

A Magyar Köztársaság nevében

A Fővárosi Bíróság
a Lengyel István ügyvezető által képviselt
InterCash Consulting Kft. (Budapest) felperesnek

dr. László Ildikó Katalin ügyvéd által képviselt
Gazdasági Versenyhivatal (Budapest) alperes ellen
verseny ügyben hozott VJ-45-036/2010.* számú közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indított perében
meghozta az alábbi

í t é l e t e t

A bíróság a keresetet elutasítja.

Kötelezi a felperest, hogy az állami adóhatóság külön felhívására fizessen meg 27.000 (huszonhétezer) forint le nem rótt kereseti illetéket, valamint az alperesnek tizenöt napon belül 30.000 (harmincezer) forint perköltséget.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított tizenöt nap alatt a Fővárosi Ítéletáblához címzett, a Fővárosi Bíróságon három példányban benyújtandó fellebbezésnek van helye.

INDOKOLÁS

A felperes 2010. március óta foglalkozik fogyasztói csoportok szervezésével, négy - 60, 120, 180 és 240 hónap futamidejű - csoportot működtet. A fogyasztói csoport tagja (a továbbiakban megbízó, csoport tag vagy tag) és a felperes közötti megbízási jogviszony jellemzője, hogy felperes kötelezi magát a szerződés tárgyának eladója és a megbízó között létrejövő adásvételi szerződés elősegítésére úgy, hogy az adásvételi szerződés alapján a megbízó a dolog tulajdonjogát a megbízási szerződésben meghatározott számú részlet megfizetése esetén megszerezhesse. A csoport tagja a felperessel áll jogviszonyban, felperes a megbízók által befizetett díjelőlegekből a csoport részére egy elkülönített pénzügyi alapot képez, melynek a megbízók által fizetendő regisztrációs díj és megbízási díj nem része. A megszerzendő dologhoz tartozó vásárlói jog kisorsolása, illetve az előtörlesztés vállalása a minimum háromhavonta tartandó közgyűlésen történik, melyen a valamennyi fizetési kötelezettségüknek eleget tevő csoporttagok vehetnek részt. A közgyűlésen a felperes ismerteti, hogy hány vásárlói jog átadása lehetséges, a vásárlói jogot elnyerő tag(ok) kiválasztására sorsolás és/vagy előtörlesztés vállalás útján kerül sor. Amennyiben a közös alap összege csak egy vásárlói jog átadását teszi lehetővé, a felperes dönti el, hogy milyen módon történik a vásárlói jog átadása.

* A versenyügyben hozott közigazgatási határozat száma a 2012. március 12-én kelt 2K.35.796/2010/13. számú végzéssel került kijavításra.

A nyertes csoport tag előtörlesztés-vállalása a csoport alapját növeli, a nyertes törlesztési időtartama az előtörlesztés-vállalás mértékével megrövidül.

A megbízási szerződés megkötésekor a tag köteles regisztrációs díjat fizetni, amely a szerződésben meghatározott dolog teljes vételárának meghatározott része. Ezt követően a tagoknak havonta havi alaprészletet és megbízási díjat kell fizetni, utóbbit attól függetlenül, hogy a tag egy időben hány havi részletet fizet. A tag köteles a „törlesztő részletet” fizetni havonta akkor is, ha a dolgot a futamidő vége előtt megszerzi.

A tagok a szerződés keltétől főszabály szerint 30 napon belül indokolás nélkül elállhatnak, ekkor a tag az egyszeri regisztrációs díj 20.000 forinttal csökkentett részét kapja vissza. A szerződés a tag részéről rendes felmondással felmondható, kivéve, ha kedvezményezettként már kiválasztásra került. A felperes a megbízóval szemben a szerződést azonnali hatállyal felmondhatja, ekkor a szerződés felmondásának időpontjáig befizetett havi részletek a bruttó megbízási díj levonásával a szerződésben meghatározott időtartam végén kamatmentesen kerülnek visszafizetésre a regisztrációs díj nélkül.

