

A Fővárosi Törvényszék



Az ügy száma:	105.K.701.058/2020/24.
A felperes:	Telenor Magyarország Zrt. (2045 Törökbálint, Pannon út 1.)
A felperes képviselője:	Oppeinheim Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi utca 12.)
Az alperes:	Gazdasági Versenyhivatal (1054 Budapest, Alkotmány utca 5.)
Az alperes képviselője:	Janitsáry Ügyvédi Iroda (1012. Budapest, Attila út 109.)
A per tárgya:	versenyfelügyeleti közigazgatási jogvita (VJ/13-65/2018.)

Í t é l e t

A bíróság az alperes 2019. december 20. napján kelt VJ/13-65/2018. számú határozatának II. pontját – a Vj/21-66/2018. számú nyilvános változatra is kiterjedően – megsemmisíti, és az alperest e körben új eljárásra kötelezi, ezt meghaladóan a keresetet elutasítja.

Kötelezi a felperest, hogy fizessen meg az államnak – az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására – 750.000 (hétszázötvenezer) forint feljegyzett kereseti részilletéket. A fennmaradó 750.000 (hétszázötvenezer) forint feljegyzett kereseti részilleték az állam terhén marad.

A felek költségeiket ezt meghaladóan maguk viselik.

Az ítélet ellen fellebbezésnek nincs helye.

I n d o k o l á s

Az ítélet alapjául szolgáló tényállás

- [1] A felperes a négy magyarországi saját hálózattal rendelkező nyilvános mobilszolgáltató vállalkozás egyike.
- [2] A felperes a 2016. október 6. és 2017. október 22. között alkalmazott Telenor Blue tarifacsomagban (S, M, L, XXL) két év hűségidővel lakossági ügyfeleknek - esetenként nulla forintért - kínált kedvezményes készülékeket. Az érintett kereskedelmi kommunikáció különböző kommunikációs eszközökön (televízióreklám, rádióreklám, szórólap, Facebook reklám), többek között országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül, továbbá a vállalkozás üzleteiben országosan elhelyezett eladáshelyi reklámok révén valósult meg.
- [3] Az alperes vizsgálatával érintett egyes kereskedelmi kommunikációk a készülékvásárlással kapcsolatban felmerülő költségekre vonatkozó tájékoztatások vagy csak nulla forintos készülékárat, vagy nulla forintos kezdőrészlet mellett havi törlesztőrészletet és a készülék teljes árát tartalmazták

különböző verziókban, illetve a nulla forintnál magasabb kedvezményes készülékárát eltérő variációkban.

- [4] A Telenor Blue S, M, L és XXL díjcsomagok esetében határozott időtartamú szerződés megkötésekor az ügyfél jelentős mértékű kedvezményt kapott a készülék árából, a díjcsomag havidíja azonban magasabb volt, mintha ugyanezen díjcsomagra készülék vásárlása nélkül kötött volna szerződést; a Telenor Blue S csomag esetén 24.000 forinttal (24 hónap x 1.000 forint), az M csomag esetén 36.000 forinttal (24 hónap x 1.500 forint), az L csomag esetén 96.000 forinttal (24 hónap x 4.000 forint), az XXL csomag esetén 120.000 (24 hónap x 5.000 forint) többet kellett fizetnie.
- [5] A kétéves határozott idejű szerződés lejáratát után a Telenor Blue S, M, L, XXL „készülékes” díjcsomag havidíja nem módosult a „készülék nélküli” konstrukció havidíjára. Az ügyfél a hűségidő lejáratát után választhatott, hogy új, kedvezményes árú készüléket vásárol kétéves határozott idejű szerződés megkötésével, vagy nem vásárol új készüléket, nem köt új határozott idejű szerződést, hanem a szerződése azonos havi díj mellett átalakul határozatlan időtartamúvá; vagy díjcsomagot vált; vagy felmondja az előfizetői szerződését.

A megelőző közigazgatási eljárás és a keresettel támadott döntés

- [6] Az alperes 2018. május 8-án versenyfelügyeleti eljárást indított a felperessel szemben a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalom feltételezett megsértése miatt.
- [7] A felperes a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 75. § (1) bekezdése alapján kötelezettségvállalást tett a 2019. július 23-án kelt vizsgálati jelentést követően, melyet az alperes előzetes álláspontjának ismeretében kiterjesztett.
- [8] Az alperes a 2019. december 20. napján kelt VJ/13-65/2018. számú határozatával megállapította, hogy a felperes a 2016. október 6. és 2017. október 22. között alkalmazott Telenor Blue tarifacsomagban (S, M, L, XXL) két év hűségidővel lakossági ügyfeleknek kínált kedvezményes készülékeket népszerűsítő kommunikációs eszközein a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor elhallgatta, hogy amennyiben a fogyasztó készülékvásárlási lehetőséggel is él, akkor az általa fizetendő előfizetői díj magasabb, mint amennyiben kizárólag hűségidő vállalása mellett előfizetésre vonatkozó szerződést kötne, tehát a készülékvásárlásra tekintettel többletköltsége keletkezik, és ezért 1.800.000.000 forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, valamint arra kötelezte a felperest, hogy 60 napon belül vezesse be a vállalt megfelelési program fejlesztését, azt a bevezetést követően két évig működtesse, és a végrehajtásának ellenőrzése céljából minden naptári évet követő év január 30. napjáig a megfelelési program fejlesztéssel létrehozott Bizottság véleményét tartalmazó feljegyzést az alperes részére küldje meg. Megállapította, hogy a felperes gyakorlata nem volt jogsértő három kampány (Rizskalász, Hold és Tesla) kapcsán és azon Facebook és Google AdWords hirdetések vonatkozásában, amelyek egyáltalán nem utaltak arra, hogy a készülék a tarifacsomag egyidejű vásárlásával érhető el.
- [9] Indokolásában az Fttv. 1. § (1) bekezdés, 2. §, 3. § (1) bekezdés, 4. § (1) bekezdés, 6. § (1) bekezdés, 7. § (1)-(2) bekezdés, 9. § (1) bekezdés, 10. § (3) bekezdés, 11. § (1)-(2) bekezdés, 14. §, 19. § c) pont, Tptv. 76. § (1) bekezdés, 78. § (1) bekezdés a) pont, (1a), (2), (3) bekezdés rendelkezéseire hivatkozott.
- [10] Kizárólag a felperes 2016. október 6. és 2017. október 22. napja között a Telenor Blue tarifacsomaggal kapcsolatban alkalmazott – kedvezményes készülékvásárlással együttesen értelmezhető – kereskedelmi kommunikációját értékelte, függetlenül attól, hogy a tarifacsomag bevezetésére már 2013-ban sor került. Megállapította, hogy a vizsgálattal érintett kereskedelmi kommunikáció készülékközpontú, így egyes készülékek több kampány keretében is népszerűsítésre kerülhettek, de csak azok a kereskedelmi kommunikációk relevánsak, amelyek kedvezményes készülékvásárlásra hívtak fel, és amely kedvezmény Telenor Blue tarifacsomag egyidejű

megvásárlása esetén volt elérhető, függetlenül attól, hogy az adott kereskedelmi kommunikáció mely tematikus kampány keretében került kialakításra.

