



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1391, Budapest 62. Pf. 211.
Telefon: (06-1) 472-8865
Ügyszám: VJ/16/2020.
Iktatószám: VJ/16-177/2020.

Betekinthető!

Az eljárás alá vontak üzleti titka az [ÜZLETI TITOK] jelöléssel látható!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a CERHA HEMPEL Dezső és Társai Ügyvédi Iroda (1011 Budapest, Fő u. 14-18., KRID azonosító: 18184606) által képviselt **Alza.hu Kft.** (1134 Budapest, Róbert Károly körút 54-58.) és a szintén a CERHA HEMPEL Dezső és Társai Ügyvédi Iroda által képviselt **Alza.cz a.s.** (1522/53. Jankovcova, Holesovice 7 Prága 17000 Cseh Köztársaság) eljárás alá vont vállalkozások ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Alza.hu Kft. és az Alza.cz a.s. eljárás alá vont vállalkozások 2016. szeptember 1. és 2020. május 12. között a www.alza.hu weboldalon, továbbá 2017. május 16. és 2020. május 12. között az Alza applikációban egyes termék ajánlatokkal összefüggésben megjelenített „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*”, „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” és „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” típusú, illetve az ezekhez hasonló tájékoztatások alkalmazásával tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, mivel

- az állítások – esetenként a termékkészletre, illetve árkedvezményre utaló más tájékoztatásokkal együtt – szövegezésük tartalma és vizuális megjelenítésük összehatása révén pszichés nyomásgyakorlás kifejtésére alkalmas módon sürgették a fogyasztót a termék megvásárlására vonatkozó döntése meghozatalában, továbbá
- egyes tájékoztatások által közvetített üzenet – figyelemmel a megjelenés egyéb körülményeire is – nem felelt meg a valóságnak az egyes termékek fogyasztók közötti népszerűsége vonatkozásában, valamint egyes állítások üzenete nem felelt meg a valóságnak a magyarországi fogyasztók tekintetében,

amely magatartások a fogyasztói döntéseket torzíthatják.

Az eljáró versenytanács a fenti magatartások miatt az eljárás alá vontakat egyetemlegesen kötelezi 40.000.000 Ft (azaz negyvenmillió forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, amely összeget a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú¹ 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

¹ Külföldről történő utalás esetén a számla adatai a következők: IBAN: HU88, SWIFT: HUSTHUHB
<https://www.gvh.hu/gvh/fizetesi-kotelezettssegek-teljesitesevel-kapcsolatos-bankszamla-adatok/fizetesi-kotelezettssegek-teljesitesevel-kapcsolatos-bankszamla-adatok>

esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

Az eljáró versenytanács a fentiekre tekintettel továbbá egyetemlegesen kötelezi az eljárás alá vontakat az általuk vállalt, jelen határozat melléklete szerinti (a jelen határozat indokolásának V.4. és V.5. pontjában is hivatkozott) kötelezettségek teljesítésére és mindezek igazolására a mellékletben megjelölt határidőkben.

Amennyiben az eljárás alá vontak elsődleges kompenzációs, illetve kiegészítő eljárásra vonatkozó vállalásának teljesítését követően a jelen határozat mellékletének IV. pontja szerint maradványösszeg kerül megállapításra, úgy ezen összeget is versenyfelügyeleti bírsággént kötelesek az eljárás alá vontak egyetemlegesen megfizetni, azzal, hogy ezen feltételes bírság összegéről és a fizetési határidőről az eljáró versenytanács az igazolási időszakot követően külön végzésben dönt.²

A határozat ellen a kézhezvételtől számított 30 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan az erre rendszeresített űrlap³ 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.

I N D O K O L Á S

I.

A versenyfelügyeleti eljárás tárgya és egyes eljárási lépések

1. A Gazdasági Versenyhivatal panasszal összefüggő eljárásokat követően⁴ 2020. április 21-én VJ/16/2020. számon versenyfelügyeleti eljárás indított, mivel észlelte, hogy az Alza.hu Kft. (a továbbiakban: Alza.hu) és az Alza.cz a.s. (a továbbiakban: Alza.cz; az Alza.hu és az Alza.cz a továbbiakban együtt: eljárás alá vontak vagy eljárás alá vont vállalkozások) 2015. szeptember 3-tól kezdődően a www.alza.hu weboldalon egyes termékek népszerűsítése során olyan, az aktuális fogyasztói érdeklődés, a kereslet mértékét jelző tájékoztatásokat tettek közzé (pl. „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*”, „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*”, „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*”), amely tájékoztatások tartalmuk és vizuális megjelenítésük összehatása révén, illetve az eljárás alá vontak által alkalmazott egyéb, az elérhetőségre, készletre, ezek korlátaira vonatkozó tájékoztatásokkal (pl. „*Utolsó X db ezen az áron*”, „*Az akció X napon belül véget ér*”, „*Kiárusítás*”) együtt valószínűsíthetően alkalmasak arra, hogy a fogyasztót sürgessék a termék megvásárlására vonatkozó döntése meghozatalában.
2. A Gazdasági Versenyhivatal valószínűsítette, hogy az eljárás alá vontak által – a magas látogatottsággal rendelkező – www.alza.hu weboldalon alkalmazott, fent megjelölt kommunikációs gyakorlat valószínűsíthetően alkalmas olyan pszichés nyomásgyakorlásra, amely a döntési folyamat zavarása révén jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára. Ennél fogva a vizsgált magatartás alkalmas arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg. A Gazdasági Versenyhivatal valószínűsítette, hogy ezzel a magatartással az eljárás alá vont vállalkozások a fogyasztókkal

² Amennyiben nem marad fenn maradványösszeg a garantált kompenzációs minimum összegből, ekként feltételes bírság megfizetési kötelezettsége sem lesz az eljárás alá vontaknak, úgy ezen tényről az eljáró versenytanács külön végzésben nem rendelkezik. Mind a feltételes bírságról való külön rendelkezést, mind ennek hiányát (azaz a maradványösszeg hiányának önálló döntés nélküli megállapítását) megelőzheti utóvizsgálati versenyfelügyeleti eljárás vagy valamely végrehajtási cselekmény.

³ http://www.gvh.hu//data/cms1041089/GVH_gvh_k01_19_01.jar

⁴ P/758/2019. és P/838/2019. számú panaszos eljárások

szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

3. A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a Gazdasági Versenyhivatal a fenti állítások és magatartás vonatkozásában az eljárást kiterjesztette – előbb a 2017. június 9-ét követően,⁵ később – a 2017. május 16-át követően⁶ az Alza applikációban történt megjelenítésére is.
4. Továbbá a Gazdasági Versenyhivatal a versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően észlelte, hogy az eljárás alá vont vállalkozások egyes termékek népszerűsítése során 2015. szeptember 3-tól közzétett, fogyasztói keresletre utaló tájékoztatásai, különösen a „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*”, „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” és a „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” típusú állítások üzenete valószínűsíthetően nem felel meg a valóságnak az egyes termékek fogyasztók közötti népszerűségével kapcsolatban. Egyúttal az „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” és a „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” állítások üzenete feltehetőleg nem felel meg a valóságnak a magyarországi fogyasztók tekintetében. Ezért a versenyfelügyeleti eljárást e magatartások vizsgálatára is kiterjesztette,⁷ mivel ezek révén az eljárás alá vontak az Fttv. 6. § (1) bekezdés a) pontjában foglalt tényállás megvalósításával feltehetőleg megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat is.
5. A vizsgálat VJ/16-138/2020.⁸ és VJ/16-139/2020.⁹ szám alatt terjesztette jelentését a Versenytanács elé. Ennek következtében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 48. § (1) bekezdésével összhangban a vizsgálati szakasz 2021. február 25-én lezárult, az eljárás versenytanácsi szakaszba lépett.
6. Az eljáró versenytanács 2021. május 14-én küldte meg VJ/16-142/2020. számmal előzetes álláspontját az eljárás alá vontaknak. Figyelemmel arra, hogy az eljárás alá vontak a tényállást nem vitatták, illetve a jogsértéseket elismerték, az eljáró versenytanács a továbbiakban a tényállást az előzetes álláspontnál kisebb részletességgel ismerteti, adott esetben visszautalva az előzetes álláspontban írtakra (különös tekintettel az üzleti titoknak minősülő információkra).

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

II.1. Az Alza.hu

7. Az Alza.hu 2016. szeptember 8-án került bejegyzésre. 100%-os tulajdonosa a Csehországban bejegyzett Alza.cz. A vállalkozás fő tevékenységét termékek széles portfóliójának, mint például elektronikai eszközök, játékok, autóalkatrészek értékesítése képezi. Tevékenységéhez tartozik a reklamációk intézése, raktározás és termékek kiadása is.¹⁰ Az Alza.hu árbevétele az áruk értékesítéséből származó bevétel mellett egyes szolgáltatások nyújtásából származó bevételt is tartalmaz, amelyeket az Alza.cz számára nyújtott. Ilyen szolgáltatás például a raktározás, a termékek bemutatóteremben való átvétele és a vevők általi kárigény benyújtásának lehetővé tétele.¹¹
8. Az Alza.hu 2020. évi nettó értékesítési árbevétele 2.290.015.000 Ft volt.¹²

II.2. Az Alza.cz

⁵ VJ/16-25/2020. számú végzés

⁶ VJ/16-111/2020. számú végzés

⁷ VJ/16-25/2020. számú végzés

⁸ Az eljárás alá vontak üzleti titkát tartalmazó verzió. Az eljárás alá vontak a VJ/16-4/2020. és VJ/16-11/2020. számú iratokban akként nyilatkoztak, hogy egymás üzleti titkát megismerhetik.

⁹ Üzleti titkot nem tartalmazó, betekinhető verzió

¹⁰ VJ/16-4/2020. 1.2.2. pont

¹¹ VJ/16-66/2020. 3. oldal 2.4. pont.

¹² VJ/16-79/2016. számú adatszolgáltatás és www.e-beszamolo.im.gov.hu

9. Az Alza.cz 100%-os tulajdonosa a ciprusi L.S. Investments Limited, Co. Az Alza.cz négy, Közép-Európában honos aktív¹³ és egy inaktív leányvállalattal rendelkezik.¹⁴
10. Az Alza.cz. 1994-ben alakult Alzasoft néven. Fő tevékenységi köre az Alza.hu-hoz hasonlóan termékek széles portfóliójának értékesítése, így különösen elektronikai, kozmetikai és szépségügyi fogyasztási cikkek forgalmazása.¹⁵ A vállalkozáscsoport üzleti kommunikációját az Alza.cz készítette elő, a saját belső kreatív és IT csapatai révén.¹⁶ Az Alza.cz üzemelteti a vállalkozáscsoport összes platform webshopját, így különösen a www.alza.hu-t is.¹⁷ Az Alza.hu és az Alza.cz között több megállapodás is született a főtevékenységük elősegítése érdekében.¹⁸
11. Az Alza.cz 2019. évi teljes nettó árbevétele 29.644.393.000 CZK volt, a 2019. december 31-i Magyar Nemzeti Bank árfolyammal számolva mintegy 385.377.109.000 Ft.¹⁹

II.3. Az eljárás alá vontakkal szemben folytatott egyéb eljárás

12. A Gazdasági Versenyhivatal az eljárás alá vontakkal szemben az elmúlt tíz évben egyszer folytatott le versenyfelügyeleti eljárást.
13. A 2020. augusztus 5-én – tehát a jelen versenyfelügyeleti eljárás indítását követően – kelt VJ/39-151/2018. számú határozatban a Gazdasági Versenyhivatal megállapította, hogy a 2018. január és 2019. február között hat alkalommal tartott „Black Friday” kampányok népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációja során az Alza.hu és az Alza.cz tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott, mert azt a benyomást keltette, hogy a fogyasztók jelentős mértékű, akár 80%-os kedvezményre tehetnek szert, holott a 80%-os kedvezmény a kampányokban részt vevő termékeknek csak egy szűk és atipikus körére volt elérhető. A megállapított jogsértésre tekintettel az eljáró versenytanács az Alza.hu-t és az Alza.cz-t 862.000.000 Ft versenyfelügyeleti bírság egyetemleges megfizetésére kötelezte, valamint a határozat kézhezvételétől számított 60 napon belül a vállalt megfelelési program bevezetésére és legalább két évig történő működtetésére.
14. Az eljárás alá vontak nyilatkozata szerint az Alza.cz 2019. márciusa óta alkalmaz megfelelési programot, ennek keretében azonban nem vizsgálták a jelen eljárással érintett kereskedelmi gyakorlatot. A VJ/39/2018. számú ügyben előírt megfelelési program a jelen eljárásban vizsgált magatartás kapcsán azért nem került alkalmazásra, mert a jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát képező kommunikáció befejezését követően került bevezetésre.²⁰
15. Az eljárás alá vontak nyilatkozata szerint más országokban a vizsgálat tárgyával összefüggő versenyfelügyeleti, reklámfelügyeleti eljárások nincsenek folyamatban és korábban sem folytak az eljárás alá vont vállalkozások ellen.²¹

¹³ Magyarország – Alza.hu Kft., Szlovákia – Alza.sk s.r.o., Ausztria – Alza.at GmbH, Németország – Alza.de GmbH

¹⁴ VJ/16-11/2020. sz. irat 1.2. pont, VJ/16-118/2020. számú adatszolgáltatás 7. melléklete, VJ/16-118/2020. sz. irat 8. melléklete

¹⁵ VJ/39-151/2018. sz. határozat 12. pont

¹⁶ VJ/16-8/2020. sz. irat 2. oldal 1.5.1. pont

¹⁷ VJ/16-66/2020. sz. irat 5. oldal

¹⁸ VJ/16-138/2020. számú vizsgálati jelentés 20. pont, VJ/16-66/2020. sz. irat 5. oldal

¹⁹ VJ/16-118/2020. 5. melléklet utolsó sora. Az eredménykimutatás angol nyelven a VJ/16-101/2020. számú adatszolgáltatás mellékleteként érhető el.

²⁰ VJ/16-118/2020. sz. irat 7-8. oldal

²¹ VJ/16-118/2020. 34. pont

III.

Az érintett szolgáltatás és piac

III.1. Az érintett szolgáltatás

16. A versenyfelügyeleti eljárásban érintett szolgáltatás az eljárás alá vontak által a www.alza.hu weboldalon és az Alza mobil applikáción keresztül, a magyarországi fogyasztók részére történő, különböző típusú termékek online értékesítése. Az eljárás alá vontak a weboldalon és az applikáción keresztül a termékek széles spektrumát árusították, például elektronikai eszközöket, játékokat, autóalkatrészeket, kozmetikai termékeket, hobbi és kertészkedési cikkeket, e-könyveket.²²
17. Az Alza.hu az Európai Unió egész területén rendelkezik beszállítókkal. Ezen felül az Alza.hu bizonyos kategóriákban, mint pl. információs technológia (mobil telefon kiegészítők) saját márkás termékekkel is megjelenik a piacon.²³ Az Alza.hu 2019-ben a 4. helyen állt a „Magyarország legnagyobb forgalmú webáruházai” rangsorban GKI Digital által készített felmérése szerint.²⁴
18. Az eljárás alá vontak nyilatkozata szerint az áruk értékesítését fokozatosan bővülő online és offline hirdetési eszközökkel népszerűsítették az évek során. Az alkalmazott online hirdetési eszközök körében az online kattintás alapú hirdetéseket, a képes vagy videós hirdetéseket, a közösségi média platformokat és az árösszehasonlító oldalakon történő megjelenítést nevesítették. Offline hirdetési eszközök közül a televíziós reklámokat, újsághirdetéseket, rádiós reklámokat, spotify csatornát és a Glamour-napok akcióban történő részvételt sorolták fel.²⁵ Az eljáró versenytanács e körben leszögezi, hogy jelen eljárás tárgyát kifejezetten a weboldalon és az Alza applikációban közzétett, meghatározott jellegű, típusú állítások, illetve tájékoztatások vizsgálata képezi.

III.2. Az érintett piac: online kiskereskedelem

III.2.1. Kínálati oldal

19. Az Alza.hu nyilatkozata szerint versenytársai elkülöníthetők aszerint, hogy üzlethelyiségben vagy online folytatnak értékesítést. Az üzlethelyiségben értékesítő versenytársak között megjelölték különösen a MediaMarkt, Euronics, Tesco, Drogerie Markt, Rossmann vállalkozásokat. Az online kiskereskedők közül kulcsszereplőkként jelölte meg az eMAG, Extreme Digital, Mall, Tesco, Drogerie Markt vállalkozásokat.²⁶
20. Az Alza.hu álláspontja szerint a látogatottsági és vásárlási adatok megjelenítése a piacon széles körben elfogadott módszer, melyet más gazdasági szereplők is alkalmaznak.²⁷

III.2.2. Keresleti oldal

21. Az Alza.hu nyilatkozata szerint a fogyasztók egyre nagyobb számban és egyre nagyobb értékben vásárolnak az online térben, ezzel egyidejűleg egyre tudatosabban és körültekintőbben vásárolnak.²⁸
22. A GKI Digital 2019-es kutatása szerint az Alza online vásárlói között nagyobb arányban találhatók férfiak, városi lakosok és 40 év felettek, mint amely a magyar online vásárlói sokaságot jellemzi. A 40-49 évesek vásárlók a vásárlói bázis 39%-át teszik ki. Az Alza vásárlói az átlagnál nagyobb arányban vásárolnak az interneten telefonokat, tableteket, számítástechnikai termékeket, drogériai termékeket, papír-írószert, és ruházati termékeket. Míg az átlagos vásárlók 12-szer, az Alza vásárlói évente 16,5 alkalommal vásárolnak, mellyel ők a legaktívabbak a piacon.²⁹

²² VJ/16-4/2016. sz. irat 2. oldal 2. kérdés

²³ VJ/16-83/2020. 2.1.4. pont

²⁴ VJ/16-124/2020. számú feljegyzés 1. melléklete

²⁵ Részletesebben lásd: VJ/16-118/2020. sz. irat 3. oldal 12. pont és a vizsgálati jelentés 57. bekezdése

²⁶ VJ/16-83/2020. 2.1.1. pont

²⁷ VJ/16-123/2020. számú feljegyzéssel átemelt P/758-4/2019. beadvány, 9. pont

²⁸ VJ/16-79/2020. 4. pont (i)-(iii) alpontok

²⁹ VJ/16-83/2020. melléklete 6. dia

23. Az Alza.hu-nál műszaki cikket vásárló fogyasztók számára a megfelelő árajánlat, részletes termékleírás, a kiszállítás gyorsasága mellett nagy jelentőséggel bírt a többi vásárló véleménye, a weboldal megjelenése, promóciók-akciók és a személyes átvételi lehetőségek elérhetősége.³⁰
24. Az Alza.cz által becsatolt Google Analytics adatokból kitűnik, hogy Alza.hu weboldalon egy átlagos fogyasztó 2 percet, míg mobil applikáció esetén 7,30 percet töltött 2020-ban.³¹

III.3. Az érintett piacon ismert marketing technikák

25. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmazása során egyidejűleg több (online) marketing technikát és vásárlásösztönzésre vonatkozó ajánlást is alkalmazott az eljárás alá vont. Ezért – és a vizsgálattal érintett magatartások értékelésének jogalapjaira tekintettel – az eljáró versenytanács röviden ismerteti a szűkösségi hatás, a közösségi megerősítés, kimaradás érzés, társadalmi bizonyíték elvét, a hiányérzet keltésének fontosságát és az ún. *social similarity*³² jelenséget. Az eljáró versenytanács a marketing technikák és vásárlásösztönzésre vonatkozó ajánlásokkal kapcsolatban utal a vizsgálati jelentés IV.2. és IV.3. részeire, melyben részletes leírás található az alább ismertetett, releváns marketing eszközökről, illetve összefüggésekről.
26. A szűkösségi hatás (*scarcity*) egy termék, illetve szolgáltatás korlátozott elérhetőségének hangsúlyozására épül: minél kevésbé tűnik elérhetőnek egy termék, annál inkább hajlamos az ember tudat alatt nagyobb értéket társítani hozzá. Megkülönböztethetünk kínálati és keresleti oldali szűkösséget. A kínálati oldali szűkösség egy termék darabszámának elérhetőségéhez vagy az ajánlat időbeli korlátozottságához kapcsolódik (pl. „*Már csak 4 darab van*”). A keresleti oldali szűkösség egy termék népszerűségéhez kapcsolódik (pl. „*Még 1 valaki nézte meg az Ön dátumára az elmúlt 10 percben.*”). A fogyasztó a termék iránti keresletből és mások viselkedéséből hajlamos a termék minőségére következtetni.
27. A közösségi megerősítés elve (*social proof*) arra a pszichológiai jelenségre épít, hogy az emberek a döntéseik meghozatala során hajlamosak hagyatkozni arra, hogy mások hogyan döntenek és mit gondolnak. Ilyen elvre alapozott állítás pl. a „*Vendégek kedvence*” és a „*Mások is ezeket nézték*” jelmondatok.
28. A közösségi megerősítés elve és a szűkösségi hatás kimaradás érzést (*FOMO*, azaz *fear-of-missing-out*) válthat ki az emberekből, vagyis attól való félelmet, hogy kihagy egy elérhető lehetőséget és ezzel lemond az ehhez társított pozitív érzelmekről is. A kimaradás érzésnek erős szociális aspektusa is lehet, vagyis elképzelhető, hogy az ember a környezetéhez, másokhoz képest érzi úgy, hogy kimarad valamilyen élményből.³³
29. A társadalmi bizonyíték elve azt hangsúlyozza, hogy az ember aszerint dönti el, mit tegyen, hogy más, hozzá hasonló emberek hogyan döntöttek. A társadalmi bizonyíték irányulhat a kereslet bizonyítására, vagyis nem elég azt bizonyítani, hogy a forgalmazott termék jó és van rá igény, hanem azt is bizonyítani kell, hogy ténylegesen megvásárolják.³⁴
30. A sürgősség érzése, illetve a hiányérzet szintén jelentős motivációs erőként hathat a vásárlás során. Ha nincs hiányérzet, a fogyasztó hajlamos lehet a halogatásra, mert azt érezheti, hogy ráér a döntéssel. A hiányérzet felkeltése átbillentheti a fogyasztót a halogatáson.³⁵

³⁰ VJ/16-83/2020. melléklete 37. dia

³¹ VJ/16-85/2020. 8. kérdés

³² Ez a kifejezés a *Social Pressure* (csoportnyomás, konformitás) és a *Similarity* (hasonlóság a szociálpszichológiában) egyidejű alkalmazása. Arra utal, hogy az egyén konformitása olyan irányban változik, amelyet saját csoportjának többsége fejez ki. Bővebben lásd: VJ/16-124/2020. számú feljegyzés, 3. melléklet (<https://www.digitalhungary.hu/evolution/Konverziooptimalizalas-kognitiv-torzitasokkal/1911/>)

³³ VJ/16-124/2020. számú feljegyzés, 7. melléklet

³⁴ VJ/16-124/2020. számú feljegyzés, 2. melléklet <https://kosarertek.hu/konverzio/a-tarsadalmi-bizonyitek-es-hasznalata-a-marketingben/>

³⁵ VJ/16-124/2020. számú feljegyzés, 4. melléklet (https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/igy-vasarol-tobbet-egyetlen-vevo/)

31. A *social similarity* jelenség a konverzió-optimalizálás kapcsán ismert. E jelenség szerint az egyén konformitása hajlamos olyan irányban változni, amelyet saját csoportjának többsége fejez ki. Ehhez rokonítható jelenség az ún. társas befolyás is, mely esetén az egyén nézete, attitűdje megváltozik annak következtében, hogy mások nézeteivel és attitűdjével találkozik. Konverzió-optimalizálásnál ezeket a jelenségeket használják ki például az „*A többiek ezeket is megnézték*”, „*X vásárló nézi épp ezt a terméket*”, „*Mások még ezt is megvették*”, illetve az „*Eddig X-en vásárolták meg ezt a terméket*” típusú állítások.³⁶
32. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy természetesen sem a fenti jelenségek „kihasználása”, sem a konverzió-optimalizálás önmagában nem jogsértő, de ezek (illetve ezek hatásának) figyelmen kívül hagyása könnyen tisztességtelen kereskedelmi gyakorlathoz vezethet és nem pusztán a szűk értelemben vett ún. *dark patternek*³⁷ valószínűsíthetnek meg tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. Az eljáró versenytanács utal továbbá arra, hogy érezhető a szakma megfelelési törekvése, így pl. létezik etikus vásárlásösztönző üzenetek tervezését célzó keretrendszer is, ilyen pl. a www.megfontoltan.hu oldalon³⁸ elérhető tanulmányban megfogalmazott *CROC-framework*³⁹ is, mely szerint „*használjunk hiteles forrást, releváns tartalmat, célszerű fogalmazást és következetes tervezést*”.

IV. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

IV.1. A weboldal és az applikáció működésével kapcsolatos alapvető információk

33. Az Alza összes platform webshopját, így a www.alza.hu-t is az Alza.cz üzemelteti.⁴⁰ A társzerverek és lemezek tulajdonosa és üzemeltetője szintén az Alza.cz. Nem rendelkeznek külön tárhelyszolgáltatóval.⁴¹
34. Megállapítható, hogy a látogatók és a látogatók által tett összes látogatások száma eltér, hiszen egy látogató többször is vásárolhat, böngészhet a weboldalon. Az eljárás alá vontak adatszolgáltatása szerint évről évre meredeken nőtt a www.alza.hu weboldalt látogatók (tehát a weboldalt látogató fogyasztók, ügyfelek) száma.⁴² A részletes adatokat az előzetes álláspont 41-44. pontjai tartalmazzák.
35. Az Alza applikáció üzemeltetője is az Alza.cz.⁴³ Az applikáció bevezetése fokozatosan történt 2017. május 16. óta. 2017. május 16. és 2017. június 9. között kizárólag az Apple által forgalmazott készülékeken futó iOS operációs rendszerre volt elérhető az Alza applikáció. 2017. június 9. óta pedig valamennyi okostelefonon elérhetővé vált.⁴⁴ A vizsgált időszakra vonatkozó részletes adatokat az előzetes álláspont 46-47. pontjai tartalmazzák.

IV.2. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megjelenési jellemzői, körülményei

36. A www.alza.hu weboldal 2016. szeptember 1-jétől működik a fogyasztók számára elérhető módon, és az állításokat a weboldal elindulásától kezdődően alkalmazták az eljárás alá vontak. Az eljárás alá

³⁶ VJ/16-124/2020. számú feljegyzés, 3. melléklet (<https://www.digitalhungary.hu/e-volution/Konverziooptimalizalas-kognitiv-torzitasokkal/1911/>)

³⁷ A dark pattern (vagy sötét mintázat) egy olyan felhasználói felület, melyet azzal a céllal hoztak létre, hogy becsapja a felhasználókat annak érdekében, hogy megtegyenek valamit, amit különben nem tennének meg. <http://blog.webshark.hu/2018/06/07/sotet-megoldasok-webdesignban/>

³⁸ VJ/16-124/2020. számú feljegyzés, 8. melléklet. Lásd: <https://megfontoltan.hu/site/download?id=2>

³⁹ A CROC mozaikszó az alábbi, marketing üzenetek kialakításakor figyelembe veendő szempontrendszerre utal: Credible source (hiteles forrás, tehát az üzenet valódi), Relevant content (releváns tartalom, tehát az üzenet releváns, és nem zavarja össze a fogyasztót egy oda nem illő információval), Objective phrasing (tényszerű megfogalmazás, tehát az üzenet nem lehet szubjektív), Consistent design (konzisztens megjelenés, tehát az üzenet a fogyasztó adott szituációjában meglévő igényeivel és várakozásaival összhangban jelenik meg, nem pedig váratlan formában helyen és időben.)