A felperes kereskedelmi gyakorlata a nyomtatott sajtót részesítette előnyben, 2010. március 23. és június 16. között az országos terjesztésű Blikkben 46, a Borsban 44, a Budapesten és néhány nagyobb városban elérhető Metropolisz napilapokban pedig 39 alkalommal jelentette meg reklámjait, közel azonos tartalommal, több változatban. A reklámok az alábbiakat tartalmazták: „1 M Ft - 4165 Ft/hó FIX FORINT ALAPON

2 M Ft - 8335 Ft/hó BAR-LISTÁSOKNAK ÉS

3 M Ft - 12 500 Ft/hó NYUGDÍJASOKNAK IS!

5 M Ft - 20 835 Ft/hó INGATLANFEDEZET NÉLKÜL

10 M Ft-41 665 Ft/hó

PÉNZRE VAN SZÜKSÉGE?

ELUTASÍJTJÁK A BANKOK?

NÁLUNK VAN MEGOLDÁS!

Részletes tájékoztatásért keresse fel ügyfélszolgálatunkat! Hirdetésünk nem teljes körű. Cégünk vásárlói csoport szervezéssel is foglalkozik.”

A fogyasztók által teljesített befizetések csekély mértékben kerültek a csoport-alapba, döntő részük regisztrációs díj és megbízási díj címén a felperest illette meg. A felmondott szerződések aránya 9,68 -16% között alakult 2010. júliusáig.

Alperes versenyfelügyeleti eljárást indított felperessel szemben, melyben a fenti kereskedelmi gyakorlatot vizsgálta. A 2010. október 19. napján hozott VJ-45-036/2009. számú határozatában alperes megállapította, hogy felperes 2010. március 23. és június 16. között a fogyasztói csoportokkal kapcsolatos, nyomtatott sajtóban megjelent reklámokkal fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, és öt munkanap elteltével megtiltotta a felperes által szervezett fogyasztói csoportokkal kapcsolatosan 2010. június 16-ig megjelentetett kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával megvalósuló magatartás további folytatását. Indoklásában a 2008. évi XLVII. törvény (Fttv.) 1. § (1) bekezdés, 2. § a.), c), d.), h.) pont, 3.§ (1) és (3) bekezdés, 4. § (1)-(2) bekezdés, 6. § (1) bekezdés b.) pont, 9. § (1) bekezdés, 14. §, 19. § c.) pont, az 1996. évi LVII. törvény (Tpvt.) 77. § (1) bekezdés d.) és f.) pont, 78. § (1) bekezdés rendelkezéseire, valamint több közigazgatási és bírósági határozatra hivatkozott. A jogsértést az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésével azonosította, a jogkövetkezmények tekintetében pedig a Tpvt. 77.

§-a (1) bekezdés d.) és f.) pontjaira alapította határozatát. Rögzítette, hogy a 2010. június 16. után megjelent reklámokat nem értékelte.

Megállapította, hogy a felperes által megcélzott, illetve elért elsődleges fogyasztói kör azokból az átlagosnál jóval kiszolgáltatottabb helyzetben lévő a fogyasztókból áll, akiket a bankok elutasítanak, vagy a banki szolgáltatásából kirekesztettek (BAR-listások, nyugdíjasok), de felperes e körbe nem tartozó fogyasztókat is megcélzott.

Az Fttv. 4.§ (1) bekezdésére utalva megállapította, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlatban is az ésszerűen tájékozott, adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztót kell tételezni, azonban a fogyasztó által tanúsított magatartás egy összetett döntési folyamat eredménye, a döntést nem lehet tisztán racionális megfontolás eredményének tekinteni, a folyamat nem racionális elemeinek szerepe a különösen kiszolgáltatott fogyasztóknál erőteljesebb. Megállapította, hogy a fogyasztói csoportok népszerűsítése során kiemelten fontos a megfelelő tájékoztatás, a vizsgált reklámok alkalmasak voltak a fogyasztói döntés befolyásolására, amelyet önmagában az is mutat, hogy felperes folyamatosan szükségesnek tartotta jelentős költségű reklámok közzétételét, a „BAR-listásoknak és nyugdíjasoknak is” szlogennek pedig fontos figyelemfelkeltő hatása volt. Megállapítása szerint (határozat 22. pont) önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, kifogásolható, mert ennek során a vállalkozás meggyőzheti, ráveheti a fogyasztót a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára; jogsértés, ha a kölcsönös üzleti kapcsolatfelvétel alapja tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Eseti döntésekre hivatkozva állapította meg, hogy fogyasztói csoportoknál lényeges körülmény a szerencseelem, a „belső hitelezés”, valamint az, hogy a fogyasztó nem a szerződéskötéskor, hanem akár évek múltán juthat a vásárlási joghoz, melyhez képest jogsértő, ha a kereskedelmi kommunikáció nem utal e feltételekre, és a reklám szerinti tevékenység lényeges tulajdonságaiban hitelnyújtással azonosítható.

