bírságközlemény VI.I. fejezetében írtakra is figyelemmel – az alábbi tényezőket vette figyelembe az eljáró versenytanács:

- az ajándékkártya értéke a megvásárolt termék bruttó átlagárához képest közel 10%-os juttatásnak minősül,
- az eljárás alá vont vállalta marketing tartalmat nélküli emlékeztető üzenetek megküldését,
- az eljárás alá vont akként nyilatkozott, hogy nem akadályozza a beválthatóságot 2026. január 1-et követően sem, illetve, hogy [üzleti titok]⁵⁷

⁵⁴ 45. és 75. alszámú iratok

⁵⁵ Előadta, hogy a webáruházi nyitóoldal átlagos látogatószáma 2022. január - szeptember hónapokban [üzleti titok] fő/hónap volt

⁵⁶ Előadta, hogy az offline áruházak átlagos látogatószáma 2022. január - szeptember hónapokban [üzleti titok] volt

⁵⁷ Ezen két vállalást az eljáró versenytanács az utólagos ellenőrizhetőségre tekintettel nem írja elő kötelezően (és így a határozat mellékletében nem szerepelnek), azonban azokra tekintettel volt a vállalás értékének megállapítása során.

- az online vásárlók (akik az össz vásárlások kevesebb, mint [üzleti titok]-át teszik ki) nagyobb százalékban élhetnek a felajánlott ajándékkártyával, azonban a felajánlás értékét mégsem lehet 100%-ban figyelembe venni, mivel az eljárás alá vont által is elismerten lehetnek olyan fogyasztók akik nem használják, nem figyelik a vásárláshoz használt email címüket, esetleg ezen email címük menetközben megszűnt, vagy bármilyen okból nem kívánnak vásárolni; azonban lényeges, hogy a felajánlás keretében, az értesítő levélben (azaz fogyasztói aktivitást nem igénylő módon) megküldött ajándékkártyát - az előzetes álláspontra tett észrevételében módosított felajánlás értelmében - nem csak fizikai MediaMarkt üzletben lehet levásárolni, így az minimális fogyasztói aktivitást igényel,
- az érintett offline vásárlók (összesen [üzleti titok] fogyasztó, az összes vásárlások több, mint [üzleti titok]-át teszik ki) számára tett felajánlás az eljárás alá vont szerint sem éri el a fogyasztók 100%-át. Figyelembe kell venni, hogy a felajánlásról akkor szerez tudomást a fogyasztó, ha azt észleli az eljárás alá vont honlapján közzétett tájékoztatásban, vagy pedig a szórólapon (ami csak vidéken érhető el) vagy az áruházi plakáton. Ehhez az szükséges, hogy a fogyasztó felmenjen az adott honlapra, vagy pedig tüzetesen áttanulmányozza a reklámújságot, vagy adott esetben az egyik fizikai üzletben a plakáton azt észlelje. Ehhez azonban az is szükséges, hogy a fogyasztó tisztában legyen azzal, hogy ő az érintett időszakban - ami akár 3 évvel ezelőtti vásárlást is jelenthet – pontosan milyen készüléket vásárolt, hiszen csak az adott típus esetén él a felajánlás. A felajánlás érvényesítéséhez pedig a fogyasztónak a számlát/nyugtát szükséges bemutatnia, ami nem feltétlenül áll mindenki rendelkezésére.
- Figyelembe vette azonban az eljáró versenytanács a diszkontálás értékének megállapítása során, hogy a pontosított vállalásában az eljárás alá vont azt a lehetőséget is felajánlotta, hogy az érintett offline fogyasztó emailben is kérhesse az ajándékkártyát, mégpedig választása szerint online vagy fizikai formában rendelkezésére bocsátva, melyet levásárolhat döntése szerint online vagy offline úton is. Azonban a korábban előadottak szerint itt is felmerülhet, hogy a fogyasztó bármilyen okból nem kíván vásárolni.

103. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács az érintett online fogyasztóknak (összesen [üzleti titok] fogyasztó) felajánlott ajándékkártyát [üzleti titok]-os értéken, azaz összesen [üzleti titok] Ft értéken tudta figyelembe venni bírságsökkentő tényezőként, míg az offline vásárlóknak tett felajánlás [üzleti titok] %-át volt lehetséges bírságsökkentő tételként figyelembe venni, azaz [üzleti titok] forint volt levonható erre tekintettel a bírságból,

104. A felajánlott kompenzáció valós értékének fenti kiszámítását az alábbi – üzleti titkot tartalmazó - táblázat szemlélteti, a fenti adatoknak megfelelően:

Típus	Időszak	Értékesített mennyiség (db)			Ajándékkártya összege	Felajánlás értéke diszkontálás nélkül (db * kártya értéke)	online értéke (85%-on figyelembe véve)	offline értéke (30% on figyelembe véve)
		összesen	online	offline				
PHILIPS 55PUS7805	2020. szept. 3. –	[750-850]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	15 000	[11-14 millió] Ft	[üzleti titok]	[üzleti titok]
	2022. máj. 8.							
PHILIPS 65OLED705	2021. jún. 16. –	[<20]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	50 000	[<1 millió] Ft	[üzleti titok]	[üzleti titok]
	2022. március 7							
LG	2021. aug. 12. –	[<20]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	35 000	[<1 millió] Ft	[üzleti titok]	[üzleti titok]
	2022. máj. 1.							
SAMSUNG	2021. szept. 14. –	[250-350]	[üzleti titok]	[üzleti titok]	25 000	[8-9 millió] Ft	[üzleti titok]	[üzleti titok]
	2022. máj. 1.							
Összesen:		[1030-1240]	[üzleti titok]	[üzleti titok]		[20-25 millió] Ft	[üzleti titok]	[üzleti titok]

105. A fent előadottak szerint az eljáró versenytanács a fent ismertetett, a jelen határozat mellékletét képező kompenzációs vállalat és a teljesítésének ellenőrizhetőségét biztosító intézkedéseket bírságsökkentő tényezőként írta elő az eljárás alá vont számára, amire tekintettel összesen – felfelé kerekítve – [üzleti titok] forint volt levonható a bírság korrigált összegéből.
106. A 99. pontban ismertetett – szintén a határozat mellékletében szereplő - vállalat teljesítésére is kötelezte az eljáró versenytanács az eljárás alá vontat, azaz mennyiben a teljes felhasznált összeg (online és offline ajándékkártyákon keresztül beváltott összeg) nem éri el a [üzleti titok] Ft-ot, akkor a Társaság a [üzleti titok] Ft és a 2025. december 31-ig felhasznált teljes összeg különbözetét 2026. április 30-ig önkéntesen bírságként megfizeti a GVH akkor alkalmazandó bírságbevételei számlájára.
107. Mindezek eredményeként az eljáró versenytanács a bírság összegét [üzleti titok] Ft-ban állapítja meg, amely összeg a Bírságközlemény VI. fejezetében ismertetett további együttműködés tanúsítására tekintettel tovább volt csökkenthető.
108. Mivel az eljárás alá vont elismerte (lásd a 27. pontban írtakat) a jogsértést, az eljáró versenytanács ezen nyilatkozatot, a Bírságközlemény VI.3. fejezetében található egyéb együttműködésnek minősülő enyhítő körülményként értékelte. A Bírságközlemény 88. pontja szerint a Gazdasági Versenyhivatal a jogsértés beismerésére tekintettel legfeljebb 30%-kal, [...] a jogorvoslatról való önkéntes lemondásra tekintettel összességében

legfeljebb 20%-kal mérsékelheti a bírság összegét, azzal, hogy ez utóbbi szempontokra beismeréssel egyidejűleg csak akkor adható bírságcsökkentés, ha azok a beismeréshez képest további hozzáadott értéket képviselnek az eljárás szempontjából.