- [11] Bizonyítékként értékelte a felperes Általános Szerződési Feltételeinek (a továbbiakban: ÁSZF) egyes rendelkezéseit, azok összehasonlítását, a készülék-árlisták tartalmát, a felperes kedvezményrendszeréből adódó, a fogyasztót terhelő különbségre vonatkozó adatokat az egyes előfizetési opciók választása során; az értékesítési adatokat; a reklámügynökségi briefek tartalmát; a reklámhatékonysági adatokat; a felperes megfelelési törekvéseit; a felperes egyéb, a tényállás szempontjából jelentős előadásait.
- [12] Rögzítette, hogy a versenyfelügyeleti eljárásban érintett fogyasztó mindazon természetes személy, aki készüléket kíván vásárolni, akár meglévő előfizetése mellé, akár új felperesi előfizetőként.
- [13] Megállapította, hogy a fogyasztó a 24 hónapos hűségidő alatt 24.000, 36.000, 96.000 vagy 120.000 forinttal többet fizetett ugyanazért a tartalmú előfizetői csomagért abban az esetben, ha készüléket is vásárolt.
- [14] Nem osztotta azt a felperesi érvelést, amely szerint a fogyasztók tisztában vannak azzal, hogy a készülék ára bizonyos mértékben azáltal térül meg a szolgáltató számára, hogy meghatározott ideig előfizetési díjat fizet, vagy hogy a fogyasztónak tudnia kell, hogy a felperes ugyanazzal az elnevezéssel jelentősebb kedvezményt biztosító szolgáltatás is nyújt SIM-only szolgáltatás esetén. Kiemelte, hogy a vizsgálati jelentésre tett észrevételeiben a felperes előadta, hogy korábbi gyakorlatán változtatott, amikor az előfizetési díjban már nem jelenítette meg a készülékvásárlás esetére adott árkedvezmény ellenértékét, valamint azt is, hogy a tarifa havidíja továbbra is olyan összegben lett meghatározva, ami a készülékvásárlásra nyújtott árengedményt fedezte. Mindezekből azt tartotta logikus magyarázatnak, hogy a készülékvásárlás esetére irányadó magasabb összegű havidíj a Telenor Blue tarifacsomag esetén egyértelműen, de elhallgatva a készülék ellenértékének fedezésére szolgál, ami többletköltséget eredményez a fogyasztónak, és ez jelentős információnak tekinthető a fogyasztói döntéshozatalban.
- [15] A kommunikációs eszközök tartalma alapján megállapította, hogy a vizsgált kommunikációs eszközök döntő többségükben arra utaltak, hogy a kapcsolt ajánlat eléréséhez a fogyasztónak kétéves elköteleződés mellett legalább a megjelölt Telenor Blue tarifacsomagot kell választania, valamint azt, hogy a Telenor Blue tarifacsomag ára, illetve arra történő utalás, hogy eltérő ár irányadó készülékvásárlás és SIM-only (a továbbiakban: SIMO) mód esetén, a kereskedelmi kommunikációk zöméből nem tűnik ki.
- [16] A fogyasztó ügyleti döntésére gyakorolt hatás vonatkozásában rögzítette, hogy felperes az Fttv. 7. § (1) bekezdésébe ütköző magatartást tanúsított, amikor a fogyasztókat nem tájékoztatta arról, hogy eltérő a Telenor Blue tarifacsomag díja a SIMO és a készülékvásárlással egybekötött előfizetői módozat esetén, így a fogyasztók az ügyleti döntésük meghozatala előtt nem szerezhettek tudomást arról, hogy amennyiben készüléket is vásárolnak, magasabb előfizetési díj fogja őket terhelni a 24 hónapos elköteleződési időtartam alatt.
- [17] Az alperes a jelen ügyet nem tartotta alkalmasnak kötelezettségvállalással való lezárásra.
- [18] A jogsértés megállapításán túl a Tpv. 76. § (1) bekezdése k) pontja alapján további jogkövetkezményként versenyfelügyeleti bírságot szabott ki, amelynek összegét a Tpv. 78. § (3) bekezdésének, illetőleg a GVH elnökének és a Versenytanács elnökének 12/2017. számú, a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló közleményben (továbbiakban: Bírságközleményben) foglaltakra hivatkozással határozta meg.
- [19] Rögzítette a bírság összegének a meghatározásához vezető lépéseket (kiinduló összeg, bírság alapösszeg, esetleges korrekciós tényezők alapján alapösszeg megváltoztatása, esetleges fizetési könnyítés), majd a Bírságközlemény 16. pontjának, valamint a súlyosító és enyhítő körülmények jelentőségétől függően a kiinduló összeg korrekciós intervallumainak bemutatását követően kiemelt súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat üzenete (árkommunikáció, amelyben esetenként nulla forintért került meghirdetésre a készülék) erőteljes volt; másrészt azt, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat hatása elhúzódott (maga az érintett reklámkampányok ideje is több, mint egy év volt), egyes részkampányok kifejezetten a brand- és

image-építést célozták. Enyhítő körülményként értékelte, hogy a felperes az együttműködés és a megfelelés jegyében kommunikációs gyakorlatát átalakította, utalt ugyanakkor arra, hogy a változtatás az álláspontja szerint jelenlegi formájában nem orvosolta teljes mértékben az eljárásban azonosított problémát. Rögzítette, hogy az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a Bírágközlemény értelmében a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak, és a Tpvt. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére. A bírság emelésének mértékét az ismétlődés fokához igazította, amelynek keretében értékelte, hogy a jelenlegi és a korábbi jogsértőnek talált ügyek között a VJ/93/2011., a VJ/36/2012., és a VJ/36/2016. számú ügyek magatartása és tényállása, valamint az értékelt körülmények között nagyfokú azonosság állapítható meg, ezenkívül figyelembe vette azt is, hogy a korábbi ügyek és a jelen ügyben hozandó döntés között jelentősebb idő telt el; mindezt összességében jelentősen emelte (több mint kétszeresére) a bírság mértékét.

[20] Megállapította, hogy az alapösszeg korrekcióját befolyásoló tényezőkre a felperes elért értékesítési eredményei növekedtek, de kellő megbízhatósággal, konkrétan a jogsértéssel elért előny nem azonosítható, így azt nem vette figyelembe. Nem tartotta indokoltnak az elrettentő hatás önálló figyelembevételét sem. A bírság maximuma tekintetében a Bírágközlemény 64. pontja szerint az utolsó hitelesen lezárt üzleti év nettó árbevételét tekintette irányadónak, ekként azt, hogy a felperes a 2018-as üzleti évben 170.191.000.000 forint nettó árbevételt realizált.