Megállapította, hogy a vizsgált reklámok jogsértők voltak, mert a reklámokban használt kifejezések - különösen a „pénzre van szüksége?elutasítják a bankok? nálunk van a megoldás!” - összehatásukban arra a következtetésre adhattak alapot, hogy a szolgáltatás igénybevétele esetén a fogyasztó azonnal hozzájuthat az igényelt összeghez, melyet havi törlesztéssel fizet vissza, az elsődlegesen megcélzott fogyasztói kör számára viszont a felmerülő pénzügyi probléma megoldása nem évek múlva esedékes; a bankoktól a fogyasztó jellemzően azonnal pénzhez jut, a reklám ennek alternatíváját kínálta. Megállapította, hogy a reklámok alapján a fogyasztóban nem merülhet fel, hogy a dologhoz akár 5-20 év elteltével juthat hozzá, melynek egy belső hitelezés is feltétele. Rögzítette, hogy a reklámok megtévesztő jellegét erősítette a „cégünk vásárlói csoport szervezéssel is foglalkozik” közlés. A nem teljes körű tájékoztatásra vonatkozó apró betűs utalást relevánsnak nem tekintette, értékelte, hogy magas volt a felmondott szerződések aránya.

Felperes kereseti kérelmében az alperes határozatának hatályon kívül helyezését, illetve megváltoztatását kérte. Álláspontja szerint az alperes hatáskörét túllépte, mert a fogyasztói csoportok működésének, szervezésének és felügyeletének szabályait a magyar hatályos joganyag nem tartalmazza, az Fttv. 4. § (1) és (2) bekezdését az alperes pedig nem megfelelően értelmezte, mert a fogyasztóvédelem és a versenyjog a tájékoztatáshoz való jog fontos elemének tekinti a komplexitást és a pluralitást, maga a tájékoztatáshoz való jog is feltételezi a fogyasztó széles körű tájékozódási lehetőségét, az információk szelektálásának és összegyűjtésének képességét. Vitatta, hogy a releváns fogyasztói csoport a BAR-listásokkal és nyugdíjasokkal volt azonosítható, a reklámokban erre vonatkozó utalás mindössze a potenciális vásárlói kör kiszélesítése, melyet a tudatosan alkalmazott „is” szó fejez ki. Álláspontja szerint az alperes prejudikált, amikor arra hivatkozott, hogy a kapcsolatfelvétel nyilvánvaló célja az volt, hogy a felperes rávegye a fogyasztót

a felperes előnyös döntés meghozatalára, mert a döntési folyamat későbbi szakaszai is relevánsak, felperes pedig jóhiszeműen további tájékoztatói lehetőséget is biztosított a fogyasztók számára, feltüntetve, hogy a hirdetése nem teljes körűek. Előadta, hogy csupán alternatívát kínált az egyes pénzügyi konstrukciók mellett, a felperes által folytatott hirdetési gyakorlat nem tartozik az Európai Parlament és Tanács 2005/29/EK irányelv I. számú mellékletének („fekete lista”) hatálya alá. Álláspontja szerint a felmondási jogra vonatkozó statisztikai adatokból alperes csak feltételezte a fogyasztói érdeksérelmet, mulasztásos megtévesztés pedig nem volt megállapítható, mert a reklámok nem voltak alkalmasak olyan fogyasztói döntés meghozatalára, melyeket a fogyasztó elhallgatott információkkal okozatban nem hozott volna meg. Az Fttv., valamint a 2008. évi XLVIII. törvény preambulumaival utalva kifejtette, hogy a gazdasági verseny torzulását az jelenti, hogy alperes már a figyelemfelkeltést is szankcionálni kívánja. Az Fttv. 7.§ (1) és (2) bekezdésére utalva kiemelte, hogy alperes nem vette figyelembe a kommunikáció eszközeinek korlátait, mert a Bors, a Blikk és a Metropol című napilapok nem teszik lehetővé az oldalas vagy több oldalas hirdetéseket, az alperes által elvárt teljes körű tájékoztatás legfeljebb szabadtéri reklámhordozókon kivitelezhető, mely indokolatlanul költséges.