109. A jelen eljárásban az eljáró versenytanács az eljárás alá vont jogsértés elismerésére a jogsértés egyértelműsége, a joggyakorlat kikristályosodott volta folytán csak a maximálisnál kisebb (20%-os) csökkentést látott indokoltnak. Szintén figyelembe vette a 20%-os bírságcsökkentés meghatározásakor az eljáró versenytanács, hogy az eljárás alá vont nagy nemzetközi háttérrel rendelkező, a versenyjogi előírások, elvárások területén tapasztalt, tudatos vállalkozás, aki számára a versenyjogi elvárások a saját korábbi eljárásokból és professzionális jogi tanácshoz történő hozzáférése révén ismertek lehettek.
110. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont a jogorvoslati jogáról feltétel nélkül, önkéntesen lemondott, ezt az eljáró versenytanács bírságcsökkentő tényezőként figyelembe tudta venni, azonban az elismerésnél írt szempontok szerint szintén nem maximális értékű csökkentésként, hanem a középértéket meghaladó, 15% csökkentésként.
111. A fentiek alapján – a lemondásra és elismerésre adott, összesen 35%-os, egyéb együttműködésnek minősülő csökkentéssel együtt - kalkulált bírság, - azaz a bírság számított összege - 23.900.000 Ft.
112. Az eljáró versenytanács az előzetes álláspontban már felhívta az eljárás alá vont figyelmét a Tpvt. 62/C. §-ára, melynek (1) bekezdése alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, részletekben történő teljesítés is megállapítható. A (2) bekezdés szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés (a továbbiakban együtt: fizetési kedvezmény) engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene. A (3) bekezdés alapján a fizetési kedvezményre vonatkozó szabályokat kell megfelelően alkalmazni meghatározott cselekmény teljesítésére irányuló kötelezettség esetén is. A (4) bekezdés szerint pedig a teljesítési határidő lejárta után az ügyfél - feltéve, hogy a végrehajtást még nem rendelték el - a (2) bekezdésben meghatározott okból igazolási kérelem egyidejű benyújtásával kérhet fizetési kedvezményt. Ha a vizsgáló, illetve az eljáró versenytanács elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is. Az eljárás alá vont fizetési kedvezmény iránti kérelmet nem nyújtott be.

VI.

Eljárási kérdések

113. A GVH hatásköre a Tpvt. 44. § (2) bekezdésén, illetékessége a Tpvt. 45. §-án alapul. E rendelkezések értelmében a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik minden olyan versenyfelügyeleti ügyben, amely nem tartozik a bíróság hatáskörébe (Tpvt. II. fejezet), illetékessége pedig az ország egész területére kiterjed.
114. A Tpvt. 77. § (1) bekezdés d) pontja értelmében a GVH utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt,

meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg. Ugyanezen szakasz (6) bekezdés d) pontja szerint a vizsgálónak az utóvizsgálatban előterjesztett jelentése alapján az eljáró versenytanács a feltétel teljesülésének, illetve az előírt kötelezettség teljesítésének megállapítása esetén az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti, ennek hiányában elrendeli a kötelezettség végrehajtását vagy bírságot szab ki.

115. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a GVH döntéseinek végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr. rendelkezéseit kell alkalmazni.
116. A Tpvt. 84/B. § (1) bekezdése értelmében az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg - ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható - végrehajtási bírságot szab ki. A Tpvt. 84/D. § (2) bekezdés értelmében a meghatározott cselekmény végrehajtását a Gazdasági Versenyhivatal fogatosítja, kivéve, ha az eljáró versenytanács végrehajtási bírság kiszabásáról döntött.
117. A Tpvt. 84/C. § értelmében, ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított késedelmi pótlékot fizet.
118. Az Ákr. 133. § értelmében a végrehajtást – ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik – a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. az Ákr. 134. § értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság fogatosítja.
119. A Tpvt. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
120. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellenönálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás.
121. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. § (7) bekezdése szerint, ha jogszabály bírósági felülvizsgálatot tesz lehetővé, azon 2018. január 1-jétől közigazgatási pert kell érteni. A közigazgatási per szabályait a Kp. határozza meg.
122. A Kp. 29. § (1) bekezdése szerint az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. § (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézésről szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – az E-ügyintézési tv.-ben és a végrehajtási rendeletben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.