[21] Hangsúlyozta, hogy a felperes egy megfelelési programmal már rendelkező vállalkozás, amely vállalná, hogy tovább fejleszti ezen megfelelési programot. Megvizsgálta a fejlesztést, és megállapította, hogy az a már működő programhoz képest további jelentős előrelépést tartalmaz, ezért az utólagos megfelelési erőfeszítés elismeréseként a bírságot 4%-kal csökkentette és kötelezettségként előírta. Végezetül utalt arra, hogy a számított bírságösszeget – a felperes számára előnyösen – kerekösszegre lefelé kerekítette.

A felperes keresete, az alperes védírata

[22] A felperes megváltoztatott keresetében kérte elsődlegesen a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 89. § (1) bekezdése a) pontja és a 90. § (1) bekezdés alapján a határozat megváltoztatását akként, hogy magatartása nem volt jogsértő a Tpvt. 76. § (1) bekezdés o) pontja alapján, másodlagosan a határozat megváltoztatását akként, hogy a Tpvt. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján az eljárást szüntesse meg arra tekintettel, hogy nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény, harmadlagosan a bírság mellőzését vagy csökkentését, negyedlegesen a Kp. 89. § (1) bekezdés a) pontja és a Kp. 92. § (1) bekezdés b) pontja alapján a határozat megsemmisítését kérte, perköltséget igényelt.

[23] Az eljárási jogsértésre hivatkozás körében előadta, hogy az alperes megsértette az Alaptörvény XXIV. cikk (1) bekezdésében foglalt tisztességes eljáráshoz és védekezéshez való jogot és az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) 3. §-át, amikor több, mint 1,5 év (591 nap) alatt hozott döntést 210 nap helyett, ezért indítványozta az alperes felhívását arra, hogy mutassa be az eljárási cselekményeit az eljárási határidők megtartottsága okán. Előadása szerint sérült az Fttv. 14. § (1) bekezdése és az Ákr. 81. § (1) bekezdése is. Az alperes e körben tett nyilatkozatára kifejtette, hogy a Tpvt. 63. § (8) bekezdés 10. pontja és az Ákr. 52. § (5) bekezdése szerint az ügyintézési határidőbe nem számít bele az iratszolgáltatásra felhívás napja, és a határidő akkor folytatódik, amikor az ügyfél az iratszolgáltatási kötelezettségének eleget tesz, vagyis amikor a beadványt postára adja, vagy elektronikusan elküldi.

[24] A felperes a határozatot érdemben is vitatta, és kifejtette, hogy bár az alperesi értelmezés szerint is a kommunikációk kedvezményes készülékeket, készülék- és szolgáltatáscsomagokat népszerűsítettek, mégis ezekből hiányolta a SIMO előfizetés feltételrendszeréről való tájékoztatást. Álláspontja szerint ugyanakkor a készülék és az előfizetés csomag (a továbbiakban: Termék) és a SIMO két különböző termék. Előadta, hogy a Termék összességében több, mint a készülék és a díjcsomag egyszerű összeadása, mert a Termék tartalmazza azt a többletet, hogy a fogyasztó rögtön hozzájut a

készülékhez, és ennek során csak a kommunikációban szereplő összeget kell kifizetni. Álláspontja szerint az alperes nem megfelelő termékmeghatározása kihatott a kereskedelmi gyakorlat értékelésére; az alperes nem kifogásolhatja, hogy egy mobilszolgáltató milyen termékeket hoz forgalomba, és azokat hogyan árazza. Kifogásolta, hogy az alperes nem mutatott rá, milyen okból kellene egy terméknépszerűsítésben egy másik termékkel való összehasonlítást is feltárni a fogyasztók előtt. Sérelmezte, a határozat nem jelölte meg, hogy mi minősül lényeges információnak a fogyasztó ügyleti döntése szempontjából. Hangsúlyozta, hogy a kommunikáció olyan fogyasztókat célozott, akik kifejezetten készüléket és előfizetést együtt kívántak vásárolni a lehető legkisebb kezdeti költség mellett; az alperes konkrét távközlési szokásokat, fogyasztók erről alkotott értékelést figyelmen kívül hagyva kért számon olyan meg nem határozott információk megjelenítésének elmaradását, ami a fogyasztói döntéshozatalhoz nem is szükséges. Álláspontja szerint az alperes nem bizonyította a megtévesztésre alkalmasságot, ugyanis csupán a valószínűsítésig jutott, mert nem került feltárára olyan fogyasztói panasz, amely abban azonosította volna sérelmet, hogy a felperes nem jelölte meg a fogyasztók számára azt, hogy a SIMO termék díja eltér a Termék előfizetői díjától. Következtetése szerint az alperes abban látta a jogsérelmet, hogy a felperes azonos névvel illetve a SIMO terméket és a Termék részét képező előfizetési díjat, amely érvelést rossznak tartott, mert téves, ha az azonos elnevezésből vezeti le a megtévesztésre alkalmasságot, vagy mert megalapozatlan, ha nem bizonyítja, hogy miért lett volna megtévesztő a kommunikáció. Hangsúlyozta e körben, hogy a fogyasztó a honlap „Tarifák” elnevezésű aloldalán megkapta az összes tájékoztatást a SIMO termék minden feltételéről. Nem tartotta jogszerű és életszerű feltételezésnek, hogy a fogyasztók már pusztán a készülékes csomagok népszerűsítését tartalmazó kommunikáció alapján elköteleződhetnek volna meghatározott díjcsomag mellett. Utalva az Európai Unió Bíróságának (a továbbiakban: EUB) C-281/12. számú ítéletére, hangsúlyozta, hogy jelen perrel érintett kereskedelmi kommunikáció esetében nem vizsgálható a tisztességtelen becsalogatás kérdése a reklámozott termék sajátosságaitól, és a konkrét kereskedelmi kommunikációban megfogalmazott fogyasztói üzenetektől függetlenül. A Kúria Kfv.III.37.421/2017/7. számú ítéletére hivatkozással kiemelte, nem tilos a figyelemfelkeltő reklám, illetve azok a reklámok, amelyek megtekintésekor még bizonyos információk nem állnak a fogyasztók rendelkezésére. Álláspontja szerint annak a fogyasztónak, akiben felmerült a külön forrásból való készülékbeszerzés igénye, szükségképpen tájékozódnia kellett a SIMO tarifákról, amely elérhető volt a felperes honlapján. Utalással az alperes Vj-78/2012. számú ügyére hangsúlyozta, hogy az alperes a korábbi kereskedelmi kommunikációkat kvázi edukációs tartalommal értékelte.