Alperes a kereset elutasítását, perköltsége megtérítését kérte. Határozatának indokaira visszautalva előadta, hogy döntése a bírói gyakorlattal összhangban van, jogalkalmazása nem lehetetleníti el a fogyasztó csoportokat, az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem a reklámokban megjelenő információk ellenőrzését kell elvárni, a reklámnak valóságosnak és pontosnak kell lennie. Kiemelte, hogy nem az Fttv. 7.§, hanem a 6.§ rendelkezésén keresztül állapította meg a 3.§ (1) bekezdés megsértését, mely nem kizárólag a „fekete listán” szereplő esetekben releváns.

A kereset nem alapos.

A bíróság az alperes határozatát az Fttv. 19. § c.) pont folytán alkalmazandó Tpv. 83. § (1) bekezdése, valamint az 1952. évi III. törvény (Pp.) 324. § (2) bekezdés a) pont alapján a kereseti kérelem által behatárolt körben vizsgálta felül.

Az Fttv. 2. § d.) e.) és f.) pontjai értelmében e törvény alkalmazásában: 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, f) reklám: a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló törvényben ekként meghatározott fogalom.

Az Fttv. 10.§ (3) bekezdés szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a Gazdasági Versenyhivatal jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas. A l i . § (2) bekezdés b.) pontja értelmében a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,

A bíróság megállapította, hogy az alperes hatáskörét nem lépte túl. A közigazgatási határozatban is kiemelt Fttv. 11.§ (2) bekezdés b.) pont feltételeinek fennállását a felperes nem cáfolta, továbbá azt sem, hogy felperes gazdasági tevékenységének az országos napilapokban való folyamatos népszerűsítése az Fttv. 2.§ d.) pontban meghatározott törvényi definíciónak megfelelt. Irreleváns, hogy kifejezetten a fogyasztói csoportok működését jogszabály részletesen nem szabályozza, mert

felperesre nem annak függvényében terjed ki az Fttv. hatálya, hogy létezik-e az említett speciális jogi norma.

Az Fttv. 3. § (1) bekezdése értelmében tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

Az Fttv. 3.§ (2) bekezdése alapján 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 ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.

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

Az Fttv. 6. § (1) bekezdés c.) pont szerint 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 alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas: a) az áru létezése, természete, figyelembe véve a termékmegnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokat is, b) az áru lényeges jellemzői, így különösen ba) kivitelezése, összetétele, műszaki jellemzői, tartozékai, bb) mennyisége, bc) származási helye, eredete, bd) előállításának vagy szolgáltatásának módja és időpontja, be) beszerezhetősége, szállítása, bf) alkalmazása, a használatához, fenntartásához szükséges ismeretek, bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei, bh) veszélyessége, kockázatai, bi) környezeti hatásai, bj) az egészségre gyakorolt hatása, vagy bk) tesztelése, ellenőrzöttsége vagy annak eredménye. Az Fttv. 4.§ (1) bekezdés szerint a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. A (2) bekezdés kimondja, hogy ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni.

A bíróság megállapította, hogy az alperes a tényállást helyesen állapította meg, és abból megalapozott következtetést vont le arra, hogy az Fttv. 3.§ (1) bekezdését a felperes megsértette, az egyes kereseti vitatásokat a bíróság az alábbiak szerint értékelte.