123. Az E-ügyintézési tv. 9. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
124. A Kp. 39. § (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. § szabályozza az azonnali jogvédelmet az alábbiak szerint.
125. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlen fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell.
126. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
127. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmaznia marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti ügygel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
128. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2023. szeptember 26.

dr. Kuritár Dávid
előadó versenytanácsstag

Váczai Nóra
versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella
versenytanácsstag

A. A kompenzációs vállalás

1. A Társaság vállalja, hogy az akár elektronikus csatornán, azaz a mediamarkt.hu weboldalon, akár bármelyik magyarországi MediaMarkt üzletben vásárolt minden vizsgálat alá vont termék vevője számára a Társaság a következő juttatást („**Juttatás**”) nyújtja, MediaMarkt ajándékkártya (ami többcélú utalványnak minősül) formájában („**MM Ajándékkártya**”), amely mind a MediaMarkt üzletekben, mind a mediamarkt.hu oldalon levásárolható:

Gyártó, típus	Időszak	Juttatás értéke	Érintett fogyasztók⁵⁸	Felajánlás számított értéke
PHILIPS 55 PUS 7805/12 AMBILIGHT	2020.09.03.– 2022.05.08.	15 000 Ft	[750-850]	[11-14 millió] Ft
SAMSUNG UE 70 AU8002KXXH	2021.09.14.– 2022.05.01.	25 000 Ft	[250-350]	[8-9 millió] Ft
PHILIPS 65 OLED 705/12	2021.06.16.– 2022.03.07.	50 000 Ft	[<20]	[<1 millió] Ft
LG 75 UP81003LR	2021.08.12.– 2022.05.01.	35 000 Ft	[<20]	[<1 millió] Ft
Összesen:			[1030-1240]	[20-25 millió] Ft

B. A vevők tájékoztatása

2. A Társaság a következőképpen tájékoztatja az érintett vevőket a jelen vállalásról:

A Gazdasági Versenyhivatal Vj/8/2022. sz. eljárásában tett vállalásával összhangban a MediaMarkt Magyarország Kft. mindazon vevőinek, akik az alábbi televíziókészülékek

⁵⁸ Online és offline együtt; a pontos számok megegyeznek az EÁ. 96. pontja alatti táblázatban foglaltakkal

közül valamelyiket a **táblázatban megjelölt időszakban** vásároltak a mediamarkt.hu weboldalon vagy bármelyik magyar MediaMarkt üzletben, az alábbi juttatást biztosítja MediaMarkt ajándékkártya formájában („MM Ajándékkártya”),:

Gyártó	Típus	Vásárlás időszaka	Juttatás
PHILIPS	55 PUS 7805/12 AMBILIGHT	2020.09.03. – 2022.05.08.	15 000 Ft
SAMSUNG	UE 70 AU8002KXXH	2021.09.14. – 2022.05.01.	25 000 Ft
PHILIPS	65 OLED 705/12	2021.06.16. – 2022.03.07.	50 000 Ft
LG	75 UP81003LR	2021.08.12. – 2022.05.01.	35 000 Ft

Az MM Ajándékkártyát [online vevőknek szóló emailben: jelen üzenetünk mellékleteként találja] / [offline vevőknek szóló minden más tájékoztatás: az érintett vevők a számla/nyugta bemutatásával bármelyik magyarországi MediaMarkt üzlet vevőszolgálatán vagy a juttatas@mediamarkt.hu email címen kérhetik 2023. december 31-ig, és részükre a Társaság – a vevő választása szerint – online vagy fizikai MM Ajándékkártyán adja át az őket megillető juttatást].