- [25] Az észszerűen tájékozott fogyasztó fogalmával kapcsolatban rámutatott, hogy az előfizetők kizárólag – a SIMO előfizetés esetében alkalmazott kisebb mértékű díjkedvezményű – tarifacsomag havidíját voltak kötelesek megfizetni a hűségidő alatt, míg „készülék havidíjat” nem. Kiemelte, hogy az álláspontját alátámasztotta az Ipsos Média-, Vélemény- és Piackutató Intézet Zrt. (a továbbiakban: Ipsos) által a megrendelésére készített országos 18-45 korcsoportra reprezentatív online kutatás, amely szerint a fogyasztók a kommunikációk kapcsán tisztában voltak a további tájékozódás szükségességével.
- [26] Fenntartotta azon álláspontját, amely szerint a kommunikációi figyelemfelkeltő reklámok voltak, amelyek jogi értékelése párhuzamba állítható az „akár” típusú állítások értékelésével, ugyanis amikor a reklámok egy készülék vételáraként nulla forintot jelölnek meg, akkor a fogyasztó által ismert, hogy a termék megvásárlásához további feltételek is kapcsolódnak.
- [27] Részletesen kifejtette a kommunikációs eszközök korlátai körében, hogy az alperes által megfogalmazott kötelezettség átadása – különösen egy televíziós – reklámban, lehetetlen kívánalom.
- [28] A felperes a határozatot a bírságkiszabás körében is vitatta. Jogszabálysértőnek tartotta a bírságösszeg meghatározását, ugyanis álláspontja szerint nem került pontosan bemutatásra és levezetésre, hogy az alapösszegeből alperes miként jutott el annak meghatározásáig, mely sérti a jogbiztonság elvét, valamint a felperes védekezéshez való jogát. Sérelmezte, hogy az alperes a

Bírságközlemény 49. pontjában foglaltak ellenére nem csökkentette arányosan a reklámösszegek ellenértékét, ugyanis a kommunikáció kisebb részben tartalmazta a Telenor Blue csomag kommunikációját, nagyobb részben pedig a Telenor márkát és a díjcsomagot általánosságban. Álláspontja szerint az alperes a súlyosító körülményeket is megalapozatlanul vette figyelembe, ugyanis egyrészt a kommunikáció nem közvetített erőteljes üzenetet, melyet igazol a kutatás eredménye, másrészt tévesen hivatkozott a kommunikáció hatására is, mert a fogyasztók tényleges megtévesztése nem került megállapításra. Nézete szerint az alperes megsértette a kétszeres értékelés tilalmának elvét is, amikor az időtartamot a bírság alapösszegénél és a súlyosító körülmények körében egyaránt értékelte. Rámutatott, hogy a kommunikáció nem volt alkalmas brandépítésre, és nem volt ismétlődés sem, mert bár korábban valóban állapított meg a terhére az alperes Fttv. más rendelkezésének megsértésére vonatkozó jogsértést, de azok a jogsértések merőben különböztek a jelen határozatban meghatározottaktól. Kifogásolta az enyhítő körülmények azonosításának elmaradását, hivatkozott a kikristályosodott joggyakorlat hiányára és a piaci gyakorlatra, valamint arra, hogy piaci hatás nem volt azonosítható, továbbá a fogyasztói attitűdökre. Kiemelte, hogy jelentős belső erőforrások igénybevételével részletes kötelezettségvállalást dolgozott, majd egészített ki akként, hogy annak része volt fogyasztói kompenzáció előirányozása is, amelyet a határozatban az alperes meg sem említett, annak elutasítását nem indokolta. Kifejtette, hogy a bírság mértéke súlyosan aránytalan, és sérti az egyenlő bánásmód követelményét; az alperes az eddigi legnagyobb mértékű fogyasztóvédelmi bírságot szabta ki, meghaladva az elmúlt négy év évenként kiszabott összes bírságot. Az aránytalanság bizonyítására indítványozta az alperes nyilatkozatának beszerzését az egyes versenyfelügyeleti eljárások tárgyát képező jogsértések reklámköltségeiről. Előadta, hogy a vele szemben eddig kiszabott legmagasabb bírság 78 millió forint volt, míg az alperes eddig összesen 105 millió forint bírsággal sújtotta a felperest. Hangsúlyozta, hogy a diszkrecionális jogkör nem jelenti azt, hogy az alperest az alapvető jogelvek ne kötnék eljárása során, ami azt jelenti, hogy nincs lehetőség a bírságolási politika drasztikus előrejelzés nélküli megváltoztatására.

- [29] A felperes előzetes döntéshozatali eljárás kezdeményezése iránti kérelemmel is élt, amelyben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve (a továbbiakban: UCP Irányelv) értelmezését kérte az ügyleti döntés fogalmára vonatkozóan.
- [30] Szakértő kirendelését is indítványozta a felperes az Ipsos kutatásában alkalmazott szakértői módszer megalapozottságának tárgyában.
- [31] Az alperes a kereset elutasítását kérte, perköltséget igényelt. Vitatta, hogy túllépte volna az eljárási határidőt, nem értett egyet azzal, hogy akkor folytatódik az adathiány miatt megszakadt határidő, amikor még az adathiány tényszerűen fennáll az alperesnek fel nem róható okból, egyebekben az Alkotmánybíróság gyakorlatára utalva előadta, hogy az eljárási határidő túlhaladása és bírságkiszabás mellőzése kapcsán hivatkozott felperesi érvelés túlhaladottá vált.
- [32] Tévesnek tartotta felperes álláspontját abból a szempontból, hogy a Termék elemeire nem bontható egységes termék lenne, ugyanakkor nem azt kifogásolta, hogy a felperes a termékeket összekapcsolta; a megtévesztés abban állt, hogy a releváns tények elhallgatásával a fogyasztót egy ügyleti döntésre vette rá (ingyenes vagy kedvezményes készülékvásárlás), ha már úgylis az előfizetést választja, vagyis „egyet fizet, kettőt kap”, miközben erről szó sem volt. Lényegi kérdésnek tartotta, hogy a felperes előfizetési díjnak állította be azt a költséget, ami valójában készülék vételár-rész volt, felperes így azt hallgatta el, hogy a fogyasztónak többletköltsége keletkezik készülékvásárlás esetén.
- [33] A megtévesztésre alkalmasság körében hangsúlyozta, hogy a lényeges információ elhallgatása és a megtévesztésre alkalmasság azonos, és vitatta, hogy egy készülék és egy előfizetés együttese több lenne, mint egy készülék és egy előfizetés. Irrelevánsnak tartotta, hogy hozható volt-e ügyleti döntés a konkrét esetben, mert önmagában nem jogszerű egy olyan becsalógató reklám, ami egy lényeges információt elhallgat.