Az alperes az Fttv. 4.§ (1)-(2) bekezdését megfelelően értelmezte, a fogyasztók tájékoztatásának komplexitására, a pluralitásra és az ésszerűen tájékozott fogyasztónak az információk szelektálásának és összegyűjtésének képességére vonatkozó felperesi hivatkozás általában nem alaptalan, azonban ebből általában nem következik sem az, hogy a racionális fogyasztó nem téveszthető meg, sem pedig az, hogy a fogyasztó döntésére ható egyes kommunikációs csatornák a tárgyi jog által elfogadott módon önmagukban még megtévesztők is lehetnek abban az esetben, ha létezik egyébként más olyan forrás, melyből minden lényeges információ megtudható. Az Fttv. 2.§ d.), e.) f.) pontjai egyértelműen kifejezik, hogy bármely (az Fttv. 3-8.§ kritériumainak megfelelő) kereskedelmi kommunikáció, reklám tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak tekintendő. A bíróság egyetértett a felperessel abban, hogy a döntési folyamat későbbi szakaszai is relevánsak, azonban nem a jogsértés, legfeljebb a jogsértésért alkalmazott jogkövetkezmény fajtájának,

mértékének megválasztása során. Nem volt ezért releváns felperesnek arra történt hivatkozása, hogy jóhiszeműen biztosított további tájékoztatói lehetőséget, különös tekintettel arra, hogy felperes az alperes által alkalmazott jogkövetkezményt önmagában - a jogalaptól függetlenül - nem támadta.

A konkrét ügy tényállásából éppen az volt megállapítható, hogy a fogyasztói csoport mibenlétét, működésének sajátosságait, a jogviszony fogyasztó számára lényeges elemeit (szerencseelem, belső hitelezés stb.) az alperes által vizsgált reklámok még egy ésszerűen tájékozott fogyasztó mércéjéhez viszonyítva sem fejezték ki, miközben összhatásában a reklámok az azonnali pénzhez jutás lehetőségére engedtek asszociálni.

A bíróság a határozat indokolásának 20. pontjában tett megállapításokkal maradéktalanul egyetértett, a reklámok kifejezetten és hangsúlyosan emelték ki a nyugdíjasokat és a BAR listára került személyeket, akik ennek megfelelően elsődlegesen érintett fogyasztói körnek tekinthetők, különös tekintettel a reklámok szövegében ugyancsak kiemelt banki elutasításra, és a pénzszükségre. Az alperes megállapításának okszerűségét nem befolyásolja a felperes által kiemelt „is” kötőszó, mert a reklámok megfogalmazása, összhatása alapján logikailag sem lehet arra a következtetésre jutni, hogy felperes a elsősorban a banknál hitelképes vagy potenciálisan hitelképes fogyasztói körnek kínál „megoldást” pénzszűke, vagy banki elutasítás esetére. A reklámok utóbbiaknak is szólnak (e tekintetben nem vitatható a banki finanszírozáshoz képest az alternatív kínálatra történt felperesi hivatkozás), de csak másodlagosan. Abban a tekintetben pedig a bíróság osztott az alperes álláspontját, hogy a pénzkínálatához való hozzáférés tekintetében a nyugdíjasok és a BAR-listások kiszolgáltatott helyzetben lévő fogyasztók.

A bíróság egyetértett az alperessel abban is, hogy felperes az Európai Parlament és Tanács 2005/29/ EK irányelv I. számú mellékletére relevancia hiányában utalt, mert alperes nem az Fttv. 7.§, hanem a 6.§ rendelkezésére tekintettel állapította meg az Fttv. 3.§ (1) bekezdés megsértését.

A közigazgatási határozat 22. pontjában olvasható megállapítás nem prejudikáció, hanem olyan, a reklámozás és a reklámozott szolgáltatás nyújtójának gazdasági érdeke közötti szükségszerű összefüggés, amelynek vitatása magának a gazdasági tevékenység folytatásának értelmét kérdőjelezi meg. A bíróság álláspontja szerint is tisztességtelen versenyelőnyre tesz szert az a vállalkozás, amely tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatával (jelen esetben reklám) éri el, hogy a reklámban elhallgatott, a fogyasztóra nézve hátrányos feltételekkel (szerencseelem, belső hitelezés) nyújtott szolgáltatás iránt - akár további információszerzés végett - minél több fogyasztó érdeklődjön. E helyzet teszi lehetővé a határozat 22. pontjában foglaltakat, függetlenül attól, hogy a vállalkozás a fogyasztóval való személyes kapcsolatfelvétel alkalmával ténylegesen rá is veszi-e (rá tudja-e venni) a fogyasztót a szolgáltatás igénybevételére; utóbbi esetre az Fttv. egyéb, a perbeli ügyben nem releváns rendelkezései vonatkoznak.