⁴⁰ VJ/16-66/2020. sz. irat 1.1 pont

⁴¹ VJ/16-66/2020. sz. irat 4.1. és 4.2. pont

⁴² A VJ/16-66/2020. számú adatszolgáltatásban foglalt adatok szerint, a részletes adatokat lásd a vizsgálati jelentés 3. mellékletének 3.1. pontjában.

⁴³ VJ/16-85/2020. sz. irat 1. kérdésre adott válasz

⁴⁴ VJ/16-122/2020. 1. kérdésre adott válasz

vontak az Alza applikációban is annak bevezetésétől kezdődően, tehát 2017. május 16-tól alkalmazták a vizsgált állításokat.

37. Az eljárás alá vontak vezetői utasítással és az arra adott válasszal igazolták, hogy a weboldalon és az Alza applikációban a vizsgálatnál érintett állítások alkalmazását 2020. május 12-én 19.59-kor leállították.⁴⁵ Nyilatkozatuk szerint a leállítás a jogi képviselő javaslatára történt, egyrészt a jelen versenyfelügyeleti eljárás megindítása,⁴⁶ másrészt a Gazdasági Versenyhivatal VJ/17/2018. (booking.com) ügyben hozott döntésére tekintettel.⁴⁷
38. A vizsgált állítások megjelenését egy algoritmus tette lehetővé. Az eljárás alá vontak a Gazdasági Versenyhivatal rendelkezésére bocsátották az algoritmus alapjául szolgáló feladatkiírást.⁴⁸ A feladatkiírás a www.alza.hu webáruház működését egy évvel megelőzően, 2015. szeptember 1-jén keletkezett. Ekkor a www.alza.cz webáruház már működött.⁴⁹ Az algoritmus működésével kapcsolatos részletesebb információkat az előzetes álláspont IV.4. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat kialakításának körülményei című pontja tartalmazza.
39. A vizsgált állítások gyakoriságával kapcsolatos információkat (arányokat) az előzetes álláspont 53-56. pontjai ismertetik, azonban az eljárás alá vontak nem tudtak konkrét adatot szolgáltatni arra vonatkozóan, hogy mikor, milyen időtartamban nem jelentek meg az állítások.⁵⁰
40. A vizsgálat 2019. és 2021. között számos képernyőképet és képernyőfelvételt készített a honlap (asztali gépen és mobil eszközön történő elérésről külön), valamint az applikáció tartalmáról.⁵¹ A www.alza.hu weboldallal készített képernyőfelvételek és képernyőképek áttekintését követően az eljáró versenytanács megállapította, hogy a 2019 októberében és a 2020 tavaszán készített képernyőképek és -felvételek között érdemi eltérés, változás nem tapasztalható.
41. Az alábbi táblázat⁵² példálózóan ismerteti a feltárt kommunikációs eszközökön megjelent állításokat:

Termék neve	Termékkoldalra kattintást követően látható üzenetek
Lifefit Kettlebell Steell 6 kg	A héten 44 ügyfél vásárolta meg ezt a terméket
	-6%
	Black Friday Hatalmas kedvezményekkel
	Szállításra kész > 10 db
Krups KP110531 NESCAFÉ DOLCE GUSTO Oblo - Kapszulás kávéfőző	A héten 75 ügyfél vásárolta meg ezt a terméket
	Jelenleg 65 ügyfél érdeklődik a termék iránt
	Ma 191 ügyfél vásárolta meg ezt
	-43%
STX 3PLY Szájmaszk – 60 db	Ma 191 ügyfél vásárolta meg ezt
	A héten 1343 ügyfél vásárolta meg ezt a terméket
	Jelenleg 547 ügyfél érdeklődik a termék iránt
	Black Friday Hatalmas kedvezményekkel
	Szállításra kész > 5 db
Aquaint 50 ml Fertőtlenítő	A héten 88 ügyfél vásárolta meg ezt a terméket
	Jelenleg 11 ügyfél érdeklődik a termék iránt
	Utolsó 2 db ezen az áron
	Ma 12 ügyfél vásárolta meg ezt
	Black Friday Hatalmas kedvezményekkel

⁴⁵ VJ/16-85/2020. sz. irat, VJ/16-101/2020. sz. irat, VJ/16-149/2020. sz. irat

⁴⁶ VJ/16-8/2020. sz. irat 8. kérdésre adott válasz

⁴⁷ VJ/16-46/2020. sz. irat 2. oldal, 3. kérdésre adott válasz

⁴⁸ VJ/16-49/2020. sz. irat 1.1.1., 1.1.2. és 1.2. pont

⁴⁹ VJ/16-118/2020. sz. irat 1. pont

⁵⁰ VJ/16-88/2020. sz. irat 6/b. kérdésre adott válasz

⁵¹ A képernyőmentések és képernyőfelvételek a VJ/16-125/2020. számú irat mellékleteként megtalálhatóak. A képernyőmentések kapcsán lásd továbbá a vizsgálati jelentés VI.1.2. részét.

⁵² A táblázatban felsoroltak a vizsgálat által készített képernyőmentéseken, felvételeken alapszik.

	Többet kevesebbért
	Szállításra kész 2 db
Xiaomi MI 9T LTE 128 GB, piros	A héten 135 ügyfél vásárolta meg ezt a term...
	Ma 19 ügyfél vásárolta meg ezt
	Jelenleg 4311 ügyfél érdeklődik a termék iránt
	-24%
	Szállításra kész > 5 db
Apple AirPods	Ma 45 ügyfél vásárolta meg ezt
	A héten 317 ügyfél vásárolta meg ezt a terméket
	Jelenleg 957 ügyfél érdeklődik a termék iránt
	-20%
	Szállításra kész > 5 db
Apple Watch Series 3 38mm GPS ezüstsínű alumíniumtok fehér sportszíjjal	Ma 16 ügyfél vásárolta meg ezt
	Jelenleg 210 ügyfél érdeklődik a termék iránt
	-26%
	Szállításra kész > 5 db
PlayStation 4 Pro 1TB	Jelenleg 183 ügyfél érdeklődik a termék iránt
	Ma 31 ügyfél vásárolta meg ezt
	A héten 218 ügyfél vásárolta meg ezt a terméket
	-17%
	Szállításra kész > 5 db

42. Egy adott termék vonatkozásában tehát az adott termék aloldalán megjelent az aznap megvásárolt, a héten megvásárolt, valamint a fogyasztói érdeklődés darabszáma.⁵³ Egyes állítások önállóan jelentek meg, ekkor a szöveg nem villogott. Ha az állítások párosítva voltak láthatóak (pl. az adott napon és héten terméket vásárolt fogyasztók száma), a két eltérő üzenet villogott. Esetenként három vagy négy (jelen ügyben vizsgált jellegű) állítás jelent meg együttesen, váltakozva, villogva: az adott napon, valamint héten vásárlást bonyolított fogyasztók száma, a „*jelenleg*” érdeklődők száma, illetve esetenként az „*Utolsó X db ezen az áron*” jellegű üzenet. Számos termék mellett látható volt a kínált árkedvezmény mértéke (%-osan és áthúzott alappal) és a rendelkezésre álló készletre vonatkozó általánosabb tájékoztatás.
43. A weboldal asztali számítógépről történő elérése esetén a vizsgált állítás a termék fotója felett, közvetlenül balra a termék neve mellett, szembejelenően jelent meg. A honlap háttérének színe fehér volt, az állítások sárga színű háttérrel rendelkező szövegdobozban jelentek meg. A szöveg színe piros volt, és az állítást egy piros „i” ikon előzte meg. Jellemzően csak az állítás szerepelt piros színnel, kivételesen (pl. akciók esetén) az ár is piros színű volt. Más piros szöveg nem volt a honlapon. Egyszerre egy állítás volt látható, de az állítások váltakozhattak: egyes esetekben az volt tapasztalható, hogy a vizsgált állítások közül csak egy állítás jelent meg a termék felett statikusan,⁵⁴ de olyan eset is előfordult, hogy több állítás egymást néhány másodpercenként váltva jelent meg.⁵⁵ A vizsgáló által készített, több mint 50 képernyőkép és 13 darab képernyőfelvétel közül csak egyetlen eset volt, amikor a vizsgált állítások a fent ismertetettektől kissé eltértek, ugyanis a szöveg színe fekete volt, és nem szerepelt „i” ikon az állítás előtt.⁵⁶ A szöveg színétől és az ikon hiányától eltekintve ebben az esetben is ugyanúgy jelentek meg az állítások, mint a többinél (pl. elhelyezkedés, szövegdoboz színe stb.). A weboldal asztali verziójának jellemző kinézetét az alábbi képernyőkép megfelelően szemlélteti:⁵⁷

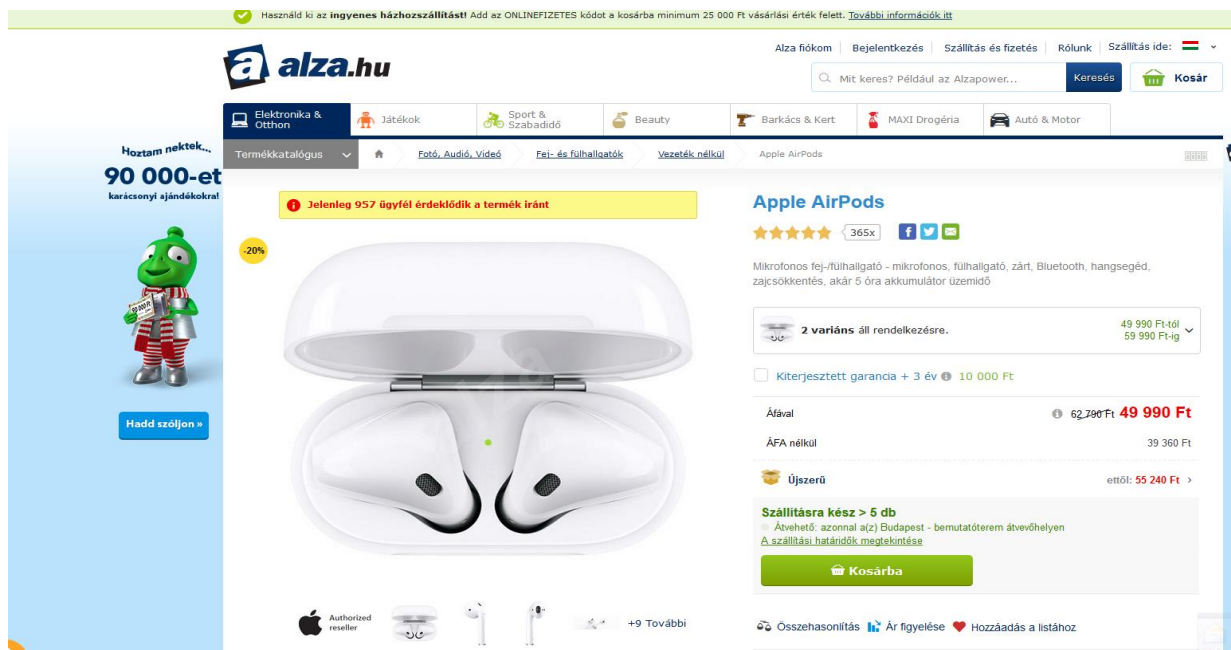
⁵³ VJ/16-123/2020. számú feljegyzéssel áttemelt P/758-4/2019. beadvány, 10. pont

⁵⁴ VJ/16-125/2020. sz. irat mellékleteinél a Lifefit Kettlebell Steel – 6 kg – Kettlebell_Alza.hu képernyőfelvétel

⁵⁵ VJ/16-125/2020. sz. irat mellékleteinél az Aquaint – 50ml – Fertőtlenítő_Alza.hu képernyőfelvétel

⁵⁶ VJ/16-125/2020. sz. irat mellékleteinél a Sanytol fertőtlenítő zselé 75 ml – Antibakteriális gél_Alza.hu nevű képernyőfelvétel

⁵⁷ A kép elérhető a VJ/16-125/2020. sz. irat 1. mellékletében is.



44. A weboldal mobil eszközről történő elérése esetén a vizsgált állítás szintén jól láthatóan jelent meg. Az állítás az oldal közepén, a termék neve és képe között volt látható, zöld színű háttérben sötétzöld színnel. Az asztali verzióval ellentétben nem volt ikon az állítás előtt. Az oldal háttérének színe az asztali verzióhoz hasonlóan fehér volt. Amennyiben több állítást is alkalmaztak az eljárás alá vontak egy terméknél, az állítások az asztali verzióhoz hasonlóan váltották egymást. Egyszerre egy állítás volt látható. A weboldal mobil eszközről látható, jellemző kinézetét az alábbi képernyőkép szemlélteti.⁵⁸



45. Az Alza applikáción látható tartalom a weboldal mobil eszközről történő eléréséhez hasonlított a leginkább, de azonosíthatók kisebb eltérések. A termék nevét a termék értékelését jelző csillagok

⁵⁸ VJ/16-125/2020. sz. irat 2. melléklet

kövezték, és ezt követően jelentek meg az állítások, közvetlenül a termék fotója felett. Az állítások zöld színű szövegdobozban jelentek meg, fehér színű betűkkel. A szövegdoboz színe, mérete és az alkalmazott betűszín az oldal alján látható „Kosárba” gombbal szinte teljesen megegyezett. A weboldalhoz hasonlóan itt is egyidejűleg csak egy állítás volt látható. Több állítás alkalmazása esetén az állítások váltakozva jelentek meg. Az applikáció jellemző kinézetét az alábbi képernyőkép megfelelően szemlélteti:⁵⁹



46. Habár jellemzően a három vizsgált állítás (vagy ezek közül néhány) váltogatta egymást a fent említett szövegdobozokban, rendelkezésre áll olyan képernyőfelvétel is, amelyen látszik, hogy egyes esetekben a vizsgált állításon kívüli állítás is megjelent a szövegdobozban. Ilyen állítás például az „Utolsó db ezen az áron”⁶⁰ és az „Utolsó 2 db ezen az áron”.⁶¹
47. A weboldal asztali számítógépről történő elérése esetén a szövegdobozon kívül egyes esetekben egyéb állítás is látható, például: „Black Friday hatalmas kedvezményekkel”,⁶² „Átvehető azonnal a ... átvéőhelyen”⁶³, „Utolsó 146 db”⁶⁴, továbbá egy magyar zászló ikon mellett „A telefon szoftvere magyar nyelvű”,⁶⁵ „Termék magyar billentyűzettel”.⁶⁶ Az árra vonatkozó kedvezmény a weboldal asztali számítógépről történő elérése esetén megjelent a szövegdobozokon kívül, például a termék képe mellett baloldalt sárga háttérű körben, egyúttal piros, nagyobb méretű számokkal az ár az áthúzott régi ár mellett.⁶⁷
48. A weboldal mobil eszközről történő elérése esetén és az Alza applikációban jellemzően csak az árra vonatkozó kedvezmény jelent meg, ilyenkor az árkedvezmény mértéke szintén egy sárga háttérű körben volt látható a termék fotóján vagy mellette.⁶⁸ Mind a weboldal, mind az applikáció esetében

⁵⁹ VJ/16-125/2020. sz. irat 4. és 5. melléklet

⁶⁰ VJ/16-125/2020. sz. irat Goddess RDD085GW8A – Kis hűtőszekrény_Alza.hu melléklet

⁶¹ VJ/16-125/2020. sz. irat Aquaint – 50ml – Fertőtlenítő_Alza.hu

⁶² VJ/16-125/2020. sz. irat Aquaint – 50ml – Fertőtlenítő_Alza.hu

⁶³ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 9., 17., 55., 59. oldal

⁶⁴ VJ/16-125/2020. sz. irat STX KN95 – 10 db – Pormaszok_Alza.hu

⁶⁵ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 1., 6., 42. oldal

⁶⁶ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 33. oldal

⁶⁷ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 22. oldal

⁶⁸ VJ/16-125/2020. sz. irat 2. és 4. mellékletek

jellemzően feltüntetésre került, hogy mennyi darab áll szállításra készen: „*Szállításra kész 3/5/10 db.*”⁶⁹ Mindezek alapján megállapítható, hogy mind a honlap, mind az applikáció esetén többször látható volt a vizsgált állítások mellett egyéb kedvezményre, illetve szállításra készen álló termékmennyiségre utaló állítás is.

49. Az eljárás alá vontak nyilatkozata szerint a honlap, illetve az alkalmazás kizárólagos arculatát az Alza.cz alakítja ki azzal, hogy egyes helyi sajátosságokat, például helyi kampányokat is alkalmaznak.⁷⁰

IV.3. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat eljárás alá vontak általi értelmezése

50. Az Alza.hu nyilatkozata szerint a vizsgált állítások a termék piaci pozicionálásában segítenek a fogyasztók számára, hiszen a mások által is jónak talált termék megvásárlása valószínűleg a fogyasztó számára is előnyös. „*A népszerűségi adatok megjelenítése segít továbbá felmérni, hogy a fogyasztónak milyen gyorsan kell meghoznia a döntését a termékkel kapcsolatban, megakadályozva az abból adódó frusztrációt, hogy egy késleltetett döntés esetén az adott termék készlethiány miatt már nem elérhető a fogyasztó számára.*”⁷¹ Később leszögezték, hogy a népszerűségi adatok megjelenítése nem abban segíti a fogyasztót, hogy milyen gyorsan kell üzleti döntést hoznia. A megjelenített adatok azt mutatják be objektív módon, hogy adott termék iránt milyen kereslet mutatkozik, így segítséget nyújthat abban, hogy milyen terméket válasszon. Álláspontjuk szerint egy-egy termék népszerűsége az egyik indikátora lehet annak, hogy a vásárlók széles köre melyik terméket tartja a legmegfelelőbbnek.⁷²
51. Az eljárás alá vontak hivatkoztak arra, hogy az online szállásfoglalással ellentétben a jelen ügyben olyan, például műszaki cikkek árusítása történik, melyekből az eljárás alá vontakhoz hasonló webáruházak hatalmas raktárkészlettel rendelkeznek. Ezért egy műszaki cikk népszerűségének bemutatása nem keltheti azt a benyomást a fogyasztóban, hogy ha a termék népszerű, akkor abból neki nem fog jutni. A vizsgált állítások tehát álláspontjuk szerint nem sugalmazzák azt, hogy a termékek akár mennyiségükben, akár időtartamukban korlátozottan elérhetőek.⁷³
52. Az eljárás alá vontak hivatkoztak arra, hogy a fogyasztók számára elérhető volt a vizsgált állításokkal kapcsolatban leírás. Az Alza.hu a „*Gyakran ismételt kérdések*” aloldal elérési útvonalára kapcsán két linket jelölt meg, melyek közül az egyik⁷⁴ 2017. november 14. óta, a másik⁷⁵ 2019. január 16. óta érhető el. A látogatók számát tekintve elmondható, hogy nagyságrendileg 50-szer több honlapi érdeklődő volt, mint azok száma, akik a „*Gyakran ismételt kérdések*” valamelyik válaszát megtekinthették (lásd az előzetes álláspont 73. pontját).
53. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vontak által a „*Gyakran ismételt kérdések*” részben leírtak bemutatják, hogy az eljárás alá vontak hogyan értelmezhetők, illetve magyarázták a vizsgált állításokat. Azt is szükséges kiemelni, hogy ezen oldalon összesen négy témacsoportban (szerviz, médiatartalom, rendelések, garancia) tartozó kérdések találhatóak, a jelen ügyben releváns alábbi három magyarázat a szerviz témakörön belüli utolsó három kérdés.
54. A „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*” állítás kapcsán az említett linkek azt tartalmazták, hogy „*Az összes látogató számát mutatjuk, akik az adott napon 00:00-tól a látogatásodig megnézték a terméket.*”⁷⁶ Az Alza.hu ezzel szemben azt nyilatkozta, hogy a jelenleg a terméket megtekinő

⁶⁹ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 1-2, 9-18. oldal, 2. és 4. melléklet

⁷⁰ VJ/16-66/2020. sz. irat 5. oldal 1.1-1.2. pont

⁷¹ VJ/16-123/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 9. kérdésre adott válasz

⁷² VJ/16-118/2020. sz. irat 13-15. pont

⁷³ VJ/16-118/2020. sz. irat 17. pont

⁷⁴ <https://www.alza.hu/hogyan-vasarolj#faq>

⁷⁵ <https://www.alza.hu/ako-nakupit-art13603.htm#faq>

⁷⁶ VJ/16-125/2020. sz. irat 6. melléklet és a vizsgálati jelentés VI.1.1.3. fejezete

ügyfelek számának kiszámításához nem az adott napon 00:00-tól, hanem az elmúlt órában megtörtént oldal-betöltéseket követi nyomon.⁷⁷ Az üzenetek óránként frissültek.⁷⁸

55. Az „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*”, és a „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” állítás kapcsán az említett linkek azt rögzítették, hogy „*A mai napon megvásárolt darab kiszámításához az elmúlt 14 napban eladott darabszámot 14-gyel osztjuk. Ennek megfelelően 2-vel osztjuk el a héten megvásárolt darabszám kiszámításához.*” Az Alza.hu előadta, hogy a gyakran ismételt kérdések felületen is ismertetett, átlagszámítási módszerre azért volt szükség, mert az eljárás alá vontak nem lennének képesek a pontos, valós idejű számok megjelenítésére. A valós idejű adatok számítása ugyanis rendkívül komoly erőforrásokat vesz igénybe.⁷⁹
56. A „*Gyakran ismételt kérdések*” között a szerviz témában az utolsó kérdés arra vonatkozik, hogy melyik országból származnak a számítási adatok. Ennél a kérdésnél rögzítették, hogy „*Az összes országból származó adatokat összeadjuk, ahol az Alza működik. Globális vállalatként igyekszünk a lehető legjobb áttekintést nyújtani ügyfeleinknek az általunk értékesített termékekről.*”⁸⁰

IV.4. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat és az értékesítési adatok összefüggései

IV.4.1. Az „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” és a „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” állítások összefüggése az értékesítési adatokkal

57. A vizsgálat adatszolgáltatásra kötelezte az eljárás alá vontakat egyes képernyőfelvételeken⁸¹ is látható termékek és konkrét állítások kapcsán. Az eljárás alá vontak nyilatkozata⁸² tartalmazza a képernyőfelvétel időszakában történt, Magyarországi laccímmel vagy IP címmel rendelkező vásárlók számát. Az eljárás alá vontak a vásárlások számának alátámasztásaként a hivatkozott vásárlásokról készült számlákat is csatolták. A vizsgálat a későbbiekben további termékek⁸³ vonatkozásában is nyilatkoztatta az eljárás alá vontakat.⁸⁴
58. A részletes adatokat az előzetes álláspont 87-88. pontjaiban szereplő táblázatok tartalmazzák, amelyek alapján az állapítható meg, hogy a Magyarországi laccímmel vagy IP-címmel rendelkező vásárlók száma (a kommunikációban szereplő állításnak megfelelő vagy az eljárás alá vontak által megadott, valamennyiben átfedő időszakban) jelentősen eltér (arányosítás mellett jelentősen kisebb) a kommunikációban szereplő napi, heti, aktuális vásárlói adatoktól.
59. Az eljárás alá vontak előadták, hogy technikai okból kifolyólag nem képesek egy adott időállapotban megjelenő honlapkép visszaállítására, így az alkalmazott állításokat nem tudják ellenőrizni,⁸⁵ de a Gazdasági Versenyhivatal által jelzett, konkrét állítások kapcsán lefolytattak egy belső vizsgálatot, hogy kiderítsék miért térnek el a belső nyilvántartásaikban szereplő számadatok a vizsgáló által jelzettektől.⁸⁶
60. Az eljáró versenytanács rámutat a fent hivatkozott táblázatok és az eljárás alá vontak gyakran ismételt kérdéseknél ismertetett (átlagolást alkalmazó) számolási módszere kapcsán, hogy az eljárás alá vontak nem szolgáltatott adatot a képernyőképek készítésének napjáról, azaz 2019. október 28-áról. A vizsgáló kifejezetten arra kérdezett az adatkérő végzésben,⁸⁷ hogy „*számlákkal alátámasztottan mutassa be, hogy 2019. október 28. napján mi alapján alkalmazta az alább felsorolt termékek esetében az alábbi állításokat! (...) Ma 115 ügyfél vásárolta meg ezt (...) Ma 45 ügyfél*

⁷⁷ VJ/16-46/2020. sz. irat 4. kérdés (iv) pont

⁷⁸ VJ/16-66/2020. sz. irat 4. oldal 5.1. és 5.2. pont

⁷⁹ VJ/16-46/2020. sz. irat 9. kérdésre adott válasz

⁸⁰ VJ/16-125/2020. sz. irat 6. melléklet és a vizsgálati jelentés VI.1.1.3. fejezete

⁸¹ VJ/16-125/2020. sz. irat mellékletei

⁸² VJ/16-66/2020. sz. irat 4. oldal 6.1. pont

⁸³ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 22-23., 40-43., 47-51. oldal

⁸⁴ VJ/16-118/2020. sz. irat 47. pont

⁸⁵ VJ/16-118/2020. 41-42. pont

⁸⁶ VJ/16-118/2020. sz. irat 45. pont

⁸⁷ VJ/16-106/2020. sz. végzés 13. kérdés

vásárolta meg ezt (...)”, stb. Az eljárás alá vontak válaszukban, illetve számításaik során a 2019. október 28-án (hétfőn) megjelenített állítások alapjául szolgáló adatokként olyan adatokat jelöltek meg, amelyek 2019. október 27-ig bezárólag keletkeztek. Megállapítható tehát, hogy az eljárás alá vontak a konkrét állítások alkalmazásakor az aznap keletkezett adatokat figyelmen kívül hagyják a *„Ma X ügyfél vásárolta meg ezt”* és *„A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket”* állítások esetén.

IV.4.2. A *„Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt”* állítás összefüggése az értékesítési adatokkal

61. A vizsgáló az eljárás alá vontakat adatszolgáltatásra kötelezte olyan termékek egyedi oldalbetöltési adatainak szolgáltatására, amelyekkel kapcsolatban képernyőképek igazolják, hogy konkrétan hogyan jelent meg a *„Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt”* állítás.⁸⁸ Az előzetes álláspont 93-94. pontjai szerinti táblázat és adatok szemléltetik az eljárás alá vontak által benyújtott, az érintett termékek különböző időpontban történt egyedi oldalbetöltéseinek számát.
62. A táblázatban a különböző időszakokban kumulált adatok szerepelnek. Ennek megfelelően például a Play Station 4 Pro 1TB nevű termék esetén a képernyőkép készítésekor, tehát 12:15-kor a konkrét állítás szerint 183 ügyfél érdeklődött. A szolgáltatott adatok alapján 0:00 órától 12:00 óráig az összes magyarországi érdeklődő száma ezen összegnél sokkal kisebb volt, de az összes webshopen való érdeklődők száma is (némi) kevesebb volt. A képernyőkép készítését követően, 0:00 órától 13:00 óráig az összes magyarországi érdeklődő száma szintén nagyságrendileg kevesebb volt, az összes webshopra nézve azonban az érdeklődők száma meghaladta a kommunikációban szereplő számot.