- [34] Az Ipsos kutatásnak azért nem tulajdonított meggyőző erőt, mert a kutatás többek között irányított volt, arra igennel vagy nemmel lehetett válaszolni, a feltett kérdés pedig nem volt ügydöntő.
- [35] Kiemelte, nem azt kifogásolta, hogy a felperes nem tüntette fel a tarifacsomag nevét és a hűségidőt, hanem annak elhallgatását, hogy az előfizetés díja a készülékvásárlástól függ. Kifejtette, nem gazdasági tanácsadást, vagy alternatív csomagajánlatokat vár el a felperestől, hanem azt, hogy ne keltsen olyan látszatot, mintha a készülékvásárlásnak ne lenne többletköltsége.
- [36] A bíróságkiszabás körében előadta, hogy a határozatból kitűnnek a mérlegelés szempontjai, a kiemelt súlyosító, enyhítő körülmények 15-25% közötti mértékben növelik, illetve csökkentik a bírság alapösszegét, amely határokon belül érvényesül a hatóság diszkrecionális jogköre. Nem tekintette megbonthatóknak a reklámköltségeket. Kijelentette, a kommunikáció időtartama és költségek alapján megfelelő indokát adta annak, miért volt erőteljes a jogsértéssel érintett kereskedelmi gyakorlat. A visszaesssel kapcsolatban hangsúlyozta, hogy a jogszabály a reklámok tisztességét követeli meg, a visszaható hatállyal kapcsolatban az EUB C-189/02. számú ítéletére hivatkozott. A bíróság arányossága körében kiemelte, semmi nem korlátozza abban, hogy a Tpv-t.-ben rögzített keretek között szigorítson a gyakorlatán. Relevancia hiányára utalva ellenezte a felperes által indítványozott bizonyítás elrendelését és az előzetes döntéshozatali eljárás kezdeményezését.

A bíróság döntése és annak jogi indokai

- [37] A felperes keresete részben alapos.
- [38] A bíróság az alperes határozatának jogszerűségét a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (Kp.) 2.§ (4) bekezdése és 85.§ (1)-(2) bekezdése szerint a meghozatalakor fennállt tények alapján, a kereseti kérelem korlátai között vizsgálta felül. A bíróság elsőként a felperes eljárási jogszabálysértésre (határidő túllépésre) vonatkozó kifogásait vizsgálta.
- [39] A Tpv-t. 63. § (1) bekezdése szerint az ügyintézési határidő az eljárás megindulásának napján kezdődik. A (2) bekezdés f) pontja értelmében az ügyintézési határidő a 67. § (7) bekezdése alapján indított eljárásban hatvan nap. A (8) bekezdés úgy rendelkezik, hogy az ügyintézési határidőbe nem számít be 9. a hiánypótlásra felhívástól az annak teljesítéséig terjedő időtartam, 10. az ügyfélnek a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére, illetve okirat vagy más irat bemutatására való felhívásától az annak teljesítéséig terjedő időtartam, 14. az eljáró versenytanács előzetes álláspontjának, illetve a vizsgálatot lezáró jelentésnek a 73. § szerint az ügyfél részére való megküldésétől az ügyfél nyilatkozatának megtételéig, de legfeljebb a nyilatkozattételre biztosított határidő lejártáig terjedő időtartam, 15. a 75/A. § (1) bekezdése szerinti felhívás közzétételétől az észrevételek benyújtására előírt határidő lejártáig terjedő időtartam. A (9) bekezdés f) pontja szerint a (3) bekezdés szerinti esetben további egy alkalommal, legfeljebb két hónappal meghosszabbíthatja.
- [40] A bíróság a felperes rendelkezésére bocsátotta az alperes által küldött adathordozót, amely tartalmazta a közigazgatási eljárás alatt keletkezett összes iratot. A felperes ennek ismeretében sem jelölte meg pontosan azt, hogy az alperes mennyivel lépte át az ügyintézési határidőt, csupán arra hivatkozott, hogy a határidőbe beleszámít az az idő, ami aközött telik el, hogy a felperes megküldi a beadványát és az alperes számára az kézbesítésre kerül. A bíróság egyetértve az alperessel hangsúlyozza, hogy nem számít bele a határidőbe az az időtartam, amikor az alperes számára még nem áll rendelkezésre az az irat, amelynek megküldését kérte a felperestől, hiszen annak hiányában nem tudja az eljárását érdemben folytatni. Ekként a bíróság a felperes nyilatkozatai alapján nem tartotta megállapíthatónak az ügyintézési határidő alperes általi túllépését, figyelemmel az ügyintézési határidőbe a Tpv-t. 63.§ (8) bekezdése alapján be nem számító számos eljárási cselekményre.
- [41] Ezt követően a bíróság a kereset a határozatot érdemben vitató részét vizsgálta meg a felperesi jogsértés megállapíthatóságára vonatkozóan.
- [42] Az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdése alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).

Az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja kimondja, 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 megtéveszse a fogyasztót az áru ára, illetve díja, az ár, illetve a 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.

Az Fttv. 2. § h) pontja alapján „ügyleti döntés”: a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá, hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban. A törvény indokolása szerint az „ügyleti döntés” fogalma jóval tágabb e szókapcsolat köznapi értelménél, s – az irányelvi szabályozás szerint – szándékoltan eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezéseként való értékelésétől. Az indokolás alapján nem csupán a szerződéskötésig, arra vonatkozóan hozott fogyasztói döntés tekintendő ügyleti döntésnek, hanem a fogyasztó valamennyi, az áruhoz kapcsolódó gazdasági döntése.

A UCP irányelv 2. cikk k) pontja szerint ügyleti döntés: a fogyasztó által arra vonatkozóan hozott döntés, hogy vásároljon-e, és ha vásárol, akkor hogyan és milyen feltételek mellett, egy összegben vagy részletekben fizessen-e, a terméket megtartsa vagy elidegenítse-e, a termékkel kapcsolatos szerződéses jogát gyakorolja-e, valamint, hogy a fogyasztó a cselekvés vagy a cselekvéstől való tartózkodás mellett döntsön-e.

[43] Az Európai Bizottság UCP irányelvhez fűzött iránymutatása alapján az ügyleti döntés fogalmát tágan kell értelmezni, annak fogalmába a fogyasztó által egy termékkel kapcsolatban hozott döntések széles köre beletartozik, magában foglalja a vásárlást megelőző és a vásárlás utáni döntéseket is. A Kúria is hangsúlyozta a Kfv.III.37.645/2018/8. számú ítéletében, hogy az üzleti döntés egy folyamat, amelynek minden elemét védi a jog, az ügyleti döntés fogalma nem szűkíthető le arra, hogy a fogyasztó megvásárolja-e a terméket, avagy sem. Az ügyleti döntési folyamat része a figyelemfelkeltés.