A bíróság megállapította, hogy sem az Fttv., sem a 2008. évi XLVIII. törvény preambulumaival nem volt ellentétes az alperes jogalkalmazása, mindez következik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat fogalmával, és a határozat 22. pontjával összefüggő fenti indokolásból. Megjegyzi a bíróság, hogy a perbeli reklámok nem figyelemfelhívó, hanem tájékoztató reklámok voltak. A szolgáltatás lényeges tulajdonságának elhallgatásával, releváns körben sérülékeny fogyasztók megszólításával, összhatásában a kínált konstrukció hitelintézeti termékekhez való hasonlításával közzétett reklám versenyjogi szankcionálása nem kontra- produktív jogalkalmazás.

Nem volt alapos az a felperesi előadás sem, amely szerint ún. mulasztásos megtévesztés az ügyben

azért nem állt fenn, mert a reklámok alkalmatlanok voltak olyan fogyasztói döntés meghozatalára, mely döntést a fogyasztó valamely reklámban nem közölt információ miatt nem hozott volna meg. E körben a bíróság visszautal egyrészt arra, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat - ugyanazon szolgáltatásra vonatkozó egyéb információk elérhetőségétől függetlenül - bármely reklámtevékenységhez köthető, másrészt pedig arra, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat alapján a határozat 22. pontjában írtaknak megfelelő szituáció lehetősége is alkalmas a verseny torzítására.

A statisztikai adatok figyelembevételét illetően a bíróság azt emeli ki, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapíthatóságának a negatív hatást közvetlenül vagy közvetve igazoló adatok (fogyasztói panasz, szerződés megszüntetés) bizonyítása nem kizárólagos feltétele, a jogsértés az Fttv. kiemelt rendelkezései alapján a reklámok tartalmának és a felperes által ténylegesen kínált szolgáltatás jellemzőinek összemérésével is megállapítható volt. A perbeli esetben az alperes a jogsértés hatására vonatkozóan ettől független vont le - a bíróság álláspontja szerint okszerű - következtetést a fogyasztók kezdeményezése alapján megszüntetett jogviszonyok aránya tekintetében.

A felperes az Fttv. 7.§ -ra alaptalanul hivatkozott, mert az alperes döntéséből sem közvetlenül, sem közvetve nem következik az, hogy a felperes fogyasztói csoportokat csak minimálisan meghatározott terjedelmű reklámokkal népszerűsíthet. A felperes nincsen megkötve a tekintetben, hogy szolgáltatását hol, mikor, milyen csatornán keresztül és milyen költségráfordítással népszerűsíti, törvény által védett követelmény azonban, hogy kereskedelmi gyakorlata ne legyen tisztességtelen. Az alperes keresettel támadott határozata közvetve sem szorítja a felperest arra, hogy marketing kiadásait megemelje.

Felperes a Tpv. 77.§ (1) bekezdés d.) és f.) pontban foglalt jogkövetkezmények alkalmazását önmagában, a jogsértés vitatásától elvonatkoztatva nem támadta, ezért e körben a bíróság sem foglalt állást.

A bíróság a keresetet elutasította, és felperest az 1990. évi XCIII. törvény (Itv.) 62.§ (1) bekezdés alapján feljegyzett, a 39.§ (3) bekezdés b.) pont és 42.§(1) bekezdés a.) pont alapján számított 27.000 forint kereseti illeték megfizetésére kötelezte a Pp. 78.§ (1) bekezdés és a 6/1986. (VI.26.) IM rendelet 13.§ (2) bekezdés alapján.

Az ügyvéd által képviselt alperes perköltségét a bíróság a Pp. 79.§ (1) bekezdés és a 32/2003. (VIII.22.) IM rendelet 3.§ (3) bekezdés alkalmazásával 30.000 forintban állapította meg, értékelve az ügy összetettségének mértékét, az alperes nyilatkozatainak megalapozottságát, terjedelmét, relevanciáját, és per tárgyalásának időtartamát. A perköltség megfizetésére a felperes köteles a Pp. 78.§ (1) bekezdés értelmében.

Az ítélet ellen a fellebbezést a Pp. 340.§ (2) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2011. szeptember 21.

Dr. Huber Gábor
bíró