⁸⁸ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 39., 57., 48., 52., 24. és 44. oldal

V.

Az eljárás alá vontak álláspontja

V.1. Az eljárás alá vontak vizsgálati szakban előadott álláspontja

63. Figyelemmel arra, hogy az eljárás alá vontak a versenytanácsi szakban a jogsértést elismerték, az eljáró versenytanács ebben a pontban pusztán röviden visszautal a vizsgálati szakban benyújtott észrevételekre és jogi álláspontra, amelyet az előzetes álláspont V.1. pontja rögzít részletesebben.

V.2. Az eljárás alá vontak által benyújtott kötelezettségvállalás

64. Az eljárás alá vontak a vizsgálati jelentés leadását követően, 2021. március 10-én részletes, indokolt kötelezettségvállalást felajánló nyilatkozatot terjesztettek a Gazdasági Versenyhivatal elé (úgy nyilatkoztak, hogy a beadvány nem tartalmaz üzleti titkot). A kötelezettségvállalás részletes tartalmát és annak indokolását az előzetes álláspont VIII.1. pontja tartalmazza.

65. Az eljárás alá vontak a vállalásokkal kapcsolatban személyes egyeztetés megtartását kérték, egyúttal jelezték, hogy készek pontosítani, módosítani a felajánlott vállalások körét és igazolási módját.⁸⁹

V.3. Az eljárás alá vontak versenytanácsi szakban előadott nyilatkozatai

66. Az eljárás alá vontak a VJ/16-147/2020. számú iratban úgy nyilatkoztak, hogy a vállalási csomagjuk szerkezetét egyszerűsíteni, annak értékét lényegesen megnövelni és a vállalások által generált előnyt a fogyasztók számára könnyebben elérhetővé tenni kívánják.

67. Az eljárás alá vontak a VJ/16-149/2020. számú iratban egyrészt igazolták, hogy a vizsgált gyakorlat abbahagyása 2020. május 12-én megtörtént, másrészt bevételi adatokról nyilatkoztak, részletesen bemutatták a www.alza.hu webáruházon és az Alza applikáción keresztül történő Magyarországi értékesítések árbevételeit az Alza.cz és az Alza.hu vonatkozásában.

68. Az eljárás alá vontak a VJ/16-151/2020. számú iratban egészítették ki kötelezettségvállalásukat, egyúttal úgy nyilatkoztak (csatolva a releváns dokumentumokat), hogy megfelelési programjukat tovább kívánták fejleszteni, ennek keretében az Alza.hu Kft. 2021 márciusában tagként belépett az Önszabályozó Reklámtestületbe, annak ajánlásait maradéktalanul figyelembe veszi marketing tevékenysége során. Az eljárás alá vontak továbbá 2020. ősze óta megbízási jogviszonyban állnak fogyasztóvédelmi jog területén megfelelő szaktudással rendelkező független jogi szakértővel, amely szakértő 50 nagyobb marketing kampányt véleményezett előzetesen, azok fogyasztók felé történő kommunikációját megelőzően. A fogyasztóvédelmi megfelelés fenntartása érdekében az eljárás alá vontak kötelezettséget kívántak vállalni arra, hogy továbbra is minden nagyobb magyarországi, országos marketing kampányt megelőzően, illetve minden olyan új informatikai fejlesztés bevezetését megelőzően, mely a fogyasztók tájékoztatása kapcsán relevanciával bírhat, konzultálnak az ügyvédi irodával a tervezett kampány vagy fejlesztés jogszabályi megfelelése tárgyában.

69. Az eljárás alá vontak a kompenzációs jellegű vállalásuk kapcsán a kompenzációval érintett fogyasztói kör és összeg, valamint a további körülmények meghatározása körében többek között előadták (az üzleti titoknak minősülő adatokat – az érintett fogyasztók számát, az Alza fogyasztói kosár értékét, illetve a vállalás teljes lehetséges maximális értékét, valamint annak várható becsült összegét – a VJ/16-151/2020. számú irat 21., 25. és 31. pontjai tartalmazzák), hogy

- a kifogásolt állításokat nem minden termék vonatkozásában alkalmazták az eljárás alá vontak, hanem pusztán a termékek megközelítőleg 20%-át érintette a kereskedelmi gyakorlat, így a kifogásolt időszak hosszát is tekintve a vizsgált magatartás súlyával arányos kompenzáció egy megközelítőleg 9 hónapos időszak minden vásárlására vonatkozóan nyújtható: az eljárás alá vontak ugyanakkor úgy döntöttek, hogy 9 hónap helyett a

⁸⁹ VJ/16-140/2020. sz. irat 9. oldal

feltételezett jogsértés utolsó teljes évét (a 2019. évet) veszik alapul a kompenzációval érintett időszak meghatározásakor,

- kompenzáció alapjául választott 2019. év kapcsán elmondható továbbá, hogy a vizsgált időszakon belül ebben az évben vásárolt a legtöbb fogyasztó webáruházunkban, így a kompenzációra jogosult fogyasztók köre ebben az évben a legmagasabb,
- a kedvezmény kupon felhasználásához tartozó 10.000 Ft-os minimum vásárlási összeg sem a 2019. évi átlagos magyarországi vásárlói kosár mérethez (14.400 Ft⁹⁰) képest, sem a www.alza.hu webáruházon eszközölt átlagos vásárlás (magasabb) összegéhez képest nem tekinthető észszerűtlenül magasnak. Amennyiben a fogyasztó a 10.000 Ft-os vásárlást eszközöl a 3000 Ft-os vásárlási utalvány (kupon) mintegy 33%-os megtakarítást eredményez részére. Bár a kedvezmény a fogyasztók jövőbeni vásárlásaira vonatkozik, amennyiben a www.alza.hu vásárlóinak 2019. évi átlagos vásárlói kosár méretéhez viszonyítjuk a 3000 Ft értékű kupon összegét, az mintegy 13%-os megtakarítást eredményezhet a fogyasztók számára,
- kuponkódra minden természetesen személy fogyasztó jogosult, függetlenül attól, hogy rendelkezik-e felhasználói fiókkal az eljárás alá vontak webáruházában, a www.alza.hu oldalon lehetséges regisztráció nélkül is vásárlást bonyolítani, a kupon felhasználását tehát az eljárás alá vontak nem kötik a webáruházukban történő felhasználói fiók létrehozásához,
- a kuponkód jogosultak részére történő közvetlen elektronikus levélben történő megküldése az eljárás alá vontak álláspontja szerint kezeli az eljáró versenytanács azon aggályát a felajánlott kompenzációval kapcsolatban, hogy a kedvezmény igénybevétele jelentős fogyasztói aktivitást igényel: a fogyasztónak az egyedi kuponkódot pusztán be kell másolnia a vásárlási folyamat során megtalálható kupon mezőben, így a kedvezmény automatikusan levonásra kerül a vásárlás összegéből, amennyiben a vásárlás értéke eléri a 10.000 Ft-ot,
- a biztosított kedvezmény más kedvezményekkel is összevonható, a fogyasztók leárazott termékekre is felhasználhatják, akciók esetén az árengedmény a honlapon megjelenített árból automatikus levonásra kerül (például Black Friday akció). A kupon ugyanakkor nem lesz felhasználható olyan akciók során, amelyekben a fogyasztóknak kuponkód megadása szükséges (például Glamour napok), mivel technikai korlát miatt a www.alza.hu webáruház felületén egyszerre több kuponkód felhasználása nem lehetséges,
- amennyiben valamennyi, arra jogosult fogyasztó él az eljárás alá vontak felajánlásával, úgy a vállalat teljes értéke jelentősen meghaladja az eljáró versenytanács által az előzetes álláspontban kilátásba helyezett bírság mértékét. Az eljárás alá vontak előzetes kalkulációja szerint várhatóan a fogyasztók mintegy negyede fogja a kupont a várakozások szerint felhasználni, azonban amennyiben az előzetesen becsülnél több fogyasztó használja fel a kupont, annyiban a vállalat értéke is növekszik,
- a kompenzáció jellegének meghatározásakor figyelemmel kell lenni arra a körülményre is, hogy a kereskedelmi gyakorlat révén esetlegesen károsult fogyasztók a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet 20. §-ának (1) bekezdése alapján indokolás nélküli elállási jogukat is gyakorolhatták a termék átvételét követő 14 napon belül. Ennek okán az eljárás alá vontak álláspontja szerint az általános jellegű, kupon formájában nyújtott kompenzáció alkalmas arra, hogy a kiválasztott jogosulti kör részére arányos jóvátételt nyújtson. Az eljárás alá vontak álláspontja szerint a vállalat ekként megfelel a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott

⁹⁰ <https://gkidigital.hu/2020/03/11/brutto-625-milliard-forintert-vasaroltunk-tavaly-a-hazai-webaruhazakbol/>

bírság meghatározásának szempontjairól szóló 12/2017. közleményének⁹¹ (a továbbiakban: Bírágközlemény) 71. pontjának i) alpontjában meghatározott feltételnek.

70. Az eljárás alá vontak a kompenzáció elfogadhatóságának indokai körében előadták, hogy a vállalások a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált állítások következtében esetlegesen kárt szenvedett fogyasztók kompenzálására szolgálnak, a kompenzáció a fogyasztók számára közvetlenül hasznosul, részükre megtakarítást eredményez, így a vállalás megfelel a Bírágközlemény 71. pontjának iv) alpontjában meghatározott feltételnek. A magyar fogyasztók 2019-ben 13,2 alkalommal vásároltak online, 2020-ban pedig 15,5 alkalommal.⁹² Ezen számadatok alapján az eljárás alá vontak úgy gondolják, hogy a vásárlási utalvány a magyar fogyasztók internetes vásárlási hajlandósága okán közvetlen, kézzel fogható előnnyel fog járni számukra. A fenti körülményt erősíti, hogy a fogyasztóknak egy teljes év áll rendelkezésükre a kupon felhasználni, így az év bármelyik hónapjában, szükségleteikhez mérten használhatják fel a kupon, így olyan termékekhez juthatnak hozzá olcsóbban, amire aktuálisan éppen szükségük van. A vállalás biztosítja, hogy a fogyasztót ne sűrgesse a felhasználás során semmi, és így ne hogy olyasmit vásároljon kedvezménnyel, amire adott esetben nincs szüksége.
71. Az eljárás alá vontak hangsúlyozták, hogy a garantált minimum kompenzációs összege – amelyet egyébként bírágként fizetnének meg – az eljárás alá vontak számára érezhető anyagi megterhelést jelent.
72. Az eljárás alá vontak a VJ/16-154/2020. számú feljegyzésben rögzített személyes egyeztetést követően a VJ/16-156/2020. számú iratban kiegészítették és pontosították vállalásukat, valamint megerősítették, hogy mindkét valószínűsített jogsértéstípus kapcsán elismerik a jogsértés elkövetését, továbbá nem kívánják vitatni a megállapított tényállást, valamint lemondanak a jogorvoslati jogukról az eljáró versenytanács határozatával szemben. A jogsértés elismerését, a tényállás nem vitatását és a jogorvoslatról való lemondást önkéntesen és feltétel nélküli módon vállalják. Az eljárás alá vontak a VJ/16-162/2020. számú iratban megerősítették, hogy a kuponkóddal és ennek kommunikálásával kapcsolatos kompenzációs jellegű vállalásukat is fenntartják arra az esetre is, ha az eljáró versenytanács bírságot szab ki.
73. A VJ/16-156/2020. számú iratban részletesen ismertették a kompenzáció igénybevételének lehetőségével kapcsolatos kommunikáció kibővítését, annak indokait és megalapozottságát (valamint költségeit) és csatolták (3-8. mellékletként) a kommunikációs anyagok tervezeteit (szövegét). Az eljárás alá vontak értelmezése szerint a kommunikációs terv kiegészítése és átdolgozása azt a célt szolgálja, hogy a kompenzációra jogosult fogyasztók minél szélesebb körben, és minél több tájékoztatási eszköz révén értesüljenek a kupon felhasználásának lehetőségéről, illetve, hogy ösztönözve legyenek a kupon „tudatos” és szükségleteiknek megfelelő felhasználására - annak érdekében, hogy a korábban becslült 25%-os kupon felhasználási arány érzékelhetően növekedjen, legalább mintegy 10-15%-kal.
74. Az eljárás alá vontak szerint a fentiek szerinti kommunikációs terv alkalmas arra, hogy a kompenzáció lehetőségét kommunikációs szempontból támogassa. Előadták továbbá, hogy a garantált minimum értékét 450.000.000 Ft-ra emelték.
75. A VJ/16-158/2020. számú adatkérést követően az eljárás alá vontak a VJ/16-159/2020. számú beadványban tovább pontosították vállalásukat, benyújtották a vállalások összefoglalóját és egyes kommunikációs anyagok iránymutatások szerinti tervezeteit, a kommunikációs cselekvési tervet.
76. Az eljárás alá vontak a VJ/16-162/2020. számú iratban jelezték, hogy értelmezésük szerint a vállalt tartalmi sorrendiség az Alza applikáción és a felhasználói fiókon belüli értesítésekre, az SMS üzenetekre és a bannerekre - a terjedelmi korlátokra figyelemmel - nem vonatkozik. Az eljárás alá vontak kérték továbbá (korábbi vonatkozó beadványt megerősítve), hogy az eljáró versenytanács

⁹¹ Egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel.

⁹² <https://gkidigital.hu/2020/03/11/brutto-625-milliard-forintert-vasaroltunk-tavaly-a-hazai-webaruhaszakbol/>

fontolja meg a sorrendiség kapcsán annak az előírását, hogy a benyújtott e-mail típusú értesítő levél tervezetek közül a B verziót küldjék ki az eljárás alá vontak, mivel álláspontjuk szerint az jobban biztosíthatja a kuponok minél szélesebb körű felhasználását.⁹³

V.4. Az eljárás alá vontak vállalásának összegzése

77. Az eljárás alá vontak a VJ/16-174/2020. számú iratban nyilatkoztak, hogy a beadványuk valamennyi vállalásukat tartalmazza egységes szerkezetben, erre tekintettel korábbi beadványaik –bár tartalmukat továbbra is fenntartják – jelentőségüket veszítik, ezért kérték az eljáró versenytanácsot, hogy az ügyben kifejezetten csak a VJ/16-174/2020. számú beadványukra tekintettel hozzon döntést.⁹⁴ Az eljárás alá vontak vállalásainak összefoglalását az ütemezési és igazolási határidőkkel együtt táblázatos formában az irat 3. számú, nem betekintheső melléklete tartalmazza. Szintén nem betekintheső, személyes adatokat is tartalmaz az 5. számú melléklet, amely a kompenzációra jogosult fogyasztók listája. Az irat 4. és 6-13. számú mellékletei a különböző tájékoztatások (az értesítő, illetve az emlékeztető e-mail, a banner, a Landing Page, az első, illetve az emlékeztető Facebook és Instagram posztok, sajtóközlemény szövege, a HAM és PUSH üzenet szövege, valamint az SMS szövege) tervezeteit tartalmazzák.
78. A beadvány 14. számú melléklete tartalmazza a – lentiek szerint indokolt, illetve a jelen határozat V.5. pontjában bemutatott – kiegészítő eljárásra vonatkozó vállalást, amelynek tartalma nem betekintheső a lentiek szerinti 12 hónapos kompenzációs időszak végéig.
79. Az eljárás alá vontak a VJ/16-174/2020. számú iratban megerősítették, hogy a Bírágóközlemény 88. pontja szerint mindkét valószínűsített jogsértés-típus kapcsán elismerik a jogsértés elkövetését, továbbá nem vitatják a megállapított tényállást, valamint lemondanak a jogorvoslati jogukról a jelen határozattal szemben. A jogsértés elismerését, a tényállás nem vitatását és a jogorvoslatról való lemondást önkéntesen és feltétel nélküli módon vállalják, figyelemmel a 2021. augusztusi és 2022. januári személyes egyeztetésen elhangzottakra.
80. Az eljárás alá vontak továbbá arra az esetre is fenntartják a kuponkóddal és ennek kommunikálásával, illetve a kiegészítő eljárással kapcsolatos kompenzációs jellegű vállalásukat, amennyiben az eljáró versenytanács a 2021. augusztus 4-i személyes egyeztetésen jelzett nagyságrendű, illetve – figyelemmel különösen a megemelt garantált kompenzációs minimumösszegre, valamint a teljeskörű és feltétlen együttműködésükre – esetleg annál alacsonyabb nagyságrendű bírságot szab ki.
81. Az eljárás alá vontak kiemelték, hogy a vizsgált magatartásokkal 2020. május 12-én felhagytak, azokat semmilyen módon nem jelenítik már meg a www.alza.hu címen elérhető webshopjukban, illetve az Alza applikációban sem. Ennek a körülménynek azért is van különös jelentősége, mert a Gazdasági Versenyhivatal 2020. április 28-án tette közzé a VJ/17/2018. számú eljárásban hozott döntését, melyben először foglalt állást és adott útmutatást a piac számára az internetes térben megvalósuló agresszív kereskedelmi gyakorlatok kapcsán, ehhez képest az eljárás alá vontak szinte ezen határozat nyilvánosságra hozatalával egyidőben felhagytak a vizsgált magatartással.
82. Az eljárás alá vontak a megfelelési törekvéseik körében hangsúlyozták, hogy a fogyasztóvédelmi megfelelés fenntartása érdekében kötelezettséget vállalnak arra, hogy továbbra is minden nagyobb magyarországi, országos marketing kampányt megelőzően, illetve minden olyan új informatikai fejlesztés bevezetését megelőzően, mely a fogyasztók tájékoztatása kapcsán relevanciával bírhat,

⁹³ Az eljárás alá vontak azon kérdésére, hogy a 2021. novemberi beadványban szereplő e-mail változatok közül az eljáró versenytanács melyiket tartja elfogadhatónak, az eljáró versenytanács a 2022. január 26-án tartott szóbeli egyeztetésen jelezte (VJ/16-172/2020. számú feljegyzést), hogy az eljáró versenytanács szerint ezen kommunikációs eszköz esetében is az elvárt tartalmi sorrendiség az irányadó, ami az A verzióban nyilvánult meg.

⁹⁴ Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak ezen jelzése ellenére a korábbi vállalási nyilatkozataik, az együttműködési folyamat fenti rövid ismertetését továbbra is indokoltan tartotta, figyelemmel arra is, hogy mindez azt is szemlélteti, hogy az eljárás alá vontak részéről a tényleges, elkötelezett együttműködésre való törekvés már a versenytanácsi szak elején megkezdődött.

konzultál az adott területen szaktudással rendelkező független jogi szakértőjével, továbbá vállalja, hogy az adott ügyvédi irodával meglévő megbízási szerződésüket a határozatot követő három évig nem mondják fel, vagy felmondás esetén hasonló tartalmú szerződést kötnek más jogi szakértővel az előzetes véleményezés ellátására. Az eljárás alá vontak vállalták azt is, a véleményezéseket igazolják.

83. A fogyasztói kompenzációs vállalás kapcsán a részleteket a beadvány V. pontja rögzíti, az eljáró versenytanács a következőkben az alábbiakat kívánja kiemelni:

- Az egyedi kuponkódot minden jogosult fogyasztó közvetlen elektronikus levél formájában kapja meg, függetlenül attól, hogy rendelkeznek-e felhasználói fiókkal az eljárás alá vontak webáruházában. A fogyasztónak az egyedi kuponkódot be kell másolnia a vásárlási folyamat során megtalálható kuponmezőben, így a kedvezmény automatikusan levonásra kerül a vásárlás összegéből, amennyiben a vásárlás értéke eléri a 10.000 Ft-ot.
- A kupont a fogyasztók az egyes kampányok során leárazott termékekre is felhasználhatják, amely akciók esetén az árengedmény a honlapon megjelenített árból automatikus levonásra kerül. A kupon ugyanakkor nem lesz felhasználható olyan akciók során, amelyekben a fogyasztóknak kuponkód megadása szükséges. Ennek oka az a technikai korlát, hogy a www.alza.hu webáruház felületén egyszerre több kuponkód felhasználása nem lehetséges.
- Az eljárás alá vontak vállalják, hogy a kompenzációra fordított összeg nem lehet kevesebb, mint 450.000.000 Ft, azonban ez a garantált minimum érték nem jelenti azt, hogy amennyiben a vártnál több fogyasztó használja fel a kupont, annyiban ne adnák meg az eljárás alá vontak ezen jogosult fogyasztók számára is a 3000 Ft-os kedvezménykupont.
- A kompenzáció igénybevételének lehetőségével kapcsolatos kommunikációt az irat V. pontjának D) pontja ismerteti, kiemelve azt is, hogy a kommunikációk megszövegezésekor az alábbi elveket követik:
 - az egyes tájékoztatások, értesítések önállóan, egyedileg és nem más információhoz, reklámokhoz vagy más kampányokhoz kapcsolódva kerülnek közzétételre, megküldésre,
 - amennyiben a felhasználhatóság kapcsán kiemelésre, említésre kerül, hogy a kuponkód bármely (így akár akció) termék vásárlása esetén is felhasználható, akkor ezen tájékoztatást jól érthetően, észlelhetően követi az is, hogy más kuponkóddal együtt nem használható fel,
 - az átadott információk (minimális tartalmi elemek) sorrendje a következő lesz (ide nem értve a pusztán figyelemfelkeltő, ekként csak kevés információ átadására alkalmas azon – egy-egy mondatból álló, de a további tájékoztatásokhoz vezető linket tartalmazó – eszközöket, mint a banner, a fiók/applikációs értesítés, SMS):
 - a jóvátételre/kompenzációra és a tájékoztatásra a Gazdasági Versenyhivatal eljárása miatt kerül sor,
 - körültekintés, tudatosság fontossága a fogyasztói döntéseknél, választásoknál,
 - a kuponkódok felhasználásának feltételei (különös tekintettel az időzítésre).

84. A vállalások ellenőrizhetősége körében az eljárás alá vontak előadták, hogy a kuponkód kibocsátásának napját követően negyedévente bocsájtják a hatóság rendelkezésére a kupon felhasználásával kapcsolatos adatokat, majd az egyéves felhasználási időszakot követő három hónapon belül (nemzetközi tapasztalattal bíró) független könyvvizsgáló által auditált jelentésben számolnak be a kuponok felhasználásáról. Amennyiben a kuponok felhasználására 450.000.000 Ft-nál alacsonyabb értékben kerülne sor, a jelentésben megjelölik a maradványösszeget.

85. Az eljárás alá vont az igazolás körében azt is vállalták, hogy folyamatos magatartás (így a banner és a Landing Page közzététele) esetében több, a közzététel folyamatosságát igazoló képernyőmentést nyújtanak majd be az egyéves időtartam alatt.

86. Az eljárás alá vontak vállalták, hogy amennyiben a kuponok felhasználására 450.000.000 Ft-nál alacsonyabb értékben kerülne sor a jogosult fogyasztók által, akkor a 12 hónapos felhasználási időszakot követő könyvvizsgálat lezárultát követő 15 napon belül a különbözetet (azaz a 450.000.000 Ft és a ténylegesen felhasznált kuponok értékének különbségét) a beadvány nem betekintheső 14. számú melléklete szerinti kiegészítő eljárással (lásd a jelen határozat V.5. pontját) juttatják el a vásárlóknak.
87. Az eljárás alá vontak kiemelték, hogy amennyiben a fogyasztó a fent ismertetett kuponkódos vásárlás során gyakorolja a fogyasztó és a vállalkozás közötti szerződések részletes szabályairól szóló 45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet alapján biztosított elállás jogát, az ilyen kupon fel nem használtnak minősül. A kiegészítő eljárás előkészítésére irányuló 15 napos határidő az aláírt, hiteles, független könyvvizsgálói jelentés eljárás alá vontakkal való közlésétől indul.
88. Az eljárás alá vontak vállalják, hogy a kiegészítő eljárással kapcsolatos kommunikációk kialakítása és közzététele során az elsődleges felhasználási időszakra vonatkozó kommunikációnak megfelelő elveket követik.
89. Vállalják továbbá, hogy a kiegészítő eljárást követően a garantált minimum összegből esetlegesen még mindig fennmaradó, a kiegészítő eljárás végét követő 30 napon belül, szintén független könyvvizsgálat közreműködésével igazolt különbözetet versenyfelügyeleti bírsággént megfizetik.

V.5. Az eljárás alá vontak által vállalt kiegészítő eljárás

90. Az eljárás alá vontak [ÜZLETI TITOK].
91. Az eljárás alá vontak [ÜZLETI TITOK].
92. A [ÜZLETI TITOK].
93. Az eljárás alá vontak [ÜZLETI TITOK].
94. Az eljárás alá vontak [ÜZLETI TITOK].⁹⁵
95. Az [ÜZLETI TITOK].
96. [ÜZLETI TITOK].
97. Az eljárás alá vontak [ÜZLETI TITOK].
98. A [ÜZLETI TITOK].

VI.

Jogsabályi háttér

99. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
100. 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 cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
101. 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

⁹⁵ Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy [ÜZLETI TITOK].

elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is.

102. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerint 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.
103. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §). A (4) bekezdés szerint a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok tisztességtelenek.
104. Az Fttv. 6. § (1) bekezdés a) pontja értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére, így különösen a termék megnevezésére vonatkozó jogszabályi előírásokra – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru létezése, illetve természete vonatkozásában és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
105. Az Fttv. 8. § (1) bekezdése szerint agresszív az a kereskedelmi gyakorlat, amely – figyelembe véve valamennyi tényt – pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással, akár a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása, akár a fogyasztó zavarása révén, az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
106. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint annak megállapítására, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszív-e, figyelembe kell venni a következőket:
- a kereskedelmi gyakorlat időzítése, helye, jellege és alkalmazásának időtartama,
 - a kereskedelmi gyakorlat során alkalmazott szóhasználat vagy magatartás fenyegető, félelemkeltő vagy becsmérlő volta,
 - súlyos, a fogyasztó ítélőképességének korlátozására alkalmas, a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ismert körülmény felhasználása a fogyasztó áruval kapcsolatos döntésének befolyásolására,
 - a fogyasztó szerződéses jogainak – ideértve a szerződéstől való elállásra, valamint a másik árura vagy vállalkozáshoz való áttérésre vonatkozó jogot is – gyakorlásával szemben támasztott, indokolatlanul terhes vagy aránytalan, nem szerződéses akadály,
 - jogellenes cselekménnyel való fenyegetés.
107. 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. A (2) bekezdés szerint az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.

108. Az Fttv. 9. § (3) bekezdése értelmében (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered.
109. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
110. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint 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.
111. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének
- f) pontja alapján 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,
 - k) pontja alapján bírságot szab ki.
112. 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.
113. 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.
114. 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.
115. 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.

VII.