Az MM Ajándékkártya az átadástól számított 2 évig levásárolható a MediaMarkt magyarországi üzleteiben, illetve a mediamarkt.hu weboldalon, további feltételek és korlátozások nélkül.

3. A vásárlás online jellegéből fakadóan a Társaság rendelkezik az online vevők e-mail címével, ezért vállalja, hogy a fogyasztókat a Határozat jogerőre emelkedésétől számított 30 napon belül (a „**Tájékoztatás Teljesítési Határideje**”) a vásárláshoz megadott e-mailcímen értesíti e vállalás tartalmáról a fenti szöveggel, valamint egyidejűleg megküldi részükre az online MM Ajándékkártyát.
4. Ezen túlmenően a Társaság vállalja, hogy az online MM Ajándékkártyáknak az adott e-mail címre kiküldését követő kétéves érvényességi idején belül félévente egy, azaz összesen négy emlékeztető üzenetet is kézbesít azon címzetteknek, akik addig még nem vagy csak részben használták fel a kompenzációként kapott MM Ajándékkártyát. Ezen üzenetek marketingüzenetet nem fognak tartalmazni, csak a vállalás teljesítését szolgálják.
5. A Társaság a kompenzációról szóló fenti fogyasztói tájékoztatást, elsősorban az offline fogyasztók elérése érdekében, legkésőbb a Tájékoztatás Teljesítési Határidejével kezdődően
 - 5.1. a 2023. december 31-ig megjelenő valamennyi szórólapon (várhatóan 2 db, valamint egy különszám) szerepelteti;
 - 5.2. 2023. december 31-ig az áruházakban kihelyezi;
 - 5.3. a mediamarkt.hu nyitóoldalán, jól látható helyen 2023. december 31-ig folyamatosan megjeleníti.

6. Azon vevők, akik nem kaptak online MM Ajándékkártyát, az üzletekben vagy elektronikus úton a juttatas@mediamarkt.hu email címen, a számla/nyugta bemutatásával igazolhatják a Juttatásra való jogosultságukat 2023. december 31-ig, és részükre a Társaság – a vevő választása szerint – online vagy fizikai MM Ajándékkártyán adja át az őket megillető Juttatást. Ezen vevők részére az átadás időpontjától számítva küld a 4. pontnak megfelelő emlékeztető üzenetet a Társaság, amennyiben a vevők az átadáskor elektronikus elérhetőségüket megadják és annak ilyen jogalapon történő kezeléséhez hozzájárulnak.
7. A Társaság vállalja, hogy **2024. március 31-ig** a szórólapok, a mediamarkt.hu oldalról képernyőfotók, e-mail üzenetek és címzetti kör, valamint az áruházi kihelyezésekről fotók bemutatásával igazolja a fenti vállalások betartását.

C. Az MM Ajándékkártyák beváltása

8. Az MM Ajándékkártya **az átadástól számított 2 évig** lesz levásárolható a MediaMarkt magyarországi üzleteiben, illetve a mediamarkt.hu weboldalon, további feltételek és korlátozások nélkül.

D. A Juttatás és a bírság

9. A Társaság vállalja, hogy **2026. március 31-ig tájékoztatja a GVH-t** arról, hogy összesen mekkora összeget használtak fel a Juttatás keretében nyújtott MM Ajándékkártyákon adott Juttatás teljes összegéből 2025. december 31-ig. Amennyiben a teljes felhasznált összeg (online és offline együttesen, tetszőleges arányban) nem éri el a [üzleti titok] Ft-ot, akkor a Társaság a [üzleti titok] Ft és a 2025. december 31-ig felhasznált teljes összeg különbözetét **2026. április 30-ig önkéntesen bírságként megfizeti** a Magyar Államkincstár versenyfelügyeleti bírságszámlája javára.