[44] A fentiek alapján az ügyleti döntést a felperes tévesen azonosította a szerződés megkötésének aktusával. A kiforrott bírói joggyakorlat alapján a fogyasztói döntés meghozatala ugyanis egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, és ezáltal a felperes által hangsúlyozott végső ügyleti döntést (a szerződés megkötésének aktusát), hanem egyes szakaszait is védi a jog. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások tilalmának már a figyelemfelkeltéskor is érvényesülnie kell. Azaz nemcsak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra. A figyelemfelkeltés – így különösen bármilyen kedvezmény vagy ingyenesség kommunikálása – pedig kétségtelenül ezen magatartások körébe tartozik, ugyanis egyértelmű jelentéstartalmat hordoz. Már önmagában az a körülmény kifogásolható, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, hiszen így a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára.

[45] Az EUB a C-611/14. számú Canal Digital Danmark A/S ügyben hozott ítéletében rögzítette, hogy ha az árat több összetevőre bontják, úgy annak vizsgálatakor, hogy a szóban forgó kereskedelmi gyakorlat olyan ügyleti döntés meghozatalára készítheti-e az átlagfogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg, különösen annak van jelentősége, hogy a kihagyott vagy kevésbé észrevehető módon feltüntetett összetevő a teljes ár nem elhanyagolható részét teszi ki. Az EUB kimondta, hogy megtévesztőnek kell minősíteni azt a kereskedelmi gyakorlatot, amelynek értelmében egy termék árát több összetevőre bontják, és azok egyikét kiemelik, amennyiben e gyakorlat nyomán az átlagfogyasztóban egyrészt az a téves benyomás alakulhat ki, hogy számára kedvező árat ajánlanak, másrészt ezen átlagfogyasztó olyan ügyleti döntést hozhat, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

[46] A vizsgált kereskedelmi gyakorlatról az alperes helytállóan azonosította a vizsgált kommunikációk fő üzeneteként azt, hogy az érintett kereskedelmi kommunikációk által népszerűsített készülékek kedvezményes vagy ingyenes vételáron vásárolhatók meg, és a fogyasztót a határozott idejű

elköteleződést jelentő feltételen (a kétéves hűségidőn) kívül egyéb költség nem fogja terhelni. A felperes a kereskedelmi kommunikációja során a termék árának több összetevője közül egyet, az ingyenes vagy kedvezményes készülékárát kiemelten szerepeltette. Az nem vitás, hogy a fogyasztó tudatában van annak, hogy előfizetési díjat is kell fizetnie, és bár valóban megjelent az érintett kereskedelmi kommunikációkban, hogy az adott készülékár Telenor Blue S, M, L vagy XXL díjcsomagra vállalt hűségidővel vehető igénybe, viszont az nem jelent meg, hogy a reklámokban feltüntetett készülékáron felül a hűségidő alatt fizetendő havidíjba építetten többletköltség is terheli a fogyasztót. A bíróság egyetértett azon alperesi állásponttal, hogy önmagában a hűségidőből nem következik az, hogy az átvételkor meg nem fizetett költségeket a további díjfizetés során szükséges törleszteni. Hangsúlyozandó, hogy a reklámállítások üzenetének vizsgálatakor azok összhatásából, a fogyasztók által lehetséges, logikus, észszerű értelmezéséből szükséges kiindulni. Az irreleváns, hogy a felperes szándéka a kommunikáció kapcsán milyen tartalom közvetítésére irányult. A bíróság a felperes által előadott csomagajánlatra irányuló fogyasztói percepció hivatkozásával kapcsolatban megjegyzi, hogy a jelen per tárgya az alperes egyedi ügyben hozott hatósági döntése, annak jogszerű, avagy jogszerűtlen volta, és a bíróságot nem kötik az alperes más ügyekben tett megállapításai, jogértelmezése, jogalkalmazási gyakorlata.

[47] 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.

[48] Ahogy arra a Fővárosi Ítéletábrla a 2.Kf.27.024/2012/10. számú döntésében rámutatott, az átlagfogyasztó az átlagos, észszerűen jól informált, körültekintő és észszerűen figyelmes fogyasztó: ő az utca embere, a nagy többséghez hasonló mindennapi ember. Az ilyen átlagos fogyasztó az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Nem gyanakszik, bízik az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében, abban, hogy a számára adott tájékoztatás igaz, pontos. Az észszerűen eljáró fogyasztó nem köteles további kutakodást folytatni annak érdekében, hogy a hozzá eljuttatott üzenet valóságának megfelelő, teljes tartalmát megismerje. Az átlagos fogyasztó a saját tapasztalatait figyelembe veszi a reklámállítások értelmezésekor, ez azonban nem jelenti azt, hogy a reklámozó bármit állíthat, hiszen a fogyasztó a saját tapasztalata alapján úgyis tudja, hogy az nem igaz.

[49] A Kúria is rögzítette a Kfv.III.37.421/2017/7. számú ítéletében, hogy az észszerűen, tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztótól sem várható el, hogy az ügyleti döntése meghozatalát megelőzően az ÁSZF szabályait felkutassa. A Kúria a BH2015. 87. számú döntésében azt is kiemelte, hogy a fogyasztók megtévesztésével kapcsolatos jogi szabályozás nem változott a tekintetben, hogy a fogyasztótól nem várható el az, hogy egy adott reklám tartalmában kételkedjen, annak valóságtartalmát ellenőrizze, és az azzal ellentétes körülményeket vagy a tájékoztatóban foglalt állítást cáfoló körülményeket keresse, kutassa. Ezen túlmenően a Kúria hangsúlyozta azt is, hogy az ingyenesség, a díjmentesség világos és egyértelmű jelentéstartalmat hordoz. Ennek hétköznapi és nyelvtani értelmezése sem tér el egymástól. Az ilyen kifejezéseket tartalmazó tájékoztatót nem lehet úgy tekinteni, hogy azt kétségbe kelljen vonni, illetőleg azzal kapcsolatosan elvárható legyen, hogy annak valóságtartalmát a fogyasztó kontrollálja.

[50] A fentiek alapján tehát egy racionálisan eljáró fogyasztótól nem várható el, hogy hosszas, részletekbe menő kutakodásba kezdjen a kereskedelmi kommunikációban nem szereplő egyéb üzleti feltételek feltárása érdekében, hiszen a tájékoztatási kötelezettség a reklámozót terheli.