Az értékelés keretei

116. A jelen versenyfelügyeleti eljárásban az kerül vizsgálatra, hogy az Alza.hu, illetve az Alza.cz által alkalmazott „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*”, „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*”, „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” típusú állítások, figyelemmel a megjelenés körülményeire, illetve adott esetben az állítások mellett megjelenő más tájékoztatásokkal együtt

- valós üzenetet közvetítenek-e az egyes termékek fogyasztók közötti népszerűségével kapcsolatban, illetve ezek közül egyes állítások megfelelnek-e a valóságnak a magyarországi fogyasztók tekintetében [az Fttv. 6. § (1) bekezdés a) pontjában foglalt tényállás megvalósításának vizsgálata],
- alkalmasak-e arra, hogy a fogyasztót sürgessék a termék megvásárlására vonatkozó döntése meghozatalában, ezáltal alkalmasak-e olyan pszichés nyomásgyakorlásra, amely a döntési folyamat zavarása révén jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az áruval kapcsolatos választási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára [az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításának vizsgálata],

mely folytán a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítetik, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

VII.1. Hatály, hatáskör, illetékesség

117. A fentebb ismertetett tényállásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy az áru értékesítése és a népszerűsítésére alkalmazott tájékoztatások az Fttv. 2. §-a értelmében kereskedelmi kommunikációnak minősülnek, és olyan természetes személy fogyasztóknak szólnak, akik többek között Magyarország területén lakóhellyel, magyarországi IP címmel rendelkeznek, illetve magyarországi átvételi lehetőséggel éltek, tehát Magyarország területén fogyasztóként érintettek.

118. A kereskedelmi gyakorlat a weboldal, illetve az applikáció elindulásának időpontjától kezdődően 2020. május 12-ig az Fttv. 13. §-a értelmében folyamatos volt, mely megállapításon nem változtat az a tény, hogy technikai okokból kifolyólag kivételesen előfordulhatott olyan eset, amikor az eljárás alá vontak nem alkalmazták a vizsgált állításokat.⁹⁶

119. Az eljárás alá vontak azon hivatkozása kapcsán,⁹⁷ mely szerint a kereskedelmi kommunikáció a fogyasztóknak csak egy szűk körét érthette el, mivel az eljárás alá vontak reklámpiaci részaránya a versenytársaihoz képest alacsony, és a vizsgált kommunikáció csak a weboldalukon és az applikáción jelent meg, az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy Alza.hu webáruház 2019-ben a 4. legnagyobb forgalmú webáruház volt a GKI Digital által készített felmérés szerint.⁹⁸ Továbbá a vizsgált időszak során az eljárás alá vontak jelzése szerint több milliós nagyságrendű látogatás történt,⁹⁹ amire tekintettel az eljárás alá vontak hivatkozásával szemben az állapítható meg, hogy a kereskedelmi gyakorlat jelentős számú fogyasztót érthetett el. A kommunikáció a weboldal és az applikáció jellege folytán Magyarország egész területén, éveken át elérhette a fogyasztók széles körét, valamint a vizsgált kereskedelmi gyakorlat jelentős számú áru¹⁰⁰ esetében megvalósult. Ezekre, valamint az eljárás alá vontak jelentős árbevételeire is tekintettel a gazdasági verseny érdemi érintettsége az egyéb körülményekre tekintet nélkül fennáll. Ennek megfelelően az Fttv. 11. § (1) bekezdés a), illetve b) pontja alapján az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

120. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

⁹⁶ VJ/16-88/2020. sz. irat 2.3.1. pont és VJ/16-8/2020. sz. irat 8. kérdésre adott válasz

⁹⁷ A VJ/16-123/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 6. oldal 13. kérdésre adott (D) és (E) válasz

⁹⁸ VJ/16-124/2020. számú feljegyzés 1. melléklete

⁹⁹ A VJ/16-66/2020. és VJ/16-79/2020. sz. irat

¹⁰⁰ Az eljárás alá vontak nyilatkozata szerint a termékek széles portfólióját értékesítik, és az állítások az összes termék mintegy ötöde esetén megjelent. Lásd: VJ/16-123/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 6. kérdésre adott válasz

VII.2. Az eljárás alá vontak felelőssége

121. Az Alza.hu a vizsgált kereskedelmi kommunikációval kapcsolatban a termékeladásból jelentős árbevételre tett szert a jogsértőnek tekintett időszak alatt.
122. Az Alza.cz a vizsgálati szakban hivatkozott arra, hogy az áru értékesítése és eladásának ösztönzése csupán közvetetten áll érdekében, ennél fogva a felelőssége nem állapítható meg, és a versenyfelügyeleti eljárást vele szemben jogszerűen nem lehetett volna megindítani.¹⁰¹ E hivatkozással szemben az eljáró versenytanács rámutat arra, hogy az Alza.cz maga is elismerte, hogy érdekében állt az eljárás tárgyával összefüggésben álló termékek értékesítése, illetve bevétel szerzése.¹⁰²
123. A joggyakorlat szerint a vállalkozáscsoportok esetén a vállalkozáscsoporton belüli munkamegosztás jellegéből adódóan a közvetlen érdekelttség megállapíthatósága nem feltételezi, hogy a vállalkozáscsoportnak a kereskedelmi kommunikáció tartalmának kialakításában, annak megjelentetésében, fogyasztók általi megismertetésében közvetlen szerepet betöltő tagja közvetlenül részesüljön az adott termék értékesítéséből származó bevételből.¹⁰³ Erre tekintettel az eljáró versenytanács rámutat arra, hogy az Alza.cz közvetlen érdekelttsége még a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal érintett termékek értékesítéséből származó közvetlenül hozzá befolyó bevétel hiányában is megállapítható az alábbi körülmények miatt.
124. A kereskedelmi gyakorlat megalkotója az Alza.cz volt, és a kereskedelmi kommunikáció alapját képező ötlet megvalósítását az Alza.cz vezető tisztségviselője hagyta jóvá. A konkrét állítások és koncepció alapjául szolgáló feladatkiírás, illetve algoritmus az Alza.cz tevékenysége során készült. A feladatkiírás alapján az Alza.cz a vizsgált kereskedelmi gyakorlat alkalmazása folytán a www.alza.hu weboldal vonatkozásában (is) kívánta az eladást ösztönözni.¹⁰⁴ Mindezek mellett az www.alza.hu és az Alza applikáció üzemeltetője az Alza.cz,¹⁰⁵ és az Alza csoport weboldalainak keretrendszerét, arculatát az Alza.cz képezi, azzal, hogy a különböző weboldalak mind tartalmilag, mind formailag szinte teljes egyezést mutatnak.¹⁰⁶
125. Mindezek alapján megállapítható, hogy az Alza.cz célja forgalomnövelő hatás elérése volt a vizsgált kereskedelmi kommunikáció kialakítása és folyamatos működtetése által. A vállalkozáscsoporton belüli munkamegosztás folytán azonban egyes, helyileg könnyebben megszervezhető tevékenységeket, mint például egyes áruk tárolását, raktározását,¹⁰⁷ kiszervezte a leányvállalata számára. Egyes részfeladatok kiszervezése azonban nem jelenti az áruk eladásához és értékesítéséhez fűződő közvetlen érdekelttségének megszűnését.
126. Mindezekre tekintettel az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével az Alza.hu és az Alza.cz felelőssége is egyértelműen megállapítható, mert az áruk értékesítése, eladásának ösztönzése mindkét vállalkozás közvetlen érdekében állt.

VII.3. Az érintett fogyasztók, célcsoport

127. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban az eljárás alá vontak kereskedelmi gyakorlatával azok a magyarországi fogyasztók érintettek, akik érdeklődnek az online vásárlás iránt. Az online vásárlás körében nem azonosítható olyan fogyasztói célcsoport, amely a kereskedelmi gyakorlat szempontjából különösen kiszolgáltatott lenne, ezért ezen fogyasztók értékelésére az Fttv. 4. § (1)

¹⁰¹ VJ/16-11/2020. sz. irat 1.5.1. pont

¹⁰² VJ/16-11/2020. sz. irat 1.5.1. pont

¹⁰³ A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései I.9.6. (VJ/10/2014.)

¹⁰⁴ VJ/16-66/2020. sz. irat 5. oldal 3.1. és 3.2. pont és VJ/16-46/2020. sz. irat 5. kérdésre adott válasz, VJ/16-49/2020. sz. irat 3. oldal

¹⁰⁵ VJ/16-66/2020. sz. irat 5. oldal és VJ/16-85/2020. sz. irat 1. kérdésre adott válasz

¹⁰⁶ VJ/16-66/2020. sz. irat 5. oldal 1.1-1.2. pont és a VJ/16-125/2020. sz. irat mellékletei

¹⁰⁷ Lásd különösen az „Átvehető azonnal a Budapest-bemutatóterem átvevőhelyen” nevű állítást, amely a VJ/16-125/2020. sz. irat 1. mellékletének számos képernyőképén látható, továbbá bővebben lásd az egyes keretszerződéseket az Alza.cz és Alza.hu között a VJ/16-66/2020. sz. iratnál

bevezetésében rögzített általános szabályok szerint kerül sor, azaz az észszerűen eljáró átlagfogyasztó magatartását kell alapul venni a kereskedelmi gyakorlat megítélése során.

128. Az eljárás alá vontak – habár elismerték, hogy az Fttv. 4. § (1) bekezdésében bemutatott, általában elvárható gondossággal eljáró fogyasztói magatartás tekintendő kiindulópontnak¹⁰⁸ – a vizsgálati szakban hivatkoztak arra is, hogy szerintük az interneten vásárlók tájékozottabbak és körültekintőbbek, amely elsősorban az interneten elérhető ár-összehasonlító oldalak használatának köszönhető.¹⁰⁹
129. Az eljáró versenytanács nem értett egyet az eljárás alá vontak azon megállapításával, hogy az érintett fogyasztók körében a fogyasztói tudatosság magasabb fokú lenne az átlagosnál: sem a heterogén célcsoport, sem a jellemzői fogyasztói magatartás, sem a pszichés nyomásgyakorlás tényállása, sem pedig a fogyasztói kereslettel/érdeklődéssel kapcsolatos információk tartalma alapján nem lehet erre, illetve a tudatosság relevanciájára következtetni.
130. A GKI Digital kutatása¹¹⁰ megállapította, hogy a felnőtt korosztály minden szegmenséből azonosíthatók az eljárás alá vontaknál vásárló fogyasztók, az ország bármely pontján. Az eljárás alá vontak a termékek széles körét értékesítik, melynél fogva a fogyasztók széles és változatos köre érdeklődhet a termékek iránt. A fogyasztói csoport korosztályban, lakóhelyben, végzettségben, stb. változatos jellege miatt nem azonosítható egyértelműen a fogyasztói csoport minden részére kiterjedően a magasabb tudatossági szint fennállása. Továbbá a vizsgált időszak egy része a koronavírus járvány időszakára esett, melynek következtében a járvány miatt jelentős bővülést mutató online kereskedelem¹¹¹ révén olyan fogyasztók is találkozhattak a vizsgált kommunikációval, akik ezt megelőzően ritkábban, vagy egyáltalán nem vásároltak interneten keresztül, így kevesebb tapasztalattal rendelkeztek az online vásárlásban.
131. Az eljárás alá vontak a vizsgálati szakban hivatkoztak a Gazdasági Versenyhivatal Digitális Összehasonlító Eszközökkel (a továbbiakban: DÖE) kapcsolatban lefolytatott kutatására, mely szerint „*kiskereskedelmi termékek esetén viszonylag ritka, hogy a vásárlók mindössze egyetlen forrásból tájékozódnak, az esetek kétharmadában a DÖE oldalt keresik fel elsőként a vásárlási igény felmerülésekor*”, és „*a felhasználók többsége számára (87%) a DÖE oldalak felkeresése elmaradhatatlan kiskereskedelmi termékek vásárlása esetén*”.¹¹² Az eljáró versenytanács e körben megjegyzi, hogy a jogsértés megállapíthatósága, az ügyleti döntés torzíthatóságának a kérdése attól független, hogy a fogyasztók hogyan, milyen tájékozódási vagy keresési folyamattal, reklámkampány hatására vagy egy termékösszehasonlító felületről, esetleg a honlap vagy az applikáció közvetlen felkeresésével, használatával jutnak el a vizsgált kereskedelmi gyakorlathoz, az egyes termékoldalakon megjelenő állításokhoz. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban a jogsértés lényege éppen abban áll, hogy az eljárás alá vontak a weboldalukon és az applikációban érdeklődő fogyasztót tisztességtelen eszközökkel ki akarták zökkenteni a döntéshozatal – adott esetben hosszadalmas – folyamatából, és az alkalmazott üzenetekkel még azokat a fogyasztókat is az impulzusvásárlás felé akarták átbillenteni, akik egyébként a vizsgált kommunikációs gyakorlat hiányában tovább tájékozódtak volna az érintett termékekkel (vagy akár az adott webáruházzal, például annak szállítási vagy egyéb feltételeivel) kapcsolatban.
132. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a sürgető jellegű állítások vizsgálatakor a fogyasztói tudatosság szintje egyébként sem bírhat relevanciával. A piacon ismert, a határozat tényállási részében ismertetett marketing technikák ugyanis legtöbb esetben éppen a fogyasztó tudat alatti, érzelmi szintjén kívánják befolyásolni a fogyasztói döntéshozatalt. Ilyen esetekben a kifogásolt

¹⁰⁸ VJ/16-45/2020. sz. irat 1.2.1. pont

¹⁰⁹ VJ/16-101/2020. sz. irat 4. oldal 6.5. 6.6. pont

¹¹⁰ Lásd az érintett piac részben bemutatott adatokat

¹¹¹ https://gkidigital.hu/2020/09/02/koronavirus_e-kereskedelem_oki_2020/

¹¹² A digitális összehasonlító eszközök fogyasztói döntésre gyakorolt hatásai feltárására irányuló piacelemzés eredményeit bemutató tanulmány 89. és 91. pont

magatartás nem egy megtévesztő mulasztásban vagy egy téves tájékoztatásban valósul meg, azaz nincs olyan hiányzó ismeret, tapasztalat, tudás, illetve kiegészítő, pontosító vagy helyreigazító információ, amely valamilyen módon orvosolhatná tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint általánosságban elmondható, hogy az agresszív kereskedelmi gyakorlatok, különösen pedig a pszichés nyomásgyakorlás esetében nincs jelentősége a fogyasztói tudatosságnak (bár annak hiánya megkönnyítheti a nyomásgyakorlást), ugyanis a fogyasztó zavarásának (elsősorban pszichés) eszközei bármely fogyasztóra egyformán hathatnak. A pszichés nyomásgyakorlástól (lásd annak Fttv. mellékletében felsorolt eseteit) éppen azért indokolt a fogyasztókat védeni, mert ezen eszközökre nem tud a fogyasztó felkészülni, nem tudja ezeket racionálisan eljárva sem elkerülni (ide nem értve a fogyasztói bizalmatlanság nem kívánt eseteit), hiszen ezen eszközök éppen hogy nem a józan észre, a racionális megfontolásokra, hanem az érzelmekre, az érzésekre, a lelkiismeretre, a tudatalattira stb. hathatnak.¹¹³

133. Nem állapítható meg az eljáró versenytanács szerint az esetleges tudatosság relevanciája a fogyasztói kereslettel, illetve érdeklődéssel kapcsolatos információk valóságtartalmának kapcsán sem: egyrészt nem elvárható a fogyasztóktól, hogy az egyes állítások valóságtartalmát vitatva a valós információknak maguk járjanak utána¹¹⁴ (különösen nem olyannak, amihez nem is férhetnek hozzá, illetve amit maguk az eljárás alá vontak is kértek üzleti titoknak tekinteni), másrészt látható, hogy a célesoportnak csak egy igen csekély része jutott el a „*Gyakran ismételt kérdések*” között megtalálható magyarázatokhoz (és ezen fogyasztók is számos további kérdésre is kereshettek választ).
134. Mindezekre tekintettel jelen eljárásban az eljáró versenytanács az Fttv. 4. § (1) bekezdésben körülírt, általában elvárható gondossággal eljáró fogyasztó magatartását veszi alapul, és az érintett fogyasztókat nem tekinti úgy, hogy a tudatosság magasabb szintjével rendelkeznének.

¹¹³ VJ/64/2017. számú ügyben hozott határozat

¹¹⁴ A gyakorlat szerint észszerűen jár el az a fogyasztó, aki nem kételkedik a reklámok által nyújtott tájékoztatásban, a reklámozó szavahihetőségében, hanem a reklámokat egy észszerűen költségghatékony tájékoztató 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 költségghatékony megoldásokat keres, s ezek között - számára költségmegtakarítást eredményezően - a fogyasztó valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában. A Fővárosi Bíróság a 18.K.31.273/2011/8. számú ítéletében leszögezte, nem tekinthető átlagfogyasztónak az, aki a szolgáltatás reklámjából rögtön arra a következtetésre jut, hogy akkor jár el észszerűen, ha ellenőrzi a reklámban foglaltak tartalmát, illetőleg további tájékoztatást vesz igénybe. Ahogy arra a Fővárosi ítélet táblája 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 valóságnak 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.

VII.4. Az ügyleti döntés

135. A Gazdasági Versenyhivatal következetes gyakorlata szerint a jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma már a figyelemfelkeltéssel kapcsolatban is érvényesülést kíván. Az eljáró versenytanács utal ebben a körben az Európai Bíróság egy előzetes döntéshozatal iránti kérelem kapcsán 2013. december 19-én hozott ítéletére,¹¹⁵ melynek megállapítása szerint az ügyleti döntés fogalma alá tartozik nem csupán az arra vonatkozó döntés, hogy a fogyasztó megvásároljon-e vagy sem egy terméket, hanem „*az ilyen döntéssel közvetlen kapcsolatot mutató döntésre is, például arra vonatkozólag, hogy a fogyasztó belépjen-e az üzletbe.*”

136. Fentiekből következően a fogyasztói figyelem felkeltése sem történhet tisztességtelen módon, utóbb a vállalkozás sem hivatkozhat arra, hogy a figyelem – tisztességtelen – felkeltését követően a fogyasztónak volt reális lehetősége tájékozódásra, sőt, az tőle el is volt várható, hiszen ilyen esetben a vállalkozás felkereséséről, további információk beszerzéséről egy tisztességtelen figyelemfelkeltést követően dönt a fogyasztó. A fogyasztók felé irányuló kommunikációval szemben egyértelmű követelmény, hogy annak alapján a fogyasztó reális képet alkothasson az adott termékről (áruról, szolgáltatásról), a vállalkozásról, a tájékoztatás tartalmáról.

137. A jelen eljárásban a fogyasztó releváns ügyleti döntésének minősül többek között:

- az eljárás alá vontak weboldalán és applikációjában folytatott keresés,
- az említett keresést követően a weboldalon, illetve az applikációban maradás, továbbhasználat, egyes összehasonlító oldalak vagy más versenytársak weboldalainak használata, illetve offline vásárlásra áttérés helyett,
- a keresési folyamat során megjelenő információkra – például a termék elérhetőségére, népszerűségére – figyelemmel a termék aloldalának részletesebb megtekintése, illetve a termék aloldalán maradás,
- az eljárás alá vontak weboldalán vagy applikációjában egy termék megvásárlásának megkezdése (a termék kosárba rakása), illetve a vásárlás véglegesítése.

138. Az eljárás alá vontak hivatkoztak arra, hogy a fogyasztók magasabb tudatossági szintje és az összehasonlító oldalak használata folytán a vizsgált kereskedelmi gyakorlat nem készítette a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára, amelyet egyébként nem hozott volna meg.¹¹⁶ E körben az eljáró versenytanács visszautal az előző részben a magasabb tudatossági szint hiánya körében kifejtettekre. Továbbá utal arra, hogy az eljárás alá vontak a vizsgált kereskedelmi kommunikációval érintett termékek értékesítése kapcsán jelentős árbevételre tettek szert a vizsgált időszak folyamán, és a vizsgált kereskedelmi gyakorlat eljárás alá vontak által deklarált célja az eladás ösztönzése volt,¹¹⁷ amely egyértelműen a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolását, az arra való alkalmasságot jelenti.

VII.5. Az egyes magatartások értékelése

139. A jelen ügyben részben összefüggő magatartások két szempontból történő vizsgálatára került sor. Ennek a körülménynek alapvető jelentősége van, ugyanis rávilágít arra, hogy egy-egy magatartás többféle szempontból is értékelhető, vizsgálható (egyszerre). Azon állítások, amelyek kapcsán

¹¹⁵ Az Európai Bíróság ítélete a C-281/12. számú ügyben.

¹¹⁶ VJ/16-101/2020. sz. irat 6.5-6.6. pont

¹¹⁷ Az üzenetek alapjául szolgáló feladatkiírás megvalósítása esetére előnyként forgalom-növekedést prognosztizált, lásd VJ/16-49/2020. sz. irat 3. oldal

felmerült valótlanságuk miatti megtévesztő voltuk, egyben részét képezték annak a (komplex) gyakorlatnak is, amely összességében, összhatásában alkalmas lehet pszichés nyomásgyakorlásra.

140. Az eljáró versenytanács szerint egy-egy termék vagy szolgáltatás aktuális elérhetősége, megszerezhetősége lényeges, a fogyasztói magatartást meghatározó jellemző. A kiegyensúlyozott, torzítatlan ügyleti döntés szempontjából számos általános elvárás fogalmazható meg a termékek, illetve a szolgáltatások (akár online, akár offline) elérhetőségének, hozzáférhetőségének kommunikációjával kapcsolatban. Elmondható, hogy terméktől és csatornától függetlenül az objektív tájékoztatás segíti az ügyleti döntést, és sérülhet az ügyleti döntés befolyásmentessége, ha a tájékoztatás valótlán elemet tartalmaz vagy kiegyensúlyozatlan. Az elérhetőség szempontjából a korlátozott hozzáférhetőség, a szűk készletek kommunikálásának a hiánya és a szűkösségre való, hangsúlyos vagy túlzó utalás is aggályos lehet az ügyleti döntés torzítása szempontjából, ahogyan problémás lehet a valótlán adatok közzététele és a valós, de valamilyen módon (akár megjelenítési módjára vagy összefüggéseire tekintettel) megtévesztő információk közlése is.
141. Egy termékről szóló tájékoztatás közreadásával egy piaci szereplő (legyen az egy webáruház vagy egy offline bolt) azt üzeni, hogy a tájékoztatásban szereplő termék megvásárolható (akár akciós vagy akción kívüli ajánlatról van szó). Az pedig kétségtelenül egy termék lényeges jellemzőjének számít, hogy a termék a vásárlás/megrendelés után azonnal vagy az eladó által előre jelzett időpontban elvihető-e/beszerezhető-e vagy várni kell rá, illetve hogy a megrendelést követően kiderülhet-e, hogy a termék kiszállítása, átadása valamilyen oknál fogva a vártnál később vagy egyáltalán nem történik meg. Egyértelműen megfogalmazható elvárás az is, hogy a piaci szereplők csak valós korlátozottságot kommunikáljanak: ügyleti döntés torzítására alkalmas tájékoztatás lehet, ha úgy hirdet meg egy vállalkozás egy „*csak most, csak ma*” típusú akciót vagy egy végkiárusítást,¹¹⁸ hogy valójában az akciós készletek nem korlátozottak, illetve ha az akciós ajánlat időbeli korlátozottsága¹¹⁹ csupán egy (online) marketingeszköz, de ténylegesen nem érvényesül. Indokolatlanul és sérelmesen sürgető hatású, így jogsértő lehet azonban az is, ha egy vállalkozás a kínálata valós korlátozottságát, a lehetséges készlethiányt jeleníti meg hangsúlyosan, tartalmi és formai nyomatékkal, szubjektív elemekkel, úgy, hogy az nem a fogyasztók objektív tájékoztatását szolgálja, hanem éppen hogy megzavarja a fogyasztói döntést.¹²⁰
142. Az Fttv. számos rendelkezése reflektál a hozzáféréssel, az elérhetőséggel kapcsolatos sérelmes kereskedelmi gyakorlatokra. Az Fttv. 6. §-ának alkalmazásában a termékek lényeges jellemzőjének minősül pl. azok mennyisége, szolgáltatásának időpontja vagy beszerezhetősége, de az Fttv. 7. §-a szerinti megtévesztő mulasztás kapcsán – az előzőeken túl – a szabályozás a vásárlásra való felhívás esetére mindenképpen jelentős információnak rendeli a szállítás és teljesítés – szakmai gondosság követelményétől eltérő – feltételeit is. Kiemelendő továbbá, hogy az Fttv. mellékletében több olyan tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat került felsorolásra (lásd az 5., 6., 7., 15. és 18. pontokat), amelyek elérhetőséggel, hozzáférhetőséggel kapcsolatosak és amelyek esetében a sérelem forrása a korlátosság elhallgatása (becsalogatás) vagy hamis üzenete (végkiárusítás, sürgetés).
143. Az eljárás alá vontak előadták, hogy nehéz naprakész információt adni a fogyasztói érdeklődésről, a forgalomról. Ezen nyilatkozat kapcsán az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy nem is elvárt, hogy ilyen információt biztosítsanak fogyasztók felé: a lényeg ugyanis az, hogy elérhető-e a termék vagy sem, rendelkezik-e megfelelő készletekkel az adott webáruház az adott termékből a fogyasztói igény kielégítésére (a készletek biztosítása a vállalkozások felelőssége). Amennyiben azonban mégis a naprakész információ ígérését fogalmazza meg (a keresletéről, a forgalmáról, az érdeklődő fogyasztókról) egy vállalkozás a fogyasztóinak, akkor azt tényszerűen, objektíven és időszerűen kell biztosítani, ugyanis ezen információk megjelenítésük révén – a fogyasztói bizalom,

¹¹⁸ VJ/59/2010. számú versenyfelügyeleti eljárás

¹¹⁹ Vj/140/2015. számú versenyfelügyeleti eljárás

¹²⁰ Vj/17/2018. számú versenyfelügyeleti eljárás

a hitelesség megerősítése által – fontos szerepet tölthetnek be a fogyasztók ügyleti döntéseiben (azok gyorsaságában, gyakoriságában).

144. Az eljárás alá vontak hivatkoztak arra is a vizsgálati szakban, hogy a fogyasztók nagyon nagy részben használnak összehasonlító felületeket. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy ezen oldalak esetében az árak összevetése a leggyakoribb eszköz, így ha a fogyasztó egy ilyen összehasonlító felületről jut el az alza.hu oldalra, akkor ott a kereslet és az érdeklődés magasabb, illetve a készlet alacsonyabb adatait látva ezen információk megerősítik benne, hogy azon a kedvező áron, amely miatt az alza.hu oldalra jutottak már csak korlátozottabb ideig lehet elérhető a termék (a készletre vonatkozó információk ugyanis nem pusztán a termék elérhetőségét, hanem a termék adott – kedvező, akciós – áron való elérhetőségét is jelentik).

VII.5.1. Az állítások Fttv. 6. § (1) bekezdése szerinti értékelése

VII.5.1.1. Az állítások fogyasztók által észlelt tartalma, jelentése az állítások megtévesztő jellegéhez kapcsolódóan

145. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az Fttv. 6. § (1) bekezdés a) pontjában foglalt tényállás körében szükséges a vizsgált állítások fogyasztók által érzékelt üzenetének azonosítása.
146. Az „A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket” és a „Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket” állítások tartalmukat tekintve az érintett termék adott héten, illetve adott napon történt értékesítésére vonatkozó információt, míg a „Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt” állítás nem a termék értékesítésére, hanem a termék iránt aktuálisan érdeklődő többi fogyasztó számára vonatkozóan közvetít információt a fogyasztó számára.
147. Az átlagos fogyasztó az ügyfél kifejezést feltehetőleg kifejezetten a saját helyzetéhez hasonló helyzetben lévő fogyasztóval azonosította (saját vásárlói közösségével), és nem pedig fogyasztónak nem minősülő, vállalati ügyfelekre asszociált.
148. A fogyasztók az állításban szereplő szavak általános jelentése és az állítások megjelenésének környezete, egyéb jellemzői miatt észszerűen eljárva csak úgy értelmezheték az állításokat, hogy azok kifejezetten és kizárólag a magyarországi fogyasztókra vonatkoznak, mivel
- az állítások magyar nyelven jelentek meg,
 - a weboldal .hu végződésű, magyar nyelvű oldal, és az applikáció is magyar nyelven érhető el, ezért különösen a termék neve és leírása mind a weboldalon, mind az applikációban magyar nyelven érhetőek el,
 - a kommunikáció kifejezetten magyar fogyasztókat célozott, és egyes ajánlatok kifejezetten a magyar fogyasztók aktuális igényei miatt kerültek promócionálásra,¹²¹
 - a weboldalon egyes termékek esetén külön magyar zászló ikon megjelenítése mellett hívták fel a fogyasztó figyelmét arra, hogy az eszköz szoftvere, billentyűzete magyar nyelvű,¹²²
 - a weboldalon a termékek ára mindig forintban jelent meg,
 - a weboldalon az állítások mellett szereplő egyéb információk számos alkalommal nemcsak kiszállítási lehetőségről, hanem kifejezetten magyarországi, akár azonnali átvételi lehetőségről tájékoztatták a fogyasztót,¹²³

¹²¹ Az eljárás alá vontak példaként említették, hogy ha meleg van Magyarországon akkor légkondicionáló berendezéseket hirdetnek, míg ha Csehországban éppen esik, akkor vásznakot érintő promóció fut. Ugyanez a specializálódás megvalósul, amennyiben a különböző országokban a fogyasztók eltérő termék, illetve márka preferenciával rendelkeznek. Lásd VJ/16-46/2020. sz. irat 8/B. kérdésre adott válasz

¹²² Lásd például a VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 1., 6., 33., 42. oldalon látható termékek esetén

¹²³ Lásd: „Átvehető azonnal a Budapest – bemutatóterem átvevőhelyen” állítás, például a VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 1. oldalán

- az eljárás alá vontak egyik vizsgált állításban sem specifikálták, hogy az állítás nemcsak a magyarországi, hanem az Alza csoport által valamennyi országban történt eladás, illetve érdeklődők számát tükrözi,
- a fogyasztóktól nem elvárható, hogy ismerjék az eljárás alá vontak vállalkozáscsoportját, így azon országok körét, ahol a csoport szolgáltatást nyújt, így akkor is sajátos értelmezést (például a potenciális ügyfélkör terjedelmének ismeretét) kívánna a teljes forgalomra, keresletre való utalás, ha ezt az eljárás alá vont egyértelműen megtették volna a kereskedelmi gyakorlatban (és nem csak közvetetten a „*Gyakran ismételt kérdések*” között található magyarázók közt, a szerviz almenüben elrejtve), továbbá
- sem a weboldalon, sem az applikációban az állításokkal azonos felületen nem hívták fel a fogyasztók figyelmét arra, hogy a termék adott esetben egy közös európai raktárból kerül kiszállításra.

149. Az „*A héten...*” fordulat a fogyasztók számára a szavak általános jelentése szerint az adott naptári hétre vonatkozik. Tehát amennyiben az „*A héten*” fordulatot szerdán olvasták, akkor a fogyasztók a hétfő-kedd-szerda időtartamot értették ez alatt. Ha vasárnap olvasták, akkor a hétfőtől vasárnapig tartó időtartamot jelentette számukra. Ha viszont hétfőn olvasták, akkor csak a hétfőn 0:00 órától kezdődően értékesített adatokat jelentette a fogyasztók számára. Az állítás csak akkor jelentette volna a szavak általános jelentése szerint azt, hogy a megjelenített adatokban legalább részben az előző heti adatok is benne foglaltatnak, ha például úgy lettek volna megfogalmazva, hogy „*Az elmúlt hét napban X ügyfél vásárolta meg*”, vagy „*Az elmúlt hét napon X ügyfél vásárolta meg a terméket.*” Az ilyen állítás ugyanis – az eljárás alá vontak által alkalmazott állítással szemben – kifejezetten hét darab napra, és nem pedig a naptári értelemben vett, hétfőtől vasárnapig tartó hétre vonatkozik. Itt szükséges azt is megjegyezni, hogy az elmúlt hét nap és az elmúlt (teljes) hét értelmezése azon különbségtételt is magába foglalja, hogy a heti eredményeket értelemszerűen csak azonos időszakokra lehetséges összevetni.
150. A „*Ma X ügyfél vásárolta meg...*” fordulat a fogyasztók számára a szavak hétköznapi jelentése szerint azt jelenti, hogy az adott naptári napon, vagyis 0:00-tól kezdődően a fogyasztó által az érintett termék megtekintésének időpontjáig mennyi értékesítés történt. Tehát ha a fogyasztó reggel 10:00 órakor látta az állítást, akkor az állítás jelentése az volt számára, hogy éjfélől reggel 10 óráig összesen ennyi darab vásárlás történt ebből a termékből.
151. A „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik...*” fordulat a fogyasztók számára a szavak hétköznapi jelentése szerint azt jelenti, hogy a fogyasztóval párhuzamosan, a fogyasztóval egyidejűleg egy másik fogyasztó is épp ezt a terméket tekinti meg, ennek a terméknek a leírását olvassa stb.
152. Az eljáró versenytanács egyetértett az eljárás alá vontakkal, hogy az állítások összességükben az érintett termék népszerűségével kapcsolatban tájékoztatják a fogyasztókat. Egyúttal az eljáró versenytanács a piacon ismert marketing technikák részénél ismertettekkel tekintettel utal arra, hogy a vizsgált állításokhoz hasonló állítások a fogyasztók számára nem csupán a termék népszerűségét fejezik ki. A fogyasztók a vizsgált állításokhoz hasonló állításokhoz hajlamosak a termék (jó) minőségére vagy egyéb tulajdonságára következtetni, holott önmagában az eladott darabszám vagy az érdeklődők (jelentős) száma nem feltétlenül tükrözi vissza azt, hogy a termékkel a vásárlást követően utóbb elégedett volt-e a vásárló, vagyis a terméket jónak találta. Az eljárás alá vontak által elismerten¹²⁴ a céljuk a vizsgált állítások alkalmazásával éppen ennek a jelenségnek a kihasználása volt.
153. Az eljáró versenytanács utal az Fttv. 8. §-ában foglalt tényállás megvalósítása kapcsán a későbbiekben leírtakra a vizsgált állítások – fentiekben túlmenően megállapítható – fogyasztókat

¹²⁴ A VJ/16-123/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 3. oldal 9. kérdésére adott válasz: „*Az adott termék iránt érdeklődő fogyasztók száma segít a vásárlóknak, hogy betekintést nyerhessenek a termék piaci trenden való pozícionálására: a mások által is jónak talált termék megvásárlása vélhetően számára is előnyös.*”

sürgető, zavaró jellegével kapcsolatban, melyet kizárólag a jogi értékelés tényállásonként elkülöníthetősége érdekében nem ezen a ponton ismertet.

VII.5.1.2. Az „A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket” és a „Ma X ügyfél vásárolta meg ezt” állítások megtévesztő jellegével kapcsolatos megállapítások

154. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a vizsgált állítások megtévesztő jellege tettenérhető az állítások szöveges tartalma alapján megállapítható, általános fogyasztói értelmezésnek az állításokban szereplő számadatok alapjául szolgáló adatokkal és számítási módszerrel történő összevetése révén.
155. Az „A héten X ügyfél...” és a „Ma X ügyfél...” kezdetű állítások esetében az eljáró versenytanács szerint a megtévesztő jelleg lényege abban rejlik, hogy az állításban feltüntetett számadat a vállalkozáscsoport által valamennyi európai országban történt, az állítás alkalmazását megelőző 14 napban eladott termék darabszámán alapuló átlagszámítás eredménye,¹²⁵ szemben azzal, hogy a fogyasztók az állítás szöveges tartalma és környezete alapján arra számítanak, hogy az állításokban az adott héten, illetve adott napon vásároló magyarországi fogyasztók számának összege jelenik meg.
156. Az állítások megtévesztő jellege tehát több okból kifolyólag is fennáll.
157. A megtévesztő jelleg fennáll egyrészt arra tekintettel, hogy nem az adott napi, illetve az adott heti adatok összegét látják a fogyasztók az állításban, hanem két heti adatok alapján számított átlagokat. Az eljáró versenytanács rámutat, hogy az alkalmazott állítások, illetve azok közvetlen környezete semmilyen formában nem utal arra a fogyasztó számára, hogy nem az állítás alapján a fogyasztó számára egyértelműen behatárolható időtartamban keletkezett adatokat mutatják be. A fogyasztóban az állítások megfogalmazása folytán további információ keresés-kutatás nélkül fel sem merülhetett az, hogy az adatok két heti időszak napi, illetve heti átlagát mutatják be. A fogyasztóban csak akkor merülhetett volna fel az, hogy hosszabb időszak alapján számolt átlagszámokat lát az állításokban, ha az állítások például úgy lettek volna megfogalmazva, hogy az elmúlt hetekben átlagosan X fogyasztó vásárolta meg ezt a terméket, illetve az elmúlt napokban átlagosan X fogyasztó vásárolta meg ezt a terméket.
158. A versenytanácsi és a bírói joggyakorlat által is megerősített elv az, hogy a fogyasztótól nem várható el, hogy az adott reklám tartalmában kételkedjen, annak tartalmát ellenőrizze, illetve az azzal ellentétes körülményeket keresse, kutassa.¹²⁶ A jogsértés a megtévesztő tartalmú állítás közzétételével megvalósul. Azt nem teszi semmissé és nem szolgálhat az eljárás alá vontak számára kimentésként az, hogy az állítások alapjául szolgáló számítás módszerét egyébként más felületen, a gyakran ismételt kérdések részben ismertették. Az észszerűen eljáró fogyasztó ugyanis nem köteles az állítás megismerését követően az eljárás alá vontak egyéb felületein – az állítás tartalmát kétségbe vonva – tovább tájékozódni az állítással kapcsolatban, és megállapítható, hogy a fogyasztók döntő többsége nem is tájékozódott a gyakran ismételt kérdések aloldal tartalmáról.¹²⁷
159. A megtévesztő jelleg fennáll másrészt arra tekintettel, hogy az állításban szereplő számadatok figyelmen kívül hagyják az állítás napján történt tranzakciók számát. A fogyasztó a fent bemutatottak szerint kifejezetten az adott napon és adott naptári héten vásároló fogyasztókra asszociál az állítások alapján. Vagyis míg a „Ma X ügyfél vásárolta meg...” állítás esetén kifejezetten az adott napon 0:00 órától kezdődően a fogyasztó megtekintéséig bezárólag vásárló fogyasztók számára számít, az „A

¹²⁵ Az eljárás alá vontak bemutatják az állítások alapjául szolgáló számolást (VJ/16-118/2020. sz. irat), amely lényegében megegyezik az eljárás alá vontak által a gyakran ismételt kérdések felületén ismertett számítási módszerrel, VJ/125/2020. sz. irat 6. melléklet 3-5. oldal.

¹²⁶ Lásd például a Kúria VJ/113/2010. számú eljárás kapcsán kelt Kfv. III.37.020/2014/5. számú ítéletének 8. oldalát és a Gazdasági Versenyhivatal versenytanácsának a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel (...) kapcsolatos elvi jelentőségű döntéseinek I.4.12. pontját (VJ/17/2015.)

¹²⁷ A vizsgált időszakban a www.alza.hu weboldalon tett látogatások száma nagyságrendileg többszöröse a gyakran ismételt kérdések aloldalakat látogatók számának. A számításokkal kapcsolatban lásd különösen a vizsgálati jelentés 3. mellékletét.

héten X ügyfél vásárolta meg...” állítás esetén az adott hét hétfőjének 0:00 órájától kezdődően vásárló fogyasztók számára asszociál, és a fogyasztó csak akkor számít több nap alatt vásárló fogyasztók számának megjelenítésére, ha legalább kedden vagy ezt követően találkozik az állításokkal. Ezzel szemben az előzetes álláspont IV. részében bemutatott (a jelen határozatban IV.4. pontjában csak hivatkozott), 2019. október 28-án alkalmazott konkrét állításokról szóló táblázatból egyértelműen kiderül, hogy annak ellenére, hogy a vizsgáló kifejezetten a 2019. október 28-án (hétfőn) alkalmazott állítások alapjául szolgáló adatok bemutatását írta elő az eljárás alá vontak számára, a számolás alapját képező adatként az eljárás alá vontak csak olyan adatot, tranzakciót, illetve darabszámot mutattak be, amely legkésőbb 2019. október 27-ig, vagyis egy nappal korábban bezárólag keletkezett. Az eljárás alá vontak által az állítások alátámasztására szolgáló adatok tehát már ennél a körülménynél fogva sem lehetnek alkalmasak arra, hogy a 2019. október 28-án konkrétan megjelenített állításokat bármilyen módon alátámasszák.

160. A megtévesztő jelleg fennáll harmadrésről azért, mert az Alza vállalkozáscsoport számára az összes európai országban keletkezett adatok képezik az állításokban szereplő számok kiindulópontját, miközben a fogyasztó kifejezetten magyarországi adatokra számít. E körben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy nem ért egyet az eljárás alá vontak azon hivatkozásával,¹²⁸ hogy nem sugalmazták, hogy a kommunikáció csak magyarországi eladásokat jelentene, és éppen az lett volna a megtévesztő, ha csak a magyar eladásokat tüntetik fel, nem pedig az összeurópai adatokat. Az előző részben ismertetettek szerint ugyanis az állítás nyelvéből és környezetéből számos elem külön-külön és összességében értékelve is azt sugallta a fogyasztók számára, hogy a weboldalon és az applikációban megjelenített termékek, ajánlatok kifejezetten a magyar közönség számára érhetőek el, ezáltal a termékekhez kapcsolódó állításokban megjelenő adatok is csak a magyarországi értékesítési adatokat tükrözhetik. Például több esetben külön magyar zászló ikon mellett feltüntetésre került az az állítás, hogy az eszköz magyar nyelvű billentyűzettel, vagy szoftverrel rendelkezik, amely körülmény egyértelműen kizárta a fogyasztó számára, hogy például cseh fogyasztók igényével számoljon az adott termék kapcsán. A vizsgáló által készített képernyőképeken és képernyőfelvételeken sem magában az állításban, sem az állítás közvetlen környezetében nem azonosítható egyetlen olyan elem, fordulat, jelölés, stb. sem, ami kifejezetten arra utalt volna, hogy a Magyarországon kívüli adatok is figyelembe vételre kerülnének az állításokban. Továbbá az eljárás alá vontak hivatkozásával szemben a fogyasztók számára sem az állításban, sem az állítás közvetlen környezetében nem azonosítható egyetlen elem sem, amely azt sugallta volna, hogy az áru adott esetben egy központi raktárból kerül kiszállításra, mely miatt a fogyasztónak más országok fogyasztóinak érdeklődésével számolnia kellene. Sőt, kifejezetten a közös raktárból történő kiszállítás lehetősége ellen szólt például az, hogy több termék esetén azonnali, budapesti átvételi lehetőséget tüntettek fel az eljárás alá vontak.¹²⁹
161. Az eljáró versenytanács ebben a körben utal azon joggyakorlati megállapításokra is, miszerint fogyasztói szempontból amennyiben a kereskedelmi gyakorlatban nincs külön utalás a cégcsoportra és azt sem kommunikálta az adott vállalkozás, hogy a cégcsoport része az adott vállalkozás, akkor a hazai fogyasztók által elérhető, hazai piaci szereplőre vonatkozik az üzenet,¹³⁰ továbbá a szolgáltatást nyújtó személye mint információ – a pusztán tényen kívül – azért is befolyásolhatja a fogyasztók döntését, mert nem mindegy, hogy egy hazai, egy európai uniós vagy egy egyéb külföldi székhelyű szolgáltatót választ. A fogyasztó számára a vállalkozások személye, így székhelye, elérhetősége (az irányadó társasági jogszabályok, az ügyfélszolgálat és egyéb garanciális fórumok elérhetősége, a kommunikáció nyelve stb. miatt is) lényeges, a döntését befolyásoló tényező: a fogyasztó, ha hasonló konstrukciókkal találkozik, inkább választhatja a könnyebben elérhető szolgáltatót.¹³¹ Ugyan a webáruházak működését érintő szabályozás miatt a fogyasztóknak nem

¹²⁸ VJ/16-118/2020. sz. irat

¹²⁹ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 9., 17., 55., 59. oldal

¹³⁰ VJ/16/2015. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat

¹³¹ VJ/117/2014. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat

kellene tartaniuk a jogaik érvényesíthetősége végett az online kereskedelemben, azonban ez nem változtat azon, hogy joguk van azt is átlátni, hogy kivel, milyen entitással kerülnek szerződéses kapcsolatba, azaz a jelen ügyre vetítve, azt kellene a fogyasztóknak tudniuk, hogy a hivatkozott elérhető készletek, a forgalom, a kereslet alakulása milyen dimenzióban, földrajzi területen, azaz mekkora fogyasztói körben értelmezhető.

162. A megtévesztő jelleg fennáll továbbá azért is, mert az állítások kifejezetten az „*ügyfél*” fordulatot tartalmazzák, szemben azzal, hogy az állításokban megjelenő adat az eladott darabszám volt. Az észszerűen eljáró fogyasztó az állításban az ügyfél szó miatt elsődlegesen a vele összehasonlítható helyzetben lévő, természetes személy fogyasztók számát várta volna, és nem pedig ténylegesen vásárló személyek helyett az eladott darabszámot. Az eljárás alá vontak elismerték,¹³² hogy a szóhasználat zavaró lehetett és bemutatták, hogy miben állhatott a különbség oka. Az eljáró versenytanács e körben megjegyzi, hogy az eljárás alá vontak hivatkozásával ellentétben irreleváns az, hogy a termékadást követően mi a termék sorsa, azt adott esetben továbbértékesítették-e, fogyasztóhoz kerültek-e, ugyanis az eljárás alá vontak által alkalmazott állítás sem erre vonatkozik. Az állítás kifejezetten arra vonatkozik, hogy hány darab ügyfél döntött amellet, hogy kifejezetten az eljárás alá vontak felületén, a fogyasztó által megtekintett ajánlatot választják az adott napon vagy héten.
163. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vontak hivatkozásával szemben rögzíti továbbá, hogy nagyon is lényeges, hogy a fogyasztók számára a termék népszerűségét objektíven bemutatni hivatott mérőszám az állítás tényleges tartalmával összhangban a fogyasztók vagy inkább az eladott darabszám összegét mutatja be, ugyanis nagyságrendi különbségek állhatnak – és jelen esetben fenn is állnak – a különböző típusú adatok között. A fogyasztók száma és az eladott darabszám között fennálló (többek között nagyságrendi) különbség azért tekinthető lényegesnek, mert a fogyasztók nemcsak a termék népszerűségét ítélik meg az állítások kapcsán, hanem a korábban bemutatottak szerint a termék egyéb tulajdonságaira (különösen például a jó minőségére, kedvező ajánlati árára) is hajlamosak asszociálni – pont ezen okból tették közzé az eljárás alá vontak ezen, egyébként nem szükségszerű információkat (hiszen a fogyasztók számára alapvetően az a lényeges, hogy elérhető-e a termék, de amint közzétesznek a piaci szereplők kereslettel, forgalommal és készletekkel kapcsolatos – akár közvetett – állításokat, utalásokat, akkor azok is felkeltik a fogyasztói figyelmet, így relevánssá, fontossá válnak a fogyasztói döntések során). Mindemellett a nagyságrendileg nagyobb számok a termék népszerűségét torzítva mutatják be: a termék kelendőbbnek tűnik a fogyasztók számára, mint amilyen a valóságban.
164. Az eljáró versenytanács szerint a vizsgált állítások az egyéb körülményekre figyelemmel nem közvetítettek a népszerűséget objektíven bemutatni hivatott információkat, mely által alkalmasak voltak a fogyasztó megtévesztésére. A vizsgált állítások ugyanis nem minden termék esetén jelentek meg. Az észszerűen eljáró fogyasztó számára akkor lettek volna objektíven összemérhetőek a termékek népszerűségi szempontok alapján, ha minden terméknél szerepelnek az állítások, vagyis a fogyasztó a hasonló típusú termékeket megvásárlók számát össze tudja egymással vetni. Azonban az eljárás alá vontak nyilatkozata szerint egyes termékkategóriákon belül csak a termékek meghatározott hányadánál jelentek meg az állítások.¹³³ A kiválasztás módszere ellentmond annak, hogy az eljárás alá vontak szerint a vizsgált állítások alkalmazásával abban kívántak segítséget nyújtani, hogy a fogyasztók a számukra leginkább megfelelő terméket válasszák.¹³⁴ Az adott termékkategórián belül egyes termékek valójában kiemelésre kerültek az állítások alkalmazása által. A vizsgált állítások előnyös képet voltak hivatottak festeni egy-egy termékről azáltal, hogy a többi fogyasztó már meghozott ügyleti döntéséről közvetítettek – az Alza megfogalmazása szerint „segítő” jellegű – üzenetet. Az állítások hiányában a termék meg nem vásárlásához, azaz a közömbösséghez

¹³² VJ/16-118/2020. sz. irat 45-47. pont és 47. pontnál szereplő táblázat utolsó oszlopa, VJ/16-118/2020. sz. irat 50. pont

¹³³ VJ/16-8/2020. sz. irat 1.8.2. pont, 15.b) kérdésre adott válasz, VJ/16-123/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 6. kérdésre adott válasz

¹³⁴ VJ/16-66/2020. sz. irat 5. oldal 3.2. pont

viszonyítva a vizsgált állítások igenlő és ösztönző tartalmú üzenetet jutattak el a fogyasztókhoz, mely éppen azért nyújtott torz képet, mert az összehasonlításra alkalmatlan módon, csak egyes, kiválasztott termékeknél jelent meg.

165. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapította, hogy az „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” és a „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt*” állításokban szereplő számadatok nem olyan adatokon és számítási módszeren alapultak, amelyek jellegükben, illetve időtartamukban az állítás szöveges tartalmához kapcsolódtak volna, és amelyeket az állítások környezete is sugallt. Ezáltal az eljárás alá vontak által becsatolt adatok nem alkalmasak arra, hogy alátámasszák az alkalmazott konkrét állításban látható számadatot. Továbbá az eljárás alá vontak is elismerték, hogy egyes, közzétett állításokat nem képesek az állítás tartalmához igazodóan alátámasztani.¹³⁵ Miután az állításokban feltüntetett konkrét számadatok nem nyertek és – többek között az alkalmazott számítási módszer hibája folytán – nem is nyerhetnek bizonyítást, úgy kell tekinteni, hogy az állítások valótlán információt tüntettek fel.

VII.5.1.3. A „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*” állítás megtévesztő jellege

166. A „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*” állítás összességében azért alkalmas a fogyasztó megtévesztésére, mert nem a fogyasztókkal párhuzamosan az adott weboldalon vagy applikációban a terméket aktuálisan nézegető, ugyanazon a termék aloldalon tartózkodó más fogyasztók számát mutatta meg az állítás, hanem feltehetőleg az adott napon 0:00 órától kezdődően az eljárás alá vontak vállalkozáscsoportjához tartozó valamennyi webáruházban az adott termék vonatkozásában történt aktivitást.¹³⁶

167. Megállapítható tehát, hogy a másik két állításhoz hasonlóan a megtévesztő jelleg ezen állítás esetén is több elemből tevődik össze.

168. Az állítás megtévesztő jellege egyrészt az állításban feltüntetett számadat alapjául szolgáló számítási módszerben rejlik. A becsatolt adatok alapján megállapítható, hogy napi kumulált adatok kerültek megjelenítésre,¹³⁷ miközben az állítás szöveges tartalma nem utal arra, hogy hosszabb időtartam alatt keletkezett adatok összegét tüntetik fel. Az eljáró versenytanács szerint a számadat alapjául szolgáló számítási módszer nem alkalmas arra, hogy a jelenleg érdeklődők számát megmutassa, és a nap folyamán időben előre haladva egyre több olyan adatot használ fel, amelyek már az állítás jelentéséhez semmilyen kapcsolódása nincs. Például amennyiben a fogyasztó este 8 órakor tekintette meg az állítást, a valamennyi webáruházban 20 óra alatt történt összes aktivitást láthatta „jelenleg érdeklődő ügyfél”-ként, mellyel kapcsolatban megállapítható, hogy például a 10 órával hamarabb a termék aloldalára kattintó, de azóta az aloldalt elhagyó fogyasztó semmilyen szempontból nem tekinthető az adott termék iránt jelenleg érdeklődőnek.

169. Az állítás megtévesztő jellege másrészt abban rejlik, hogy a számítás alapjául felhasznált adatok több okból kifolyólag sem alkalmasak az állítás szöveges tartalmához valóban kapcsolódó adat megmutatására.

170. A „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*” állításban bemutatott konkrét számadat kiszámításának módszere kapcsán az eljárás alá vontak nyilatkozatai eltértek egymástól és az általuk a „*Gyakran ismételt kérdések*” részben a felhasználók számára elérhető módszertantól is.¹³⁸ Az eljáró versenytanács az ellentmondások kapcsán rá kíván mutatni arra, hogy jelentős különbség áll fenn a

¹³⁵ VJ/16-118/2020. sz. irat 45-50. bekezdés

¹³⁶ Az eljárás alá vontak üzleti titokként kérték kezelni, hogy pontosan milyen adattal dolgoztak, így az eljáró versenytanács a továbbiakban a széles értelmezésű aktivitás kifejezést használja.

¹³⁷ Lásd az előzetes álláspont IV. részében a „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik...*” állítással kapcsolatban látható táblázatot.