[51] Egységes a bírói joggyakorlat abban, hogy a reklámoknak önmagukban pontosnak és valósnak kell lenniük. A reklám formájában megjelenő kommunikációtól kétségtelenül nem várható el a teljes körű termékleírás, azonban amennyiben a reklámozó a termék lényeges tulajdonságának a közlésébe bocsátkozik, azt úgy kell tennie, hogy a fogyasztók az egymástól elválaszthatatlan feltételeket a reklámból egyidejűleg megismerhessék. A jogsértés megállapíthatósága szempontjából irreleváns, hogy az észszerűen eljáró fogyasztóknak esetlegesen utóbb módjában állt

a teljes körű tájékoztatás megszerzése, mert a jogsértés a jogsértő információ közreadásával befejeződött, azaz a megtévesztésre alkalmas reklám közzétételével megvalósult. Amennyiben a fogyasztóban a kereskedelmi kommunikációval, illetve annak lényeges tulajdonságaival kapcsolatban téves képzet alakul ki, a jogsértés megállapítható. Nem mentesíti a vállalkozást a felelősség alól azon körülmény, hogy a fogyasztó személyes utánjárással, a felperesi honlap „Tarifák” aloldalának megnyitásától, az ÁSZF-ből, a szerződés-kiegészítésből végső soron hozzájuthatott a szükséges információhoz. Ellenkező esetben ugyanis a reklámokban bármit el lehetne hallgatni, azzal a kimentéssel, hogy utólag a fogyasztó majd úgymint hozzájuthat minden egyéb fontos információhoz.

- [52] A fentiekre figyelemmel a bíróság megállapította, hogy az alperes a tényállást a szükséges mértékben feltárta, és annak alapján okszerű következtetések révén megalapozottan foglalt állást a jogsértés fennálltáról. A perbeli esetben vizsgált felperesi kereskedelmi kommunikációk objektíve alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére, mivel kellő alapot adhattak arra, hogy az átlagfogyasztóban téves képzet alakuljon ki a készülékekkel összefüggésben, hiszen nem adtak tájékoztatást arról, hogy a készülékek árát a tarifacsomagba építetten, a havi díj részeként kell megfizetni, valamint, hogy a készülékes előfizetés díja magasabb volt, mint a SIMO előfizetés díja.
- [53] A bíróság a fenti érvelés következtében elutasította a felperes előzetes döntéshozatal kezdeményezésére vonatkozó indítványát, ugyanis a UCP irányelv értelmezése az ügyleti döntés fogalma kellően kidolgozott mind az EUB, mind a magyar bírósági gyakorlat szerint.
- [54] A bíróság relevancia hiányában nem adott helyt a felperes szakértő kirendelésére vonatkozó kérelmének sem, mert nem volt ügydöntő a perben az, hogy a fogyasztónak a felperes jogvitával érintett reklámjait követően szüksége van-e további tájékozódásra. Emiatt pedig a felperes által hivatkozott kutatás módszertanának helyességének eldöntése sem volt lényeges.
- [55] A bíróság ezt követően a jogkövetkezményekkel kapcsolatban előadott felperesi érveket vizsgálta.
- [56] A Tptv. 75. § (1) bekezdése szerint, 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.
- A Tptv. 78. § (3) bekezdése kimondja, hogy a bíróság 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.
- [57] A bíróság előjáróban megjegyzi, hogy a fenti jogszabályhelyek alapján az alperesnek nincsen jogszabályi kötelezettsége arra, hogy elfogadja a felperesi felajánlásokat akár kötelezettségvállalásként, akár bírságcsökkentő tényezőként, ugyanis az elfogadás mérlegelése az alperes diszkrecionális jogkörébe tartozik.
- [58] A Kp. 85. § (5) bekezdése alapján a mérlegelési jogkörben megvalósított közigazgatási cselekmény jogszerűsége körében a bíróság azt is vizsgálja, hogy a közigazgatási szerv hatáskörét a mérlegelésre való felhatalmazásának keretei között gyakorolta-e, a mérlegelés szempontjai és azok okszerűsége a közigazgatási cselekményt tartalmazó iratból megállapíthatóak-e.
- [59] Az alperes a Kötelezettségvállalási Közleményben foglaltak figyelembevételével, mérlegeléssel döntött a felperes kötelezettségvállalásának elutasításáról, és a határozata 360-370. pontjaiban részletes indokát adta annak, hogy miért nem fogadta el azt a Tptv. 75. § (1) bekezdésében foglaltak alapján. A mérlegelési jogkörben hozott, okszerű következtetésekből álló és indokolt döntés felülmérlegelésére a bíróság nem jogosult.
- [60] Az alperes a Tptv. 78. § (3) bekezdésében, illetve a Bírságközleményben foglaltakra hivatkozással, mérlegeléssel határozta meg a szankció mértékét, és a határozata 374-413. pontjaiban jelölte meg a mérlegelés szempontjait és indokait, ugyanakkor rögzítendő, hogy a számszerűsítés

megalapozásaként az okszerűség és az arányosság indokoltságának az igazolása szükséges. Mindez a konkrét esetre alkalmazott módon következik a Kp. 85. § (5) bekezdéséből. A bíróság egyetértve a felperessel hangsúlyozza, hogy a bírságösszeg meghatározásának a módja nem követhető, ugyanis az alperes elmulasztotta levezetni, hogy a határozat 384. pontjában meghatározott alapösszegeből hogyan jutott el a bírság összegének végső meghatározásához. Különösen az nem derül ki, hogy az egyes súlyosító és enyhítő körülményeknél az alperes milyen százalékos aránnyal értékelt. Ekként az sem ellenőrizhető, hogy a számításai végén valóban 4%-kal csökkentette-e, és lefelé kerekítette a bírságösszeget. A bírság megállapítása ugyan nem egy matematikai pontossággal leírható művelet, ahol alapösszeg és módosító tényezők felhasználásával lehet kiszámítani a bírság összegét, ugyanakkor az alperes jelen határozatban rögzített bírságmeghatározását a bíróság hiányos tartalmúnak ítélte. A tisztességes eljáráshoz való joggal pedig nem összeegyeztethető – különösen egy ilyen rendkívül magas, egy korábban megállapított jogsértés miatt kiszabott bírsághoz képest több, mint húszszoros bírságösszeg meghatározása és a bírságolási gyakorlat szigorítása esetén –, ha a bíróság által nem felülvizsgálható az, hogy miként jutott el az alperes a kiindulási összegtől a bírság végső összegéig. A bíróság kiemeli azt is, hogy a kiugróan magas mértékű bírság megállapítása körében nem hivatkozott semmire az alperes.

[61] A bírságalaphoz kapcsolódóan a bíróság rögzíti, hogy a fogyasztói jogsértések esetén kiemelt szerepet kapott a jogsértő tevékenységhez kapcsolódó reklámköltség nagysága, aminek észszerű indoka az a feltételezés volt, hogy a vállalkozás annyit biztosan költ egy termék reklámozására, amelynek megtérülésére feltétlenül számít az adott termék forgalmazása során. A reklámköltségek megosztása azonban csak akkor történhet meg, ha a jogsértő magatartáshoz kapcsolódó reklámköltség a nem jogsértő magatartáshoz kapcsolódó költségektől elkülöníthető. Tekintettel arra, hogy a perbeli esetben minden – az alperes által is ilyennek értékelt – kommunikáció kapcsán megállapítást nyert a jogsértés a közölt üzenet egészére nézve, hiszen értelemszerűen mindegyik reklámban megjelent a felperes neve, és ekként brandépítésről is szólt, így a reklámköltségek megosztásának, illetve arányosításának lehetősége nem állt fenn.