¹³⁸ Az eljárás alá vontak a gyakran ismételt kérdések részben (VJ/16-125/2020. sz. irat 6. melléklet) azt rögzítették, hogy az adott napon 0:00 órától a fogyasztó látogatásáig történt azon látogatók számát mutatják, akik a terméket megnézték. A VJ/16-46/2020. sz. adatszolgáltatás 4. kérdés (iv) pontjában mást nyilatkoztak, a VJ/16-118/2020. sz. adatszolgáltatás 43. pontban egy újabb értelmezést, magyarázatot adtak elő.

gyakran ismételt kérdések részénél módszertanként ismertetett terméket megnéző látogatók száma és a nyilatkozatokban szereplő honlapi aktivitások száma között. Az utóbbi ugyanis nem jelenti azt, hogy az eljárás alá vontak kiszűrték volna az ugyanazon termékoldalra többször visszatérő fogyasztók számát (hiszen például a többszöri oldalbetöltés ellenére egy látogató nem minősülhet több érdeklődőnek), illetve például azon fogyasztók számát, akik véletlenül nyitották meg a termék oldalát, és a termék megnézését mellőzve szinte azonnal más oldalra kattintottak, vagyis valójában nem érdeklődtek a termék iránt. A „*Gyakran ismételt kérdések*” részénél a terméket megnéző látogatók fordulattal éppen ezt a fajta adattisztítást sugallták a fogyasztók számára. Miután az eljárás alá vontak által becsatolt konkrét adatokból az tűnik ki, hogy az egyes honlapi aktivitások egyéb körülményektől (például ismétlődéstől) meg nem tisztított adataiból indultak ki a jelenleg érdeklődő ügyfelek számának feltüntetésekor, megállapítható, hogy még a gyakran ismételt kérdések részben ismertetett módszertan is félrevezetően ismertette azt, hogy az eljárás alá vontak milyen adatot mutatnak be a jelenleg érdeklődő fogyasztók számánál. E körben az eljáró versenytanács vissza kíván utalni arra a korábban kifejtett megállapítására is, hogy az eljárás alá vontak számára nem szolgálhat kimentési okként az, hogy a fogyasztók további információkeresés esetén (részben) értesülhettek az állításban szereplő számadat kiszámításának módszeréről.

171. A vizsgált állítás tartalmára tekintettel az eljárás alá vontak azon nyilatkozata, hogy nem képesek valós idejű adatok közlésére, a jogsértés közvetett elismerését jelenti. Az eljárás alá vontak szerint azért volt szükség az adatok 0:00 órától a fogyasztó látogatásáig történt összes aktivitás számának feltüntetésére, mert nem képesek valós idejű adatok megjelenítésére, azok ugyanis jelentős kapacitást igényelnének részükről.¹³⁹ A Versenytanács elvi élel húzta alá a gyakorlata során, hogy a vállalkozások kereskedelmi gyakorlatuk kidolgozásában teljes szabadságot élveznek, azonban kizárólag olyan kereskedelmi gyakorlatot tehetnek közzé, amelynek tartalmát igazolni tudják.¹⁴⁰ Az eljárás alá vontak elismerték, hogy nem képesek valós idejű adatok megjelenítésére, miközben olyan állítást tettek közzé az applikációban és weboldalon, ami kifejezetten arra utal, hogy aktuálisan hány ügyfél érdeklődik az adott termék iránt. Az eljárás alá vontakat semmi nem kötelezte arra, hogy ilyen állítást tegyenek, miközben tisztában voltak azzal, hogy az ilyen állítás valós tartalmú közzététele túlságosan jelentős kapacitást igényelt volna részükről. Továbbá nem lett volna akadály a kifejezés használatának, ami nem a jelenlegi érdeklődésre, hanem az adott napra utal.
172. Ehhez kapcsolódóan az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy ellenbizonyítást nyert az eljárás alá vontak azon nyilatkozata,¹⁴¹ hogy az állításban szereplő adatok óránként frissültek. Amennyiben az eljárás alá vontak állításával összhangban az adatok csak óránként frissültek volna, a vizsgáló által készített képernyőképeken és az eljárás alá vontak által óránként lementett és eltárolt adatoknak meg kellett volna egyezniük. A benyújtott adatokat és állításokat összegző táblázatból¹⁴² azonban egyértelműen kiderül, hogy nem ez történt. Az adatok tehát nem óránként frissültek, hanem feltehetőleg az állítás fogyasztó számára történő első megjelenítésével egyidejűleg, vagyis közel valós idejűleg. Ez viszont azt jelenti, hogy feltehetőleg az állítás első megjelenítésekor az összes aktivitás számát aznap 0:00 órától kezdődően összeadták. Mindez megkérdőjelezi az eljárás alá vontak azon nyilatkozatát, hogy technikailag ne lettek volna képesek az adatok valós idejű vagy legalább közel valós idejű feltüntetésére, miközben arra képesek voltak, hogy az aktuális számokhoz hozzáadják a több órával korábbi releváns számokat.
173. A vizsgált állításban alkalmazott szám alapját képező adatok nem igazodnak ahhoz sem, hogy az állítás és környezete a fogyasztó számára azt sugallta, hogy magyarországi érdeklődők száma kerül feltüntetésre. A „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*” állítás az „*A héten X ügyfél vásárolta*

¹³⁹ VJ/16-46/2020. sz. irat 9. kérdésre adott válasz és VJ/16-118/2020. sz. irat 43. pont

¹⁴⁰ A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvénnyel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései I.13.14. pont

¹⁴¹ VJ/16-46/2020. sz. irat 9. kérdésre adott válasz és VJ/16-118/2020. sz. irat 43. pont

¹⁴² Erre vonatkozóan lásd az előzetes álláspont IV. részében a a „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik...*” állítással kapcsolatban a IV.5.2. pontban látható táblázatot.

meg...” és a „Ma X ügyfél vásárolta meg...” állításokkal azonos szövegdobozban és környezetben, váltakozva jelent meg. Az észszerűen eljáró fogyasztó az aktuálisan érdeklődő fogyasztók száma esetén feltehetőleg ugyanúgy, ugyanazon körülmények folytán, ahogy a másik két állításnál, a magyarországi fogyasztók számára asszociált, és nem az unió más országaiban élő fogyasztókra. Az eljárás alá vontak hivatkoztak arra, hogy a fogyasztóknak a többi ország érdeklődőire is figyelemmel kellett lenniük, hiszen a kiszolgálás közös raktárkészletből történt, tehát álláspontjuk szerint csak a magyar érdeklődők feltüntetése hamis képet festett volna számukra a ténylegesen érdeklődők számáról.¹⁴³ Az eljáró versenytanács ezzel kapcsolatban megjegyzi, hogy sem magából az állításból, sem az állítás közvetlen környezetéből az nem derült ki a fogyasztók számára, hogy közös raktárkészletből történne a kiszállítás, sőt az állítással azonos felületen olyan állítás¹⁴⁴ is több esetben látható volt, ami ennek ellenkezőjére utalt, és az állításokkal egyidejűleg számos egyéb körülmény¹⁴⁵ azt sugallta a fogyasztó számára, hogy az ajánlat kifejezetten és kizárólag magyar fogyasztóknak szól. Egyébiránt – ha lett is volna ilyen, közös készletre vonatkozó információ – azt sem kellett a fogyasztóknak tudnia, hogy mely országokat, mely földrajzi területeket látnak el az eljárás alá vontak ebből a készletből egyéb egyértelmű információ hiányában.

174. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapította, hogy a „Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt” állításban szereplő számadatok nem olyan adatokon és számítási módszeren alapultak, amelyek az állítás szöveges tartalmához és az állítások környezete által sugalltához kapcsolódóan valós adatok bemutatására képesek lettek volna. Megállapítható, hogy az eljárás alá vontak által becsatolt adatok nem alkalmasak arra, hogy alátámasszák az alkalmazott konkrét állításokban látható számadatot. Miután az állításokban feltüntetett konkrét számadatok nem nyertek és – többek között az alkalmazott számítási módszer hibája folytán – nem is nyerhetnek bizonyítást, úgy kell tekinteni, hogy az állítás valótlan információt tüntetett fel.

VII.5.1.3. A vizsgált állítások alkalmassága a fogyasztó üzleti döntésének befolyásolására

175. E körben az eljáró versenytanácsnak azt kellett vizsgálnia, hogy az Fttv. 6. § (1) bekezdés a) pontjával összhangban az „A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket”, a „Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket” és a „Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt” állítások, azok valótlanságára, igazolatlanságára tekintettel alkalmasak lehetett-e a fogyasztók üzleti döntésének befolyásolására, arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hoztak volna meg.
176. Az eljárás alá vontak több nyilatkozata is egyértelmű bizonyítékként szolgál annak alátámasztására, hogy az állítások a fogyasztó megtévesztése folytán alkalmasak arra, hogy a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg.
177. A vizsgált állítások alapjául szolgáló feladatkiírás a funkció megvalósulása esetére előnyként forgalomnövekedést prognosztizált,¹⁴⁶ amely egyértelműen azt mutatja, hogy maguk az eljárás alá vontak arra számítottak, hogy az állítások az eladás ösztönzését – vagyis a fogyasztók üzleti döntésének számukra pozitív befolyásolását – szolgálják.
178. Az eljárás alá vontak kifejezetten úgy fogalmaztak, azt határozták meg,¹⁴⁷ hogy minimálisan mekkora az a vásárlási szám, ami már „érdekes és motiváló” a fogyasztó számára, éppen ezért csak olyan esetben jelentek meg az állítások, ha legalább ennyi vásárlás történt. Az, hogy az állítás az eljárás alá vontak szerint motiválóan hat a fogyasztókra, tartalmilag megfeleltethető annak, hogy az állítás a fogyasztók üzleti döntésének (az eljárás alá vontak számára kedvező) befolyásolására alkalmas.

¹⁴³ VJ/16-118/2020. sz. irat 51. pont

¹⁴⁴ Például a budapesti azonnali átvételi lehetőségre történő figyelemfelhívás

¹⁴⁵ Például a magyar zászló ikon, magyar nyelvű billentyűzet és szoftver

¹⁴⁶ VJ/16-49/2020. sz. irat 3. oldal

¹⁴⁷ VJ/16-85/2020. sz. irat 11. kérdésre adott válasz

179. Az eljáró versenytanács szerint az állításokban megjelenő minél nagyobb számok nagyobb bizalmat ébreszthetnek a fogyasztókban a termék iránt. Az eljárás alá vontak azon szándéka egyértelműen körvonalazható, hogy minél nagyobb számadatokat jelenítsenek meg az állításokban, még abban az esetben is, ha egyébként magyarországi, illetve összeurópai vásárlás, érdeklődés az adott időszakban egyáltalán nem, vagy csak elhanyagolható mennyiségben történt az érintett termékkel kapcsolatban.¹⁴⁸ Az eljáró versenytanács szerint a minél nagyobb, minél inkább „motiválóan” ható számadatok megjelenítését, mint célt szolgálta többek között

- az eladott darabszám alkalmazása, amely szükségszerűen nagyobb a vevők, illetve természetes személy fogyasztók (ügyfelek) számánál, amelyre az állítás szövegesen utalt,
- az összeurópai adatok alkalmazása annak ellenére, hogy magyarországi adatokat sugalltak az állítások és azok környezete,
- az elmúlt 14 nap alapján számolt átlagok alkalmazása, amely abban az esetben is biztosította (a szórás, az időszakon belüli különbségek, a tendenciák figyelmen kívül hagyásával is), hogy a fogyasztók az adott hétre és az adott napon lássanak már eladott darabszámot, ha egyébként az adott héten vagy napon akár egyetlen eladás sem történt, még akár összeurópai szinten sem,
- az adott nap 0:00 órájától kezdődő összes aktivitás összeadása, amely akkor is biztosította, hogy az állítás a fogyasztók számára a nap legnagyobb részében „érdekes és motiváló” mennyiségű fogyasztót mutasson, ha adott esetben a nap folyamán előfordulhatott olyan időpont, amikor egyidejűleg nem érdeklődött a termék iránt még – az állítás megjelenítéséhez szükséges – minimális fogyasztó sem,¹⁴⁹
- az aktivitások adattisztítás nélkül történő feltüntetése érdeklődő ügyfélként.

180. Az eljárás alá vontak nyilatkozatából az is kiolvasható, hogy leginkább azon fogyasztók döntésének befolyásolására számítottak az állítások alkalmazása folytán, akik valamilyen szempontból információ hiánnyal rendelkeztek a termékkel kapcsolatban.¹⁵⁰ Az állítások üzenete azt sugallja a fogyasztó számára, hogy számos ügyfél már konkrétan e mellett a termék, illetve ajánlat mellett döntött, miközben az eladott darabszám és az érdeklődők száma nem árulja el azt, hogy mennyi érdeklődő nem tartotta megfelelőnek az ajánlatot, és szükségszerűen nem tudja megmutatni a más felületeken vagy offline ugyanazért a termékért érdeklődő fogyasztók számát, amennyiből végül csak a megjelölt számú ügyfél vásárolta meg az eljárás alá vontak felületein a érintett terméket. Mindezek mellett az eljárás alá vontak által elismerten az állításokból az adott esetben információhiánnyal küszködő fogyasztók hajlamosak a termék egyéb (jó) tulajdonságaira vonatkozó, további következtetéseket is levonni, hiszen az eljárás alá vontak szerint „*a mások által is jónak talált termék megvásárlása vélhetően [a fogyasztó] számára is előnyös.*”¹⁵¹ Az ilyen és ehhez hasonló következtetéseket a fogyasztó annak ellenére hajlamos levonni, hogy az eladott darabszám és érdeklődők száma önmagában nem igazolja a termék jó minőségét, vagy egyéb jó tulajdonságát.

181. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapította, hogy mindhárom állítás-típus (önmagában) alkalmas volt arra, hogy a fogyasztó megtévesztése folytán a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

¹⁴⁸ Lásd például az előzetes álláspont IV.5.1. részében feltüntetett táblázatot.

¹⁴⁹ Lásd az előzetes álláspont IV.5.1. részében feltüntetett táblázatot, melyből az olvasható ki például a TP-Link Archer C6 nevű termék esetén, hogy 11 és 13 óra között a minimálisnál kevesebb aktivitás történt, vagyis a vizsgáló által 12:15-kor készített képernyőkép készítésének az időpontjában biztos, hogy nem 108 ügyfél érdeklődött aktuálisan a termék iránt.

¹⁵⁰ Az eljárás alá vontak szerint a népszerűségi adatok megjelenítése releváns lehet azon fogyasztók számára, akik „*egy bizonyos terméket szeretnének venni (pl. televíziókészüléket) ugyanakkor nem rendelkeznek konkrét elképzeléssel, illetve megfelelő tudással, előképzettséggel arról, melyik darabot válasszák*”, VJ/16-118/2020. sz. irat 15. pont

¹⁵¹ VJ/16-123/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 9. kérdésre adott válasz

VII.5.2. Az állítások Fttv. 8. § (1) bekezdése szerinti értékelése

182. Az eljáró versenytanács leszögezi, hogy az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósítása körében nem az állítások valóságtartalmát kell vizsgálni, mint az Fttv. 6. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósítása esetén. A kereskedelmi gyakorlat agresszívnek minősülése körében arról kell az eljáró versenytanácsnak számot adnia, hogy valamennyi tényszerű körülmény figyelembe vétele mellett

- a kereskedelmi gyakorlat kifejt-e olyan pszichés nyomásgyakorlást többek között a fogyasztó zavarása révén, amely
- az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztó áruval kapcsolatos választási, magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára, és
- ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

VII.5.2.1. *A kommunikáció üzenete – pszichés nyomásgyakorlás – és a fogyasztói döntési szabadság korlátozására való alkalmasság*

183. Az eljáró versenytanács a kommunikáció jelen tényállás szempontjából releváns üzenetének azonosításakor – az Fttv. 6. § (1) bekezdése kapcsán kifejtett megállapításokat is fenntartva – az alkalmazott kommunikációnak a fogyasztóra kifejtett összhatását részletesen vizsgálta.

184. Az eljárás alá vontak által alkalmazott kommunikáció tartalma – különösen az állítások váltakozása esetén – összességében az volt, hogy az egyes termékek igen keresettek és népszerűek, mely kommunikáció egyes esetekben kiegészült olyan állításokkal is, amelyek arra utaltak, hogy a termék, illetve ajánlat csak korlátozottan elérhető.¹⁵² Mindezekre tekintettel az állítások azt sugallták a fogyasztó számára, hogy érdemes sietnie, és a terméket mielőbb megvennie. Ha nem teszi, más fogyasztók elkapkodják előle a termékeket, hiszen az elmúlt, rövid időszakban (az adott napon, és héten) is számottevő mennyiség¹⁵³ fogyott a termékből, és a fogyasztóval egyidejűleg is épp számos fogyasztó érdeklődik a termék iránt.

185. A vizsgált állításokhoz tehát – mindamelllett, hogy a termék népszerűségét lettek volna hivatottak bemutatni a fogyasztók számára – egy sürgető jelleg is társult, amellyel az eljárás alá vontak tisztában voltak, és amelyre építeni kívántak. Ezt az Alza.hu alábbi nyilatkozata szemlélteti:

„A népszerűségi adatok megjelentetése segít továbbá felmérni, hogy a fogyasztónak milyen gyorsan kell meghoznia a döntését a termékkel kapcsolatban, megakadályozva az abból adódó frusztrációt, hogy egy késleltetett döntés esetén az adott termék készlethiány miatt már nem elérhető a fogyasztó számára.”¹⁵⁴

186. Ugyanezt a gondolatot az Alza.hu később is megismételte.¹⁵⁵ Az eljárás alá vontak később, a versenyfelügyeleti eljárás folyamán azt nyilatkozták, hogy *„határozott álláspontunk szerint – és ilyet korábbi adatszolgáltatásaink során sem nyilatkoztunk, bár kétségtelen, hogy bizonyos megfogalmazások néhány korábbi beadványunkban félreérthetőek lehettek – egy termék*

¹⁵² Több esetben a vizsgált állításokkal azonos helyen az „Utolsó X db ezen az áron” állítás is váltakozott. Lásd: VJ/16-125/2020. Goddess RDD085GW8A – Kis hűtőszekrény_Alza.hu nevű melléklet és Aquaint – 50ml – Fertőtlenítő_Alza.hu nevű melléklet. Továbbá a vizsgált állításokkal több esetben azonos felületen a „Black Friday hatalmas kedvezményekkel” állítás volt látható, lásd: VJ/16-125/2020. Aquaint – 50ml – Fertőtlenítő_Alza.hu nevű melléklet

¹⁵³ Az eljárás alá vontak szerint egy meghatározott minimális számú vásárlás már érdekes és motiváló a fogyasztó számára, ezért legalább ennyi vásárlás esetén jelentek meg az állítások.

¹⁵⁴ VJ/16-125/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 9. kérdésre adott válasz

¹⁵⁵ VJ/16-125/2020. sz. irattal átemelt P/758-4/2019. sz. irat 13. kérdésre adott válasz: *„A népszerűségi adatok megjelentetése segít továbbá felmérni, hogy a fogyasztónak milyen gyorsan kell meghoznia a döntését a termékkel kapcsolatban, megakadályozva az abból adódó frusztrációt, hogy egy késleltetett döntés esetén az adott termék készlethiány miatt már nem elérhető a fogyasztó számára.”*

*népszerűségi adatainak megjelenítése nem abban segíti a fogyasztót, hogy milyen gyorsan kell üzleti döntést hoznia.*¹⁵⁶

187. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az Alza.hu korábban keltezett nyilatkozatában egyáltalán nem fogalmazott félreérthetően a tekintetben, hogy az eljárás alá vontak szerint
- az állítások a fogyasztó döntéshozatalra szánt idejének lerövidítésére alkalmasak,¹⁵⁷ és az állítások célja kifejezetten a fogyasztói döntéshozatal meggyorsítása¹⁵⁸
 - a fogyasztó számára frusztrációt, pszichés nyomást jelenthet az, ha az állítások figyelemfelhívása ellenére készlethiánnyal szembesül.¹⁵⁹
188. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az eljárás alá vontak által utóbb tett korrigáló, a korábbi nyilatkozatukkal részben ellentétes nyilatkozat nem értékelhető az eljárás alá vontak javára, és nem értékelhető akként, hogy a korábbi nyilatkozatot bármilyen szempontból semmissé tenné. Az Alza.hu nyilatkozatában ugyanis nem egy véletlen elírásról van szó, hiszen a gondolatmenetét ugyanabban az iratban újra kifejtette, megismételte egy másik kérdésre adott válasza kapcsán. Az eljárás alá vontak határozott szándéka, illetve célja egyértelműen kitűnik az Alza.hu korábbi keltezésű nyilatkozatából, ugyanakkor az eljáró versenytanács szerint ez a szándék még a nyilatkozat hiányában is megállapítható lenne a vizsgált állításokból és azok megjelenési körülményeiből.
189. Az állításokban megjelenő szám adatok nagyságrendje az állítások egyéb körülményeit figyelembe véve alkalmas volt a fogyasztók zavarására, illetve pszichés nyomásgyakorlás kifejtésére. Különös tekintettel azokra az esetekre, amikor nemcsak egy állítás jelent meg a termékhez kapcsolódóan, hanem az állítások váltogatták egymást, a fogyasztó azzal szembesült, hogy belátható, rövid időn belül (az adott napon vagy az adott héten) számottevő, sok esetben százas nagyságrendű¹⁶⁰ értékesítés történt az adott termékből, és a fogyasztóval egyidejűleg számottevő, sok esetben szintén százas nagyságrendű más fogyasztó érdeklődik ugyanazon termék iránt. Az eljárás alá vontak szerint már egy kisebb számú értékesítés is érdekes és „motiválóan” hat a fogyasztóra, sok esetben azonban nagyságrendileg sokkal nagyobb értékesítési és érdeklődő szám került feltüntetésre.
190. Az eljáró versenytanács e körben egyrésztől visszautal az Fttv. 6. § (1) bekezdésében foglalt tényállás körében tett azon megállapításra, hogy az eljárás alá vontak azon szándéka egyértelműen körvonalazódik, hogy minél nagyobb számok jelenjenek az állításokban, még abban az esetben is, ha az állítás szövegesen behatárolt időszakában nem vagy csak kevés értékesítés/érdeklődés történt. Másrésztől, az eljáró versenytanács visszautal az érintett piacon ismert marketing technikák részről leírtakra, ugyanis megállapítható, hogy a vizsgált állítások egymásra hatása folytán az eljárás alá vontak a közösségi megerősítés elvére (*social proof*),¹⁶¹ társadalmi bizonyíték elvére¹⁶² és a *social similarity*¹⁶³ jelenségre egyaránt építeni kívántak. Az eljárás alá vontak azért tárták az aktuálisan érdeklődő fogyasztó elé a saját vásárlói közösségéhez tartozó más tagok döntését, illetve érdeklődését, hogy azok kihatással lehessenek a fogyasztó döntésére, attitűdjére.

¹⁵⁶ VJ/16-118/2020. sz. irat 13. pont

¹⁵⁷ „segít továbbá felmérni, hogy milyen gyorsan kell meghoznia a döntését”

¹⁵⁸ „megakadályozva az abból adódó frusztrációt, hogy egy késleltetett döntés...”

¹⁵⁹ „megakadályozva az abból adódó frusztrációt, hogy egy késleltetett döntés esetén az adott termék készlethiány miatt már nem elérhető”

¹⁶⁰ Lásd például a VJ/16-125/2020. sz. irat STX JXB-178 Érintésmentes lázmérő – Digitális hőmérő_Alza.hu nevű melléklet

¹⁶¹ A közösségi megerősítés elve arra a pszichológiai jelenségre épít, hogy az emberek a döntéseik meghozatala során hajlamosak hagyatkozni arra, hogy mások hogyan döntenek és mit gondolnak.

¹⁶² A társadalmi bizonyíték elve azt hangsúlyozza, hogy az ember aszerint dönti el, mit tegyen, hogy más, hozzá hasonló emberek hogyan döntöttek.

¹⁶³ A konverzió-optimalizálás körében ismert jelenség, mely szerint az egyén konformitása hajlamos olyan irányban változni, amelyet saját csoportjának többsége fejez ki.

191. Az eljáró versenytanács szerint az állításokban megjelenített számok nagyságrendje miatt egyes termékek igen kelendőnek tűnhettek a fogyasztók számára. Ezzel szemben a fogyasztók számára kevés állítás volt látható, ami orientációt jelenthetett a még rendelkezésre álló termékek nagyságrendjéről. Mind a weboldal, mind az applikáció esetében jellemzően feltüntetésre került, hogy korlátozott számú termék áll szállításra készen, általában (kevesebb mint) 3, 5 vagy 10 darab,¹⁶⁴ továbbá számos esetben feltüntetésre került, hogy „Utolsó X darab.”¹⁶⁵ A termékek népszerűségének hangsúlyozása mellett feltüntetett nagyságrendileg alacsonyabb számú elérhető, illetve szállításra kész darabszám a marketing technikák részben ismertetett szűkösségi hatás¹⁶⁶ és kimaradás érzést (*FOMO, fear-of-missing-out*)¹⁶⁷ volt hivatott erősíteni a fogyasztókban. Azért jelentettek meg – adott esetben a tényleges raktári készlettel függetlenül – alacsonyabb szállításra készen álló darabszámot, és azért hivatkoztak „utolsó” elérhető darabokra, hogy a termék korlátozott elérhetőségét hangsúlyozzák, melyhez a fogyasztó továbbá képzeteket (nagyobb érték, kihagyott lehetőség esélye) társíthat.
192. A fogyasztó számára jelentős feszültséget jelenthetett az, hogy azonos felületen, egyidejűleg olyan állításokkal találkozott, amelyek azt sugallták, hogy jelentős számú fogyasztó megvásárolta aznap vagy azon a héten a terméket, és jelentős számú fogyasztó aktuálisan is érdeklődik, miközben legfeljebb 10 darab termék lenne elérhető, ugyanis csak ennyi darab áll szállításra készen. Egy konkrét példát kiemelve¹⁶⁸ a vizsgáló által készített képernyőképeken a Huawei P smart okostelefon esetén a fogyasztó a következő, konkrét állításokkal azonos felületen szembesült úgy, hogy a vizsgált állítások egymást váltogatták, miközben a szállításra kész darabszám („*Szállításra kész 5 db.*”) statikusan megjelent: „*Ma 13 ügyfél vásárolta meg ezt.*”, „*A héten 102 ügyfél vásárolta meg ezt a terméket.*”, „*Jelenleg 79 ügyfél érdeklődik a termék iránt.*”
193. Az eljárás alá vontak kifejezetten arra hivatkoztak a rendelkezésre álló darabokkal kapcsolatban, hogy – szemben az online szállásfoglaló oldalak kínálatával¹⁶⁹ – a jelen versenyfelügyeleti eljárásban egy általános vagy műszaki cikket forgalmazó online webáruház érintett. Az érintett árucikkekből (például pelenkából) az eljárás alá vontakhoz hasonló webáruházak száz és ezer számra rendelkeznek raktárkészlettel. Ennélfogva egy-egy műszaki cikk népszerűségének bemutatása nem keltheti azt a benyomást a fogyasztóban, hogy abból már neki nem fog maradni.
194. Az eljáró versenytanács nem tartja elfogadhatónak az eljárás alá vontak érvelését, ugyanis a fogyasztóknak nincs arról tudomásuk – még egy pelenka esetén sem –, hogy az eljárás alá vontaknak konkrétan mennyi darab eladásra váró terméke van, illetve maradt. A fogyasztók kézzelfogható támpontja e körben az az állítás, amelyben a szállításra kész darabszámot, illetve az „utolsó” X darabszámot látják, vagyis a fogyasztók számára ennyi termék az, ami biztosan elérhető, megvásárolható (adott feltételekkel). Pusztán azért, mert egy termék nem egy szállodai szoba, hanem például egy pelenka, az önmagában nem jelenti azt a fogyasztó számára, hogy az adott, konkrét ajánlatból korlátlan mennyiségben tud beszerezni. Különösen igaz ez akkor, ha a termék valamilyen akcióval érintett.¹⁷⁰ Irreleváns, hogy más weboldalon található-e hasonló vagy a megtekintett termékkel azonos terméket, mert az az ajánlat az eljárás alá vontak ajánlatától feltehetőleg mind az árát, mind egyéb jellemzőit tekintve (például AlzaBox átvételi lehetőség) eltérő lesz, ráadásul további erőfeszítést (kutatást) igényel a fogyasztó részéről.