[62] A súlyosító körülmények kapcsán előadott felperesi érveléssel kapcsolatban a bíróság megállapította, hogy az alperes nem értékelt a fogyasztóknál realizálódott esetleges kárt, ugyanakkor helyesen értékelt kiemelt súlyosító körülményként a kereskedelmi gyakorlat intenzitását, mivel a kommunikáció közvetlen és célzott volt, az üzenete pedig erőteljes volt, hiszen az áru lényeges tulajdonságát, az árát hangsúlyozta. A piaci hatás keretében pedig az alperes helyesen azt vette figyelembe, hogy a felperes jelentős súlyú piaci szereplő, így a reklám a fogyasztók széles köréhez eljutott, tehát az alperes a fogyasztók jelentős számát értékelt.

[63] Az enyhítő körülmények figyelmen kívül hagyásával kapcsolatos felperesi kifogás vonatkozásában a bíróság rámutat arra, hogy a bírságkiszabást befolyásoló körülményeket mindig a konkrét ügy tényeire vonatkoztatva kell értékelni és megindokolni. Valamely általában enyhítőnek tartott tényezőt akkor lehet a konkrét ügyben is ilyenként értékelni, ha az indok, amely miatt annak enyhítő hatása van, az adott ügyben is megállapítható. Az nem tekinthető enyhítő körülménynek, hogy a felperes utóbb próbálja a reklámjaiban elhangzott megtévesztő üzenetet korrigálni. A jogsértés a megtévesztésre alkalmas reklám közzétételével megvalósult, így az alperesnek nem kellett a tényleges kárhoz arányosítania a szankciót.

[64] Ahogy azt a Fővárosi Törvényszék a 105.K.700.879/2018/60. számú ítéletében kifejtette, az alperes által kiadott Bírságközlemény nem jogszabály, hanem egy olyan „puha jogi eszköz” (soft law), amely az alperes bírságolás körében követett aktuális (változtatható) jogalkalmazási gyakorlatának alapjait ismerteti. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a Bírságközleményben foglaltak szigorú értelemben véve a közigazgatási perben sem kérhetőek számon az alperesen. Miután a közigazgatási perben a bíróság jogszerűségi – vagyis a jogszabályoknak való megfeleléségi – vizsgálatot végez, a bíróságnak nem azt kell vizsgálnia, hogy a határozat összhangban áll-e a közleményben foglaltakkal, hanem azt, hogy megfelel-e a jogszabályoknak. A Bírságközlemény lététől, tartalmától függetlenül a versenyhatóság által kiszabott bírságnak a Tpv. 78. §-ában foglaltaknak kell megfelelnie. A törvényi szabályozás annak eldöntésében, hogy egy adott ügyben

szükség van-e bírságkiszabására, illetve a bírság konkrét összegének megállapítása körében is igen széleskörű mérlegelési jogkört biztosít a hatóságnak. A bírság összezszerűségének meghatározása során a mérlegelési jogkör gyakorlásához eligazítást ad a Tpvt. 78. § (3) bekezdése, amely példálózó jelleggel felsorolja a hatóság által figyelembe veendő szempontokat, súlyosító és enyhítő körülményeket. Mindez ugyanakkor nem érinti azt, hogy a [60] pont alatt kifejtettek szerint az alperes indokolása hiányos volt.

- [65] Az EUB a Dansk Rørindustri (C-189/02. P., C-202/02. P., C-205/02. P-C-208/02. P. és C-213/02. P. számú egyesített), valamint az Archer Daniels Midland (C-397/03. P. számú) ügyben hozott ítéletei alapján a piaci szereplőknek eleve nem keletkezhet sem olyan jóhiszeműen szerzett és gyakorolt joguk, sem olyan jogos várakozásuk – a jogállamiság, a jogbiztonság és az ügyfélegyenlőség követelményeire is tekintettel –, hogy a hatóság nem fog idővel változtatni a bírságok mértékén, vagy éppen nem fog idővel új számítási módszert kidolgozni.
- [66] Végül a bíróság a kiszabott bírság jogszerűségét az önkéntes felperesi felajánlások, mint bírságcsökkentő tényezők tekintetében vizsgálta.
- [67] A bíróság egyetértve az alperessel rögzíti, hogy a versenyhatóság számára nem tiltott a bírságot politikájának szigorítása, amennyiben a jogszabályi követelményeket betartja (bírságmaximumot nem haladja meg és a bírságösszeg meghatározását megfelelően indokolja).
- [68] A fentiek alapján a bíróság az alperes határozatát a bírságkiszabás körében a Kp. 89. § (1) bekezdés b) pontja alapján megsemmisítette, és e körben az alperest új eljárásra kötelezte, ezt meghaladóan a keresetet a Kp. 88. § (1) bekezdés a) pontja alapján elutasította. Az új eljárás során az alperesnek a bírság meghatározása során újból el kell végeznie a mérlegelést a bíróság fenti indokolásának figyelembevételével, és új határozatában a mérlegelés szempontjait annak megfelelően kell indokolnia.
- [69] Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 62. § (1) bekezdés h) pontjában biztosított tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt, az Itv. 45/A. § (2) bekezdésére figyelemmel az Itv. 39. § (1) bekezdésében és 42. § (1) bekezdés a) pontja alapján meghatározott 1.500.000 forint kereseti illeték felének megfizetésére a felperes a polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX: törvény (a továbbiakban: Pp.) 102. § (1) bekezdése alapján köteles. Az illeték fennmaradó része az alperest az Itv. 5. § (1) bekezdés c) pontja alapján megillető teljes személyes illetékmentesség folytán a Pp. 102. § (6) bekezdése alapján az állam terhén marad.
- [70] A bíróság a Pp. 83.§ (2) bekezdése alapján akként rendelkezett, hogy a felek maguk viselik a felmerült költségeiket, mert a felperes keresete részben volt alapos, a bírság alkalmazásának jogalapja fennállt, ugyanakkor a bírság összege tekintetében a kereset alapján az alperes határozata jogszabálysértő volt.
- [71] Az ítélet elleni fellebbezés lehetőségét a Kp. 99. § (2) bekezdése zárja ki.
- [72] A bíróság az ítélet nyilvános kihirdetését a veszélyhelyzet során érvényesülő egyes eljárásjogi intézkedések újbóli bevezetéséről szóló 112/2021. (III. 6.) Korm. rendelet 36. § (7) bekezdése alapján mellőzte, és a tárgyalás berekesztését követően az ítéletet tárgyaláson kívül hozta meg.

Záró rész

Budapest, 2021. március 11.

dr. Huber Gábor s.k.
a tanács elnöke

dr. Surányi Katalin s.k.
előadó bíró

dr. Nagy Péter s.k.
bíró