¹⁶⁴ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 1-2, 9-18. oldal, 2. és 4. melléklet

¹⁶⁵ VJ/16-125/2020. sz. irat Goddess RDD085GW8A – Kis hűtőszekrény_Alza.hu melléklet, Aquaint – 50ml – Fertőtlenítő_Alza.hu melléklet, STX KN95 – 10 db – Pormaszok_Alza.hu melléklet.

¹⁶⁶ A termék korlátozott elérhetőségének hangsúlyozására épül, ugyanis minél kevésbé tűnik elérhetőnek egy termék, annál inkább hajlamos az ember tudattalanul nagyobb értéket társítani hozzá.

¹⁶⁷ Attól való félelmet, hogy a fogyasztó kihagy egy elérhető lehetőséget, miközben a környezete, vásárlói közösségének más tagjai részesülnek ebből.

¹⁶⁸ VJ/16-125/2020. sz. irat 1. melléklet 1-3. oldal

¹⁶⁹ VJ/16-118/2020. sz. irat 17. pont

¹⁷⁰ Lásd például VJ/16-125/2020. sz. irat Aquaint – 50ml – Fertőtlenítő_Alza.hu nevű melléklet

195. A vizsgált – az eljárás alá vontak által is hivatkozottan, konverzió növelő célú – állítások összhatása éppen arra irányult, hogy a fogyasztó ne szánjon időt a számára megfelelő további ajánlatok feltérképezésére, hanem minél gyorsabban ragadja meg az aktuális ajánlatot. Máskülönben lemarad róla, hiszen lényegesen kevesebb szállításra kész darab áll rendelkezésre, mint amennyien érdeklődnek a termék iránt, illetve mint amennyit már megvettek belőle az elmúlt, viszonylag rövid időtávlatban.

196. Az eljáró versenytanács szerint az állítások pszichés nyomásgyakorlására alkalmasságával szorosan összefügg az állítások nyomatékos megjelenítése mind a weboldalon, mind az applikációban. Az állítások nyomatékos megjelenítését, illetve erőteljes figyelemfelkeltő jellegét az alábbi körülmények külön-külön és összességükben értékelve is alátámasztják:

- az állítások minden felületen a termék nevéhez és képéhez közel helyezkedtek el (különösen feltűnő volt az elhelyezkedés a weboldal mobil eszközről történő megtekintése, valamint az applikáció esetén, ekkor ugyanis az állítás a termék neve és képe között helyezkedett el, szinte az oldal közepén),
- az állítások szövegdobozának színe, amely a szövegdobozon kívül alkalmazott fehér háttérszíntől jelentősen különbözött, különös tekintettel az applikációra, ahol a vásárláshoz kifejezetten kapcsolódó „Kosárba” gomb színével megegyezett,
- az állítások váltakozása, szemben azzal, hogy a honlap és az applikáció más része jellemzően statikus volt,
- a weboldal asztali nézete esetén az állításoknál alkalmazott betűszín jellemzően piros volt, miközben a weboldalon ezen kívül legfeljebb csak az ár került pirossal kiemelésre,
- a weboldal asztali nézeténél az állítást jellemzően egy piros színű információs („i”) ikon előzte meg.

197. A vizsgált állítások a felsorolt figyelemfelkeltő eszközökre tekintettel az észszerűen eljáró, átlagos fogyasztó számára elkerülhetetlenek voltak.

198. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács szerint a kereskedelmi gyakorlattal az eljárás alá vontak pszichés nyomásgyakorlással éltek a fogyasztókkal szemben, amely mind a vizsgált állítások és azok környezetéből fakadó sürgető jelleg, illetve kimaradás érzés keltése, mind a fogyasztók számára elkerülhetetlen, hangsúlyos megjelenítése folytán a fogyasztó zavarását valósította meg az üzleti döntés meghozatalára irányuló folyamatban. Ez a zavarás alkalmas volt arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak az érintett termékkel kapcsolatos választási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára.

VII.5.2.2. A vizsgált állítások alkalmassága a fogyasztó üzleti döntésének befolyásolására

199. E körben az eljáró versenytanácsnak azt szükséges értékelnie, hogy a megállapított pszichés nyomásgyakorlás, amely alkalmas lehetett a fogyasztó áruval kapcsolatos döntési szabadságának jelentős korlátozására, egyidejűleg alkalmas volt-e vagy lehetett-e arra, hogy a fogyasztó üzleti döntését is befolyásolja, torzítsa.

200. Az eljáró versenytanács véleménye szerint valamennyi, az eljárás alá vontak által alkalmazott, a fogyasztók viselkedésének befolyásolását célzó technika¹⁷¹ összességében, de akár önállóan is alkalmas lehetett arra, hogy a fogyasztók üzleti döntését befolyásolja, hiszen a számottevő, rövid időn belül történt vásárlás és a jelentős számú aktuálisan érdeklődő ügyfél számának megjelenítése – különösen szembeállítva a nagyságrendileg lényegesen alacsonyabb számú, szállításra kész termék darabszámmal – a gyorsabb döntéshozatalra készítették a fogyasztót. Így a fogyasztók sürgető

¹⁷¹ Például szűkösségi hatás (*scarcity*) keltése azáltal, hogy számottevő értékesítést és érdeklődőt jelenítettek meg, miközben nagyságrendileg sokkal kevesebb elérhető darabra tettek utalást a szállításra kész darabszámmal és az utolsó X darab állításokkal.

üzenetek kialakításával, alkalmazásával történő zavarása, befolyásolása alkalmas volt arra, hogy olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse őket, amelyet egyébként nem hoztak volna meg (pl. az eljárás alá vontak weboldalán keresztül a termék megvásárlását kezdeményezték anélkül, hogy más forrásból tájékozódnának arról, hogy ugyanezen termék elérhető-e, illetve milyen feltételek mellett érhető el más versenytársak kínálatában). Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy a vizsgált tényállás megvalósulásához szükséges ezen feltétel is teljesül. Kiemelendő továbbá, hogy az eljárás alá vontak maguk is nagyobb bevételre és forgalomra számítottak az állítások alkalmazása esetén, vagyis céljuk a fogyasztói döntéshozatal befolyásolása volt: a konverzió növelési cél keretében az érdeklődő fogyasztókat ténylegesen vásárló fogyasztókká alakítása.

201. Az Fttv. 8. § (2) bekezdés a) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat agresszív jellegének megállapításához figyelembe kell venni a kereskedelmi gyakorlat időzítését, helyét, jellegét és alkalmazásának időtartamát. A Versenytanács töretlen gyakorlata szerint az Fttv. 8. § (2) bekezdésében foglalt rendelkezések nem taxatív, illetve konjuktív felsorolást jelentenek, bármely pont megvalósulása eredményezheti az agresszívként minősülő gyakorlat megállapítását, mint ahogyan fordítva is igaz, az agresszív gyakorlatok köre nem korlátozódik a fenti felsorolásra.¹⁷²
202. A fentiekben kifejtettek szerint megállapítható az Fttv. 8. § (2) bekezdés a) pontja kapcsán, hogy a kereskedelmi gyakorlat egy terméktípust vagy egy konkrét terméket kereső, illetve ilyen termék iránt érdeklődő fogyasztó esetében valósult meg. A kereskedelmi gyakorlat a termék aloldalán olyan helyen jelent meg (a termék neve és fotója között, illetve mellett), hogy a fogyasztó számára elkerülhetetlen volt az állítások megismerése, továbbá számos jellemző kifejezetten felhívta a fogyasztó figyelmét a vizsgált állításokra (váltakozóan megjelenő állítások, a weboldal asztali nézeténél jellemzően piros betűsín és információs ikon, az állítások szövegdobozának a háttértől különböző színe, mely az applikációban a „Kosárba” gombbal megegyezett stb.). Az állítások fokozták a fogyasztóban a versenyhelyzet képzetét és azt a frusztrációt, hogy vásárlás hiányában egy jónak tekinthető, értékes ajánlatról marad le, mely ajánlatot más, hozzá hasonló fogyasztók is ekként értékelték. Az üzenetek folyamatos, váltakozó megjelenése erősítette a fogyasztóban a pszichés nyomást.
203. Valamennyi fenti tényre és körülményre tekintettel az eljáró versenytanács megállapította, hogy a sürgető jellegű üzenetek révén az eljárás alá vontak mind a weboldalon, mind az Alza applikáción keresztül a fogyasztók döntésének befolyásolására alkalmas pszichés nyomásgyakorlást valósítottak meg, mely alkalmas volt arra, hogy a fogyasztókat magatartási szabadságukban – tudtukon és észlelésükön kívül – korlátozza, illetve ügyleti döntésüket befolyásolja, így az eljárás alá vontak az Fttv. 8. § (1) bekezdésére figyelemmel az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat megsértették.

VIII.

Az eljárás alá vontak által benyújtott kötelezettségvállalás értékelése

204. A jelen ügyben alkalmazandó, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalásról szóló 1/2018. közleménye¹⁷³ (a továbbiakban: Kötelezettségvállalási Közlemény) 11. pontja értelmében az eljáró versenytanács esetről esetre mérlegeli, hogy a speciális és generális prevenció elveit is figyelembe véve a versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest indokoltabb-e a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, a jogsértés megállapítása (és esetlegesen bírság kiszabása).

¹⁷² VJ/41-31/2019. számú határozat 145-146. pont, VJ/154-56/2009. számú határozat 26. pont, lásd még Zavodnyik J.: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez.

¹⁷³ Egységes szerkezetben az azt módosító 1/2021. közleménnyel.

205. A kötelezettségvállalás elfogadása ellen szóló körülmény lehet például, ha a vizsgált magatartás jelentős súlyúnak minősül, így különösen, ha hosszabb ideje tartó magatartásról van szó, vagy ha a vizsgált magatartás jelentős számú fogyasztót érint. A jelen ügyben az eljáró versenytanács szerint mindkét körülmény megállapítható. Lényeges továbbá, hogy további szempontok mérlegelésére is szükség lehet, figyelemmel arra is, hogy egy kötelezettségvállalással záruló versenyfelügyeleti eljárásban azt kell a hatóságnak bemutatnia, hogy az eljárás alá vont vállalása mellett a magatartás összhangba kerül az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, mégpedig a közérdek hatékony védelmét biztosító módon. Ekként a kötelezettségvállalási nyilatkozattal szemben alapvető elvárás, hogy az releváns, hiteles, időszerű, ellentmondás-mentes és ellenőrizhető legyen, továbbá korlátozottan megismerhető adatokat csak kivételesen tartalmazzon.
206. Az eljáró versenytanács az előzetes álláspont VIII.1. pontjában részletesen bemutatta, hogy az eljárás alá vontak eredeti kötelezettségvállalása kapcsán (az általános megfontolásokon túl) milyen aggályokat azonosított. A jelen határozatban (a vállalás bírságsökkentő tényezőként való elfogadása miatt, illetve a kötelezettségvállalás tartalmának módosítására, kiegészítésére is figyelemmel) az eljáró versenytanács részletes észrevételeket nem tart indokoltnak, azonban néhány megállapítást az alábbiak szerint ki kíván emelni. Hangsúlyozandó, hogy az eljárás alá vontak kötelezettségvállalása részletes és megfelelő mélységben indokolt, iratokkal és az összefüggések bemutatásával alátámasztott volt, tartalmazott tényeket, érveket és ellenérveket is, amelyek együttesen biztosították volna, hogy az esetlegesen elfogadott kötelezettségvállalás hiteles és ellenőrizhető legyen.
207. Lényeges kiemelni, hogy önmagában annak a kötelezettségvállalási nyilatkozatban való deklarációja, hogy az eljárás alá vont felhagy(ott) a vizsgált magatartással, nem lehet elégséges eleme a vállalás elfogadásának, továbbá a kötelezettségvállalási nyilatkozat nem tartalmazhat olyan kötelezettségvállalást, amelynek teljesítésére az eljárás alá vont vállalkozás más jogszabály előírása alapján egyébként is köteles, valamint nem fogadható el az olyan vállalás sem, ami már korábban elhatározott és amúgy is elvégzésre kerülő intézkedésre (beruházásra) vonatkozik. Az eljáró versenytanács tehát alapvetően csak olyan vállalásokat tud figyelembe venni, amelyek kifejezetten az adott versenyfelügyeleti eljárásra és az abban érintett probléma orvoslására szolgálnak.
208. A kötelezettségvállalási nyilatkozattal szemben alapvető, lényegi elvárás, hogy azzal a közérdek hatékony védelme is biztosított legyen. A közérdek hatékony védelme azt jelenti, hogy a vállalás révén előálló magatartás a piac, egyben a fogyasztók széles köre számára általuk is érzékelhető – akár közvetett – előnyt eredményez. Ez az előny többféle módon nyilvánulhat meg, a Kötelezettségvállalási Közlemény 19. pontja ismerteti a releváns, iránymutató példákat.
209. A hitelesség elvárása kapcsán az eljárás alá vontaknak azt szükséges megfontolnia, hogy olyan intézkedésekre tegyenek vállalást, amelyek értékét a megvalósulásukat követően auditáltan tudja majd igazolni. A kötelezettségvállalási nyilatkozat hitelességét növelheti, ha a vállalásában megjelenő, vélelmezett előnyöket alátámasztó adatokat és elemzéseket bocsát a vállalkozás a hatóság rendelkezésére. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben kiemelendőnek tartja, hogy az eljárás alá vontak olyan információkat, megfontolásokat is megosztottak az eljáró versenytanáccsal, amelyek a vállalásuk értékét csökkentették ugyan, de a hitelességét növelték.
210. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a kötelezettségvállalás benyújtására a vizsgálati szak lezárását követően került sor. A vizsgálati szak folyamán a tényállás teljes körűen felderítésre került. A jogsértés alátámasztásához szükséges nyilatkozatok, bizonyítékok beszerzésre kerültek. Erre tekintettel a kötelezettségvállalás nem járul hozzá a versenyfelügyeleti eljárásban jelentős idő- és költségmegtakarításhoz. Az eljáró versenytanácsnak összességében azt kellett tehát mérlegelnie, hogy a versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest indokoltabb-e a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása.
211. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben a fentiekre tekintettel és a rendelkezésre álló információk alapján, azok mérlegelésével nem tartott elfogadhatónak kötelezettségvállalást, elsősorban a 205.

pontban hivatkozottakra, illetve arra is figyelemmel, hogy a benyújtott – és kiegészített, pontosított – vállalási csomag nem biztosítana megfelelő, teljesen közvetlen jóvátételt a fogyasztók számára és nem lenne alkalmas a jogsérelem kiküszöbölésére, az eljáró versenytanács szerint a jelen ügy kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest – a prevenciók célokra is figyelemmel – indokoltabb a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, azaz a jogsértés megállapítása.

IX.

Összegzés és jogkövetkezmények

IX.1. A döntés

212. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy az Alza.hu és az Alza.cz eljárás alá vont vállalkozások 2016. szeptember 1. és 2020. május 12. között a www.alza.hu weboldalon, továbbá 2017. május 16. és 2020. május 12. között az Alza applikációban egyes termék ajánlatokkal összefüggésben megjelenített „*Jelenleg X ügyfél érdeklődik a termék iránt*”, „*A héten X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” és „*Ma X ügyfél vásárolta meg ezt a terméket*” típusú, illetve az ezekhez hasonló tájékoztatások, állítások alkalmazása során tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, mivel

- az állítások esetenként a termékkészletre, illetve árkedvezményre utaló más tájékoztatásokkal együtt, szövegezésük tartalma és vizuális megjelenítésük összehatása révén pszichés nyomásgyakorlás kifejtésére alkalmas módon sürgették a fogyasztót a termék megvásárlására vonatkozó döntése meghozatalában, amivel a fogyasztói döntéseket torzíthatták, így az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésben foglalt tilalmat, valamint
- a tájékoztatások által közvetített üzenet – különös tekintettel az állítások szöveges tartalmára és környezetére – nem felel meg a valóságnak az egyes termékek vonatkozásában, mely a fogyasztók megtévesztése folytán alkalmas volt a fogyasztókat olyan üzleti döntés meghozatalára készíteni, amelyet egyébként nem hoztak volna meg, így az Fttv. 6. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértették az Fttv. 3. § (1) bekezdésben foglalt tilalmat.

IX.2. Az eljárás alá vontakkal szemben egyetemlegesen kiszabott bírság

213. Figyelemmel a jogsértés jellegére, súlyára (igen jelentős fogyasztói kört és forgalmat értek el a vállalkozások) és az érintett piacra (online kiskereskedelem), a generális és speciális prevenciók célokra, az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpv. 76. §-a (1) bekezdés k) pontja és a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdés a) pontja alapján egyetemleges bírság kiszabását is indokoltan tartotta az eljárás alá vontakkal szemben.

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

215. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a Gazdasági Versenyhivatal ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így 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.

216. A 2021. április végén kiegészített Bírságközlemény részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a Gazdasági Versenyhivatal meghatározza az Fttv. és a Tpv. 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.
217. 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.
218. Tekintettel arra, hogy a jelen eljárásban vizsgált kommunikáció kizárólag az online térben valósult meg egy algoritmus automatikus, folyamatos működése folytán, az eljáró versenytanács szerint a vizsgált kommunikációval kapcsolatban felmerülő esetleges kommunikációs költség nem ad megfelelő viszonyítási alapot arra, hogy a bírságolás alapját a kommunikációs költség vagy annak becslése képezze. Az eljáró versenytanács ezért jelen ügyben a Bírságközlemény 19. pontja értelmében árbevétel alapú bírságolást alkalmazott.
219. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjában, annak 261-262. pontjában ismertette azt a módszert, ahogyan a kiinduló összeget meghatározta a rendelkezésre álló forgalmi adatok alapján. Az eljárás alá vontak azonban a VJ/16-149/2020. számú iratban részletes, hitelesített, ellenjegyzett adatokat adtak meg a releváns forgalmat illetően mind a webáruház, mind az applikáció, valamint mindkét eljárás alá vont vonatkozásában. Az eljáró versenytanács – figyelemmel arra is, hogy az eljárás alá vontak együttműködése, a vállalások előírása nem indokolja a kiinduló összeg növelését – a fenti adatszolgáltatás 8. számú melléklet utolsó oszlopában szereplő, 2019. évre vonatkozó összesített adatot ([ÜZLETI TITOK] Ft-ot) tekintette irányadó forgalomnak. A 2019. év kiválasztását annak teljessége és kiemelkedő forgalma indokolta (ugyanazon logika alapján, ahogyan arra az eljárás alá vontak a kompenzációs vállalással érintett fogyasztói kör kapcsán utaltak).
220. A kiinduló összeg meghatározásánál pedig figyelemmel volt az eljáró versenytanács
- egyrészt arra, hogy az eljárás alá vontak előadása szerint a termékek nagyságrendileg 20%-ánál alkalmazta a kifogásolt kommunikációs technikát (tehát az irányadó forgalomnak csak mintegy ötöde releváns),¹⁷⁴
 - másrészt a Bírságközlemény 20. pontjára, miszerint ha a jogsértő kereskedelmi gyakorlat révén realizált nettó árbevétel egyértelműen nem beazonosítható, akkor a jogsértéssel érintett árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át veszi figyelembe az eljáró versenytanács a bírság kiinduló összegeként.
221. A fentiek szerint kalkulált kiinduló összeg ([ÜZLETI TITOK] Ft mintegy 50-ed része) [ÜZLETI TITOK] Ft, ekként összességében a bírság kiinduló összege az előzetes álláspontban tervezettnél alacsonyabb összeg lett, ami az eljárás alá vontak számára nem jelent sérelmes módosítást, illetve a versenyfelügyeleti eljárás céljait is tekintve az eljárás alá vontak együttműködési, illetve vállalási csomagjára is tekintettel is megfelelő súlyú kiinduló összegnek tekinthető.
222. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását

¹⁷⁴ Az előzetes álláspontban az eljáró versenytanács ezen körülményt a bírság mértékét enyhítő körülményként tervezte értékelni, azonban az eljárás alá vontak nyilatkozatai alapján megállapítható lett az eljáró versenytanács szerint, hogy ezen arány figyelembe vétele már a kiinduló összeg számításánál is indokolt.

kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget. Ennek keretében értékeli az eljáró versenytanács különösen a Tpv. 78. § (3) bekezdésében példálózó módon felsorolt szempontokat, így például a vállalkozás magatartásának felróhatóságát, a fogyasztói érdekek sérelmének a körét, a jogsértés kiterjedtségét.

223. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben kiemelt jelentőségű súlyosító körülményként azonosította a kereskedelmi gyakorlat intenzitását, ennek körében azt, hogy a vizsgált jogsértő gyakorlat huzamosabb ideig (évekig) tartott, a jogsértő gyakorlat egyes elemei egymásra épültek, valamint generálisan azt a körülményt, hogy a jogsértő magatartás a fogyasztók jelentős részét elérhette (lásd a Bírágközlemény 34. pontját).
224. Az eljáró versenytanács kiemelt súlyú enyhítő körülményként értékelte (lásd a Bírágközlemény 43. pontját is), hogy a vizsgált magatartással (bár nem a versenyfelügyeleti eljárás indulásakor, hanem azt követően néhány héttel, illetve egyéb versenyfelügyeleti eljárásban hozott határozat ismeretében, de a jelen versenyfelügyeleti eljáráshoz köthetően és vezetői döntésre, aktív módon) felhagytak az eljárás alá vontak, a gyakorlatot módosították.
225. Az eljáró versenytanács szerint nem értékelhető enyhítő körülményként az eljárás alá vontak azon korábbi hivatkozása, hogy nem volt ellenük panasz a vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban. E körben az eljáró versenytanács rámutat, hogy jelen versenyfelügyeleti eljárás alapját két panaszos eljárás előzte meg, miközben azt a bírósági joggyakorlat is megerősítette, hogy nem vehető enyhítő körülményként figyelembe az, hogy az eljárás alá vontakhoz nem érkezett panasz.
226. A súlyosító körülmény jelentőségére és az enyhítő körülmény súlyára figyelemmel a bíróság kalkulált alapösszege nagyságrendileg azonos a kiinduló összeggel, a kerekítésre tekintettel [ÜZLETI TITOK] Ft. A Tpv. 78. § (3) bekezdésében felsorolt tényezőkhöz kapcsolódva itt jegyzi meg az eljáró versenytanács, hogy a fentiek szerint kalkulált bírságösszeg a kifogásolt magatartások súlyával összhangban van.
227. Az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak és a Tpv. 78. §-ában meghatározott bírság maximumának a figyelembe vételére. Ezen szempontok kapcsán kiemelendő, hogy figyelembevételükre az előző pontban ismertetett sorrendben, egymást követően kerül sor, azaz bármely körülmény miatt szükségessé váló bírságkorrekció az előző lépések eredményeként előálló bírságösszeget módosítja pozitív vagy negatív irányban.
228. A rendelkezésre álló információk szerint az eljárás alá vontak nem minősülnek visszaesőnek, ugyanis a jelen ügyben vizsgált magatartás a VJ/39/2018. számú versenyfelügyeleti eljárásban 2020. augusztus 5-én hozott határozatnál régebbi. Az eljáró versenytanács szerint egyéb korrekció sem indokolt a jelen ügyben, azonban több olyan tényező is azonosításra került, amely a Bírágközlemény VI. A vállalkozás együttműködésének figyelembevétele című fejezete alapján figyelembeveendő csökkentő tételként. A VI. fejezet ismerteti ugyanis a figyelembe vehető szempontokat, elveket, azokat az együttműködési formákat, amelyeket a hatóság (további bírságcsökkentéssel kíván ösztönözni a versenyfelügyeleti eljárás céljainak támogatása érdekében.
229. A Bírágközlemény VI.1 pontja ad iránymutatást a tevőleges jóvátételről. Az olyan magatartás tekinthető tevőleges jóvátételnek (kompenzációnak), amikor a jogsértő vállalkozás a jogsértés negatív hatásait részben vagy egészben reparálja. Az eljáró versenytanács szerint a jelen ügyben vállalt kedvezménykuponos kompenzáció ugyan közvetett és részleges, azonban (mivel webáruházról és így speciális választási helyzetről van szó) a kapcsolódó kommunikációval együtt tevőleges jóvátételnek minősülhet a jelen esetben. A vállalat elfogadhatósága körében is számos körülményt és az eljárás alá vontak érveinek összességét mérlegelte az eljáró versenytanács, így különösen azt (lásd a csökkentés, illetve az önkéntes vállalat kapcsán irányadó további megfontolások kapcsán írtakat is alább), hogy ugyan egy kuponos akció a piaci szereplők forgalmát általánosságban növelheti, de a jelen ügyben érintett szolgáltatás (és kereskedelmi gyakorlat) jellege

miatt a fogyasztói szokások alapján életszerű és a fogyasztók számára kedvező, széles termékskálára és igényre érvényesíthető felhasználás valószínűsíthető, továbbá a kommunikáció révén a tudatosság, a körültekintés fokozása is várható az adott piacon.

230. Az eljárás alá vontak által vállalt kompenzáció garantált minimum értékéből, azaz 450.000.000 Ft-ból kiindulva az eljáró versenytanács a következő tényezőket vette figyelembe azzal kapcsolatban, hogy azt milyen mértékű bírságcsökkentésként ismeri el a jogsértés megállapítása mellett:

- a jelen ügyben vizsgált magatartásokkal kapcsolatban nem azonosítható egyértelműen a sértett fogyasztói kör, illetve nincs egyértelműen meghatározható kár, így bármely kompenzáció csak közvetett és részleges lehet, a kifogásolt magatartások jellege miatt a szűken vett (teljes) közvetlen jóvátétel vagy kártalanítás nem is értelmezhető, bár a megjelölt jogosult fogyasztói kör (annak kiemelkedően széles volta miatt) és a kuponérték egy megfelelően közelített, közvetett kompenzációnak elfogadható a jellemző vásárlói szokások alapján,
- azonban éppen ennek a közvetettségnek a foka miatt a garantált minimum értéknek is csak kisebb hányada vehető figyelembe (általánosságban elmondható, hogy a nominális, a vállalás költségeinek vagy garantált minimális összegének megfelelő mértékű csökkentésre csak több feltétel együttes fennállása esetén van mód, azonban a jelen ügyben ezen feltételek nem állnak fenn),
- a fogyasztók számára a kedvezmények önmagukban tranzakciós költséggel nem járnak, a jellemző fogyasztói magatartás (az online vásárlások gyakorisága, a jellemzői vásárlói kosár értéke alapján) és a széles kínálat miatt könnyen felhasználható lehet a kupon és a kapcsolódó kommunikációk révén közvetetten a fogyasztói tudatosság is nőhet,
- az eljárás alá vontak becslése szerint (lásd pl. a VJ/16-151/2020. számú iratot) csak az érintett (azaz 2019-ben vásárló) fogyasztói kör mintegy negyede fogja igénybe venni a kedvezményt, azonban a vállalt garantált minimum kompenzációs összeg magasabb, mint a becsült felhasználás értéke, amennyiben viszont nagyobb vagy akár a teljes érintett fogyasztói kör felhasználná a kupont, úgy az az eljárás alá vontak számára – ha minden egyéb körülménytől, pl. akciótartási gyakorlattól eltekintünk – akár egy milliárd Ft feletti közvetett bevétel-kiesést is jelenthetne,
- a kuponokhoz kapcsolódó kommunikációk fokozhatják a beváltási hajlandóságot,
- az eljárás alá vontak számára a kompenzációs kommunikáció ugyan költséggel és erőforrás allokációval jár, illetve a kuponok felhasználása szűk értelemben esetlegesen bevételek kiesését jelentheti, azonban az ilyen típusú kedvezmények (illetve általában az önkéntes vállalások, a hatósággal való együttműködési intézkedések) egyben a webáruház és az alkalmazás forgalmát, valamint a kínált (széles skálát jelentő) áruk forgalmát is ösztönözhetik, többlet bevételeket generálhatnak, továbbá az eljárás alá vontak image-ét javíthatják, a fogyasztói bizalmat hosszabb távon is növelhetik,
- a kuponok értéke és a feltételként szabott 10.000 Ft-os vásárlási összeg mértéke az átlagos vásárlói kosár értékéhez mérve is reális felhasználhatóságra utal,
- a kompenzációval előálló közérdekű hatás miként viszonyul a bírsággal elérhető elrettentő hatáshoz.

231. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács a vállalt garantált minimum kompenzációs összeg valamivel több mint 40%-ában, [ÜZLETI TITOK] Ft-ban határozta meg a kompenzációs vállalási csomag bírságcsökkentésként figyelembe vett összegét. Az eljáró versenytanács ebben a körben azt is figyelembe vette, hogy az eljárás alá vont kompenzációs törekvéseinek megfelelően feltehetően

ezen vállalások teljesítését követően nem marad fenn (érdemi, jelentősebb) maradványösszeg a garantált minimum kompenzációs összegből.

232. Az eljárás alá vontak részletesen bemutatták, hogy a jelen versenyfelügyeleti eljáráshoz (is) kapcsolódva a megfelelési programjukat miként, milyen mélységű intézkedésekkel erősítették meg az előzőekhez képest (kampányok előzetes – dokumentált – szakmai kontrollja, Önszabályozó Reklámtestületbe való belépés). Az eljárás alá vontak a VJ/39/2018. számú versenyfelügyeleti eljárásban már tettek megfelelésre vonatkozó vállalást, vállalták, hogy kidolgoznak és implementálnak egy teljeskörű megfelelési programot, amire figyelemmel az adott ügyben eljáró versenytanács az utólagos megfelelési erőfeszítés elismeréseként a bírságot 5%-kal csökkentette. A Bírságközlemény VI.2. pontja mutatja be a megfelelési erőfeszítések elismerésére vonatkozó gyakorlatot, amely szerint az előzetes programoknál kisebb, legfeljebb 20%-os mértékű bírságcsökkentéssel honorálja, amennyiben arra tevőleges jóvátétel tanúsításával vagy a jogsértés beismerésével párhuzamosan kerül sor.
233. A jelen ügyben tett, már megvalósított vállalások, kiegészítések és frissítések jelentős fejlesztést, előrelépést és elköteleződést jelentenek az eljáró versenytanács szerint, továbbá tevőleges jóvátétellel és a jogsértés beismerésével párhuzamosan került rájuk sor. Figyelemmel azonban arra, hogy korábban már beszámításra került bírságcsökkentésként megfelelési program és a jelen ügyben tett egyéb intézkedésekre is csak a versenyfelügyeleti eljárás későbbi szakaszaiban került sor, valamint, hogy az eljárás alá vontak nem minősülnek kis- vagy középvállalkozásnak, ezért az eljáró versenytanács a jelen üggyhöz kapcsolódó, a már teljesítés alatt álló, megkezdett utólagos (szintemelő) megfelelési vállalást ugyan a VJ/39/2018. számú ügyben figyelembe vett mértéknél magasabb arányban, de a maximális 20%-os mértéknél jelentősen kisebb arányban, mintegy 7%-kal, [ÜZLETI TITOK] Ft értékben vette figyelembe bírságösszeget csökkentő tételként. Az eljáró versenytanács továbbá nem tartotta indokoltnak a komplex megfelelési csomag fenntartásának további, illetve későbbiekre vonatkozó igazolásának az előírását, ugyanis az eljárás alá vontak már igazolták a versenyfelügyeleti eljárás során az elköteleződés magas fokát és a megvalósítás szükséges mértékét.
234. Az eljáró versenytanács szintén a maximálisnál alacsonyabb mértékben, megközelítőleg összesen 40%-kal (összesen [ÜZLETI TITOK] Ft értékben) vette figyelembe csökkentő tényezőként az eljárás alá vontak esetében a jelen ügyben a jogsértés elismerését, a tények nem vitatását és a jogorvoslatról való feltétel nélküli lemondást. Ezen csökkentési arány meghatározásánál az eljáró versenytanács figyelemmel volt
- egyrészt arra, hogy az eljárás alá vontak nem minősülnek kis- vagy középvállalkozásnak, valamint ezen típusú együttműködésre, illetve vállalásokra a versenyfelügyeleti eljárás későbbi szakaszaiban (az előzetes álláspontot követően) került sor,
 - másrészt arra, hogy az eljárás alá vontak azon túl, hogy az előzetes álláspontot követően a tényállást nem vitatták (és az üzleti titokként kezelni kért információk körét a minimálisra csökkentették), önkéntesen több olyan nyilatkozatot tettek (például egyes vállalási elemek értékére, a kuponok felhasználási arányára vonatkozóan), amelyek az eljárás alá vontak számára kedvezőtlenül is befolyásolhatták volna a bírságkalkulációt,
 - harmadrészt a Bírságközlemény 88. pontjában rögzített azon, az egyéb együttműködési formákra vonatkozó iránymutatásra, miszerint a jogsértés beismerésére tekintettel legfeljebb 30%-kal, a bizonyítékok szolgáltatására, a jogsértés körülményeinek tisztázására és a tények nem vitatására, valamint a jogorvoslatról való önkéntes lemondásra tekintettel összességében legfeljebb 20%-kal mérsékelhető a bírság összege, azzal, hogy ez utóbbi szempontokra beismeréssel egyidejűleg csak akkor adható bírságcsökkentés, ha azok a beismeréshez képest további hozzáadott értéket képviselnek az eljárás szempontjából.

235. Az eljáró versenytanács szerint a jelen ügyben a jogorvoslatról való lemondás és a tények nem vitatása hozzáadott értéket képvisel a beismeréshez képest, így a fentiek alapján (a mintegy 40%-os mértéken belül) a beismerésre tekintettel hozzávetőlegesen 25%-kal, a jogorvoslatról való lemondásra és a tények nem vitatására tekintettel pedig hozzávetőlegesen 15%-kal csökkentette a bírság összegét.
236. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a végül kiszabott, az eljárás alá vontak jogsértésben való közreműködése miatt egyetemlegesen megfizetendő 40.000.000 Ft-os bírságösszeg is megfelel a Tpv. 78. § (3) bekezdésében meghatározott elveknek, a bírság összege a bírságmaximumnál (a vállalkozáscsoport bevételeinek 10%-ánál, de még az eljárás alá vontak összegzett bevételeinek a 10%-ánál is) jelentősen kisebb, annak csak néhány százaléka.
237. Amennyiben az eljárás alá vontak törekvései, illetve alaposan kidolgozott kommunikációja ellenére az elsődleges kompenzációs, illetve kiegészítő eljárásra vonatkozó vállalás teljesítését követően mégis fennmaradna a jelen határozat mellékletének IV. pontja szerint maradványösszeg, úgy ezen – független könyvvizsgálat által igazolt – összeget is versenyfelügyeleti bírságként kötelesek az eljárás alá vontak egyetemlegesen megfizetni a Tpv. 76. §-a (1) bekezdés k) pontja és a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdés a) pontja figyelembevételével.
238. Ezen feltételes bírság összegéről és a fizetési határidőről az eljáró versenytanács az igazolási időszakot (és amennyiben az indokolt, úgy a teljesítést ellenőrző, esetleges utóvizsgálatot) követően külön végzésben fog dönteni. Amennyiben igazolt módon nem marad fenn maradványösszeg a garantált kompenzációs minimum összegből, akkor további, feltételes bírság megfizetési kötelezettsége sem lesz az eljárás alá vontaknak és ezen tényről az eljáró versenytanács sem rendelkezik külön. Kiemelendő azonban az is, hogy sem a feltételes bírság meghatározása, sem a maradványösszeg hiánya nem befolyásolja az esetleges utóvizsgálatot (annak időzítését) vagy a jelen határozat egyes egyéb rendelkezéseinek végrehajtását. Utóvizsgálat előzheti meg a feltételes bírságról való rendelkezést, azonban mindez nem zárja ki azt sem, hogy utóvizsgálatra ezen külön rendelkezéstől függetlenül, esetleg azt követően kerüljön sor a jelen ügyben tett vállalások kapcsán.
239. Lényeges továbbá, hogy amennyiben – a Tpv. 76. § (1) bekezdés i) pontja alapján – előírt vállalás formális igazolására sor kerül, úgy a kötelezettség (tartalmi) teljesítését alapvetően abban az esetben ellenőrzi a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból, ha a teljesítés a rendelkezésre álló adatokból (egyértelműen, kétség nélkül, a legnagyobb biztonsággal) nem állapítható meg. Az igazolás elmaradása esetén a határozati előírás akár végrehajtható is lehet a Tpv. 84/B. § (1) bekezdése alapján.
240. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vontak teljes kompenzációs passzivitása esetén, szélsőséges esetben maximálisan 450 millió Ft összegű feltételes bírság kerülhetne meghatározásra (nem tekintve a végrehajtás esetleges szükségességét), azonban még a maximális feltételes bírsággal növelve sem érné az ügyben összesen kiszabott bírság a törvényi maximumot a vállalkozáscsoportra nézve (lásd a határozat 8. és 11. pontjai szerinti bevételi adatokat is).
241. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az esetleges maradványösszeg (feltételes) bírságként való megfizetése, mint korábban nem alkalmazott gyakorlat a jelen versenyfelügyeleti eljárás keretein túlmutat, iránymutatásul szolgálhat más ügyekben is, ugyanis olyan biztosítékot jelent a hatóság számára, amely az eljárás alá vontak vállalásainak reális, túlzásoktól mentes, de a vállalkozások működésének racionalitását is tükröző tervezését és költségvetését ösztönzi.

IX.3. Az önkéntes vállalás kapcsán irányadó további megfontolások, megjegyzések

242. Egy vállalási csomag nem csak kötelezettségvállalásként fogadható el (például olyan esetekben, amikor a kötelezettségvállalás elfogadása ellen szóló körülmények jelentősek, illetve indokolt a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása), hanem meghatározott feltételek mellett a bírság mértékét csökkentő, önkéntesen vállalt – együttműködési – tényezőként (mint a jelen ügyben).

Az eljáró versenytanács csak az olyan magatartást tekinti tevőleges jóvátételnek (kompenzációnak), amikor a jogsértő vállalkozás a jogsértés negatív hatásait részben vagy egészben reparálja, illetve az esetleges bírságcsökkentés mértéke attól függ, hogy az intézkedések mennyire közvetlenül és milyen mértékben szolgálják a közérdeket.

243. Az eljáró versenytanács a Bírságközlemény 71. pontjában felsorolt szempontokat is figyelembe véve döntött arról, hogy a jelen ügybeli (részleges, közvetett) tevőleges jóvátételt milyen mértékű bírságcsökkentésként ismerte el a jogsértés megállapítása mellett, mérlegelve, hogy a közérdekű hatás miként viszonyul az esetleges bírsággal elérhető elrettentő hatáshoz (a bírsággal a piac felé küldhető fegyelmező üzenethez). Ezen értékelés körében az eljáró versenytanács figyelembe vette többek között a jogsértés súlyát, továbbá azt a társadalmi-gazdasági kontextust is, amiben a jogsértés megtörtént.
244. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben ki kívánja emelni, szintén az adott versenyfelügyeleti eljáráson túlmutatóan, hogy a kompenzáció garantált minimum értékének esetleges maradványösszege kapcsán is irányadó azon elvárás, hogy csak (a potenciálisan érintett fogyasztói körre és/vagy a jogsértésre, illetve a felmerült kárra, sérelemre nézve) közvetlen vagy egyéb módon összefüggő, megfelelően közelített (a fogyasztói szokásokat, preferenciákat tükröző) reparációs biztosító kompenzáció, illetve felajánlás fogadható el.¹⁷⁵
245. Az eljáró versenytanács azt is ki kívánja emelni, hogy a jelen ügyben azt, hogy ne vagy minimális legyen a maradványösszeg az eljárás alá vontak alapvetően figyelemfelkeltő üzenetekkel, kommunikációs „kampánnyal” tudják elérni, azonban ezen tájékoztatásokkal kapcsolatban se merülhet fel jogsértés (pl. adatvédelmi sérelem, megtévesztő üzenetek, kényszerű marketing) vagy öncélúság.
246. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vontak által tett kompenzációs vállalási csomag nem teljesítés esetén végrehajthatóvá válhat, illetve utóvizsgálat keretében vizsgálható lehet (így a szükséges eljárás lépések, az eljárás alá vontak előtt álló intézkedések körében a vállalás teljesítésének és teljesítési idejének határidőben való igazolásának egyaránt kiemelt jelentősége van). Az eljárás alá vontak jelen határozat melléklete szerinti vállalásának ellenőrzésékor nem pusztán annak szövege (ideértve a jelen határozat rendelkező részén és mellékletén túl az indokolás V.5. pontjában írtakat is), de aggály vagy értelmezési kérdés esetén annak mögöttes tartalma is értékelésre kerülhet, amely értékelés során a VJ/16-140/2020., VJ/16-147/2020., VJ/16-151/2020., VJ/16-156/2020., VJ/16-159/2020., VJ/16-162/2020. számú és főleg a VJ/16-174/2020. számú (a vállalásokkal kapcsolatos információkat tartalmazó) beadványokban foglalt adatok, magyarázatok, indokok is áttekintésre kerülhetnek, különös tekintettel az egyes kommunikációs anyagok VJ/16-174/2020. számú irathoz mellékelte tervezeteire és a VJ/16-174/2020. számú irat 3. számú, ütemezést tartalmazó mellékletére.
247. A vállalások teljesítése (és esetleges későbbi ellenőrzése) kapcsán az eljáró versenytanács ki kívánja emelni, hogy a VJ/16-158/2020. adatkérésben megfogalmazott olyan kommunikációs elveket a kedvezményre vonatkozó kampány kapcsán (szövegszerű javaslatok megfogalmazása vagy a benyújtott szövegek részletes véleményezése nélkül), amelynek teljesítését az eljárás alá vontak a

¹⁷⁵ Ezen szempontok (különösen pedig a közvetlenség vagy egyéb összefüggések jelenősége) érvényesültek a következő, 2021. második felében lezárult versenyfelügyeleti eljárásokban is. A VJ/12-196/2020. számú, 2021. december 3-án kelt határozatban az került rögzítésre, hogy „a felajánlott adomány még közvetett és részleges jóvátételként sem fogadható el”, mivel „a felajánlott adomány nem mutat közvetlen összefüggést (de még közvetett sem) a versenyfelügyeleti eljárásban érintett problémával”, illetve „a tevőleges jóvátétel a jogsértéssel érintettek számára közvetlenül nem hasznosul, mivel nem közvetlenül őket érinti”. A VJ/35-88/2020. számú, 2021. december 9-én kelt határozatban az került rögzítésre, hogy az „eljáró versenytanács a jelen ügyben a benyújtott kompenzációs jellegű, tevőleges jóvátételi vállalást sem tartotta elfogadhatónak annak jogsértés korrekciójával, fogyasztói sérelemmel, illetve az érintett fogyasztói körrel kapcsolatos közvetlensége vagy egyéb összefüggései hiányában”.

VJ/16-159/2020. és VJ/16-174/2020. számú iratokban is megerősítették és amely elvek azt szolgálják, hogy a kedvezményel minél több fogyasztó és minél tudatosabban, tervezetten és hatékonyan élhessen.

248. Az eljáró versenytanács továbbá megerősíti, hogy egyetért az eljárás alá vontak azon értelmezésével, hogy a területi korlát miatt a tartalmi sorrendiség az Alza applikáción és a felhasználói fiókon belüli értesítésekre, az SMS üzenetekre és a bannerekre nem vonatkozik.
249. Nem tartotta azonban az eljáró versenytanács megalapozottnak az eljárás alá vontak azon felvetését, hogy az e-mailes értesítés VJ/16-159/2020. számú irat mellékleteként benyújtott B verziója jobban biztosíthatja a kuponok minél szélesebb körű felhasználását figyelemmel a versenyfelügyeleti eljárás és a jogkövetkezmények céljaira is, így az eljáró versenytanács szerint ezen kommunikációs eszköz esetében is a jelzett (a jelen határozat melléklete szerinti) tartalmi sorrendiség az irányadó, amely az A verzióban nyilvánult meg. Az eljárás alá vontak az eljáró versenytanács ezen jelzését a VJ/16-174/2020. számú irat tartalma értelmében tudomásul vették, elfogadták.
250. Az eljáró versenytanács kiemelőnek tartja azonban azt is, hogy az egyes kommunikációkban az esetleges későbbi stiláris, apróbb módosítások, illetve a tartalmat nem érintő formai, kreatív változtatások, kiegészítések nem jelentik a vállalás be nem tartását.

X.

Egyéb eljárási kérdések

X.1. A határozat végrehajtása

251. A bírságnak a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú Versenyfelügyeleti Bírságszámlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (versenyfelügyeleti bírság).
252. A Tpvt. 62/C. § (1) bekezdés 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 az eljáró versenytanács elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is.
253. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni.
254. 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.
255. A Tpvt. 84/C. §-a 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 mértékű késedelmi pótlékot fizet.

256. Az Ákr. 133. §-a 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. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság fogantatosítja.

X.2. Utóvizsgálat

257. A Tpv. 77. § (1) bekezdésének d) pontja alapján a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó, az a)-c) pontban nem említett kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg.

258. A Tpv. 77. § (6) bekezdésének d) pontja alapján 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 az (1) bekezdés d) pontja szerinti esetben elrendeli a kötelezettség végrehajtását vagy bírságot szab ki.

X.3. Jogorvoslat

259. A Tpv. 80/Q. § szerint a jogorvoslatra a Tpv. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.

260. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 157. §-ának (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.

261. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól 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 végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.

262. Az E-ügyintézési tv. 9. §-ának (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.

263. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül 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. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.

264. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.

265. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti üggyel, sajtótermékekkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
266. 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 tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2022. február 16.

dr. Szoboszlai Izabella
előadó versenytanácsstag

Dudra Attila
versenytanácsstag

dr. Kuritár Dávid
versenytanácsstag

MELLÉKLET

- I. Az eljárás alá vontak jelen határozat közlését követő 60 napon belül 3.000 Ft értékű kuponkódot bocsátanak ki minden természetes személy (nem üzleti felhasználó) fogyasztó számára, aki a jelen eljárással érintett jogsértés utolsó teljes évében (a 2019. évben) a www.alza.hu webáruházban vagy az Alza applikáción keresztül az eljárás alá vontaknál bármilyen értékben vásároltak. A kuponkód a kibocsátás kezdő időpontjától számított egy évig használható fel, egyszeri, minimum 10.000 Ft-os vásárlási összeg felett (akár akciós, akár nem akciós termékekre). A kuponkód nem lesz felhasználható olyan akciók során, amelyekben a fogyasztóknak egy adott kedvezmény érvényesítéséhez más kuponkódot szükséges megadniuk a www.alza.hu webáruházban vagy az Alza applikációban. A kuponkód ajándékutalvány vásárlására nem használható fel és készpénzre sem váltható.

A kuponkódot minden jogosult természetes személy fogyasztó számára közvetlen elektronikus levél formájában küldik meg az eljárás alá vontak a Gazdasági Versenyhivatal határozatának eljárás alá vontakkal történő közlését követő 60 napon belül. A kupon felhasználásának nem feltétele, hogy a fogyasztó a www.alza.hu webáruházban felhasználói fiókkal rendelkezzen. A kupon felhasználásához a fogyasztóknak az egyedi kuponkódot a vásárlási folyamat során megtalálható, kedvezményes vásárlásra jogosító kuponmezőbe szükséges bemásolniuk a www.alza.hu webáruházban vagy az Alza applikációban, ahol ezáltal a kedvezmény automatikusan levonásra kerül a vásárlás összegéből, amennyiben a vásárlás a 10.000 Ft-os minimum összeghatárt eléri.

- II. Az eljárás alá vontak továbbá az alábbi módokon hívják fel a jogosult fogyasztók figyelmét a kuponkód felhasználásának lehetőségére a kuponkód kibocsátását követően:

a. legfeljebb 12 alkalommal emlékeztető e-mail üzenet küldése az alábbiak szerint: első alkalommal minden jogosult fogyasztó számára, majd ezt követően a kompenzációs időszak végéig minden hónapban egy alkalommal azon jogosult fogyasztók részére, akik a kupont még nem használták fel,

b. a www.alza.hu honlap főoldalának bal vagy jobb szélén rotálva megjelenő banner formájú tájékoztatás közzététele a kompenzáció felhasználására nyitva álló év során folyamatosan,

c. a www.alza.hu honlapon a kompenzációt ismertető, erre dedikált aloldal létrehozása, mely a kompenzáció felhasználásának teljes időszakában elérhető lesz, és amely a Gazdasági Versenyhivatal honlapján közzétett üzgyzáró döntés linkjét is tartalmazza,

d. négy darab Facebook és négy darab Instagram poszt közzététele a kompenzáció felhasználására nyitva álló év alatt,

e. jelen határozat eljárás alá vontakkal történő közlését követő 30 napon belül kiadott sajtóközlemény,

f. a jogosult fogyasztók részére értesítés küldése a www.alza.hu webáruházban elérhető felhasználói fiókjukban a kompenzáció felhasználására nyitva álló év első hónapjában egy alkalommal, majd ezt követően a kompenzációs időszak végéig minden hónapban egy alkalommal azon jogosult fogyasztók részére, akik a kupont még nem használták fel,

g. a jogosult fogyasztók részére legalább egy darab SMS üzenet küldése a kompenzáció felhasználására nyitva álló év alatt, amennyiben a fogyasztó az Alza számára telefonszámát rendelkezésre bocsátotta a vásárlása során,

h. push üzenet küldése az Alza applikáción keresztül azon jogosult fogyasztók részére, akik engedélyezték, hogy az Alza részükre ilyen típusú értesítést küldjön, a kompenzáció felhasználására nyitva álló év első hónapjában egy alkalommal, majd ezt követően a

kompenzációs időszak végig minden hónapban egy alkalommal azon jogosult fogyasztók részére, akik a kupont még nem használták fel.

A fenti tájékoztatások, értesítések önállóan, egyedileg és nem más információhoz, reklámokhoz vagy más kampányokhoz kapcsolódva kerülnek közzétételre, megküldésre, továbbá az átadott információk között, amennyiben – és olyan mélységben, ahogyan – azt az adott eszköz lehetővé teszi,¹⁷⁶ szerepelni fog (az alábbi sorrendben) az a tartalom, hogy

- a jóvátételre/kompenzációra és a tájékoztatásra a Gazdasági Versenyhivatal eljárása miatt kerül sor,
- a körütekintés, tudatosság fontos a fogyasztói döntéseknél, választásoknál,
- melyek a kuponkódok felhasználásának feltételei (különös tekintettel az időzítésre).

III. Amennyiben a kuponok felhasználására a vállalás garantált minimum összegénél, azaz 450.000.000 Ft-nál alacsonyabb értékben kerülne sor a jogosult fogyasztók által, annyiban a 12 hónapos felhasználási időszakot követő könyvvizsgálat lezárultát követően a különbözetet (azaz a 450.000.000 Ft és a ténylegesen felhasznált kuponok értékének különbségét) az eljárás alá vontak a 2022. február 9-én kelt beadványuk¹⁷⁷ 14. számú melléklete szerinti kiegészítő eljárással juttatják el a vásárlóknak azzal, hogy

- ezen kiegészítő eljárással kapcsolatos információk csak a 12 hónapos felhasználási időszakot követően válnak betekinthezővé, illetve
- a kiegészítő eljárás és az azzal kapcsolatos (az elsődleges felhasználási időszakra vonatkozó kommunikációnak megfelelő, fentiek szerinti elvek alapján megvalósítandó) kommunikáció megkezdésére a könyvvizsgálat lezárultát követő 15 napon belül kerül sor.

IV. A fentieket követően a garantált kompenzációs minimum összegből esetlegesen fennmaradó, szintén független könyvvizsgálat közreműködésével, a kiegészítő eljárás végét követő 30 napon belül igazolt különbözet versenyfelügyeleti bírságként való megfizetését vállalják, azzal, hogy a megfizetéséről (a bírság összegéről és a teljesítés határidejéről) az eljáró versenytanács külön végzéssel dönt.

V. Az eljárás alá vontak a kuponkód kibocsátásának napját követően, negyedévente (összesen három alkalommal, az elsődleges felhasználási időszak egy éve alatt minden negyedévet követő hónap utolsó napjáig) beszámolnak a Gazdasági Versenyhivatalnak a fogyasztók számára nyújtott kompenzáció megvalósításáról. Ennek keretében az eljárás alá vontak tájékoztatást adnak a kompenzációt felhasználó és fel nem használó fogyasztók számáról, a felhasznált kuponok értékéről, illetve arról, hogy ezen érték a vállalás garantált minimum összegéhez képest hogyan alakult.

Az egyéves felhasználási időszakot követő 3 hónapon belül az eljárás alá vontak független könyvvizsgáló által auditált jelentésben adnak számot a kuponok felhasználásáról, illetve az esetleges maradványösszegekről, amely a 450.000.000 Ft-os garantált kompenzációs minimum és a ténylegesen felhasznált kuponok értékének különbsége.

Az eljárás alá vontak a tájékoztatások adott időszakban megtörtént közzétételét a vonatkozó kommunikációkról készült korabeli képernyőmentések bemutatása révén a negyedéves riportjukban, illetve – amennyiben marad fenn korábban nem igazolt tájékoztatás, úgy azokat – legkésőbb a kiegészítő eljárásról készült könyvvizsgálati jelentést benyújtásának határidejében igazolják. Az eljárás alá vontak a vállalt SMS kiküldésének díját tartalmazó számlát az első negyedéves riportjukban mutatják be a Gazdasági Versenyhivatal részére.

¹⁷⁶ A terjedelmi korlát miatt a tartalmi sorrendiség az Alza applikáción és a felhasználói fiókon belüli értesítésekre, az SMS üzenetekre és a bannerek szövegére nem vonatkozik.

¹⁷⁷ VJ/16-174/2020. számú irat. A jelen határozat keltekor még nem nyilvános vállalási elem bemutatását a határozat indokolásának V.5. – nem betekinthező – pontja tartalmazza.

Az eljárás alá vontak a kiegészítő eljárásról készült könyvvizsgálati jelentést a kiegészítő eljárás lezárulását követő 30 napon belül benyújtják a Gazdasági Versenyhivatalnak.