



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf.: 211.

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/120/2014.

Iktatószám: Vj/120-76/2014.

Betekintheső változat!

Üzleti titkot nem tartalmaz.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa az Ormai és Társai CMS Cameron McKenna LLP Ügyvédi Iroda (1053 Budapest, Károlyi utca 12., Ybl Palota, 3. emelet által képviselt **Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Zrt.** (1239 Budapest, Helsinki út 121-123.) és az ugyancsak általa képviselt **ADAMSKY Kft.** (1037 Budapest, Szépvölgyi út 41., 2. em. 2.) eljárás alá vont vállalkozásokkal szemben fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban – nyilvános tárgyalást követően – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t á t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Zrt. 2014. június 15. és 2014. augusztus 31. között lefolytatott „Pepsi Funball” nyereményjáték népszerűsítése során fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon alkalmazott a Funball labda nyeremény garantált voltára utaló állításokat.

E jogsértés miatt az eljáró versenytanács kötelezi a Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Zrt.-t 40.000.000,- – azaz negyvenmillió forint - bírság megfizetésére, amelyet a határozat kézbesítésétől számított harminc napon belül köteles megfizetni a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételi számlájára. Befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetendő: az eljárás alá vont neve, a versenyfelügyeleti eljárás száma, a befizetés jogcíme (bírság). Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótléket köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát az ügyfél a közléstől számított harminc napon belül kérheti a Versenytanácsnál benyújtott, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel. A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevélben terjesztheti elő.

Az eljáró versenytanács meghozta továbbá az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács az eljárást megszünteti az ADAMSKY Kft.-vel szemben, valamint a Funball labda készletére vonatkozóan a szakmai gondosság hiánya tekintetében, illetve a Funball labda elérhetőségével kapcsolatos korlátok elhallgatásával összefüggésben.

A végzés ellen a kézhezvételtől számított 8 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróságnak címzett, de a Versenytanácsnál benyújtandó vagy ajánlott küldeményként postára adott jogorvoslati kérelemnek van helye.

A jogorvoslati kérelmeket a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság nemperes eljárásban bírálja felül, amely során kizárólag okirati bizonyításnak van helye, azonban a bíróság a feleket a szükségeshez képest meghallgathatja.

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

INDOKOLÁS

I.

A vizsgálat tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) a Vj/120/2014. számú végzésével 2014. december 17-én versenyfelügyeleti eljárást indított a Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Zrt. és az ADAMSKY Kft. vállalkozásokkal szemben, mivel észlelte, hogy az eljárás alá vont vállalkozások az általuk lebonyolított „Pepsi Funball” nyereményjáték során valószínűsíthetően nem megfelelő szakmai gondossággal jártak el a készletek tervezése, a nyereményjáték lebonyolítása és a beváltási arányok meghatározása vonatkozásában.
2. Az ügyindító végzés szerint az eljárás alá vont vállalkozások a fenti magatartásukkal valószínűsíthetően megvalósították a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. §-a (2) bekezdésében foglalt tényállást, megsértve ezzel az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében előírt tilalmat.
3. A versenyfelügyeleti eljárás az eljárás alá vont vállalkozások által 2014. június 15-től 2014. augusztus 31-ig közzétett, a „Pepsi Funball” nyereményjátékkal kapcsolatos teljes kereskedelmi gyakorlat vizsgálatára terjedt ki.
4. A versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően a GVH észlelte, hogy az eljárás alá vont vállalkozások a „Pepsi Funball” nyereményjáték során közzétett kommunikációs eszközökön valószínűsíthetően elhallgatták, homályos és félreérthető módon tüntették fel

a Funball labdával kapcsolatos azon információt, hogy a garantált nyereményként ígért világító labda elérhetősége korlátozott, így annak „főnyeremény” volta sem került kihangsúlyozásra. Ennek okán a GVH a 2015. szeptember 3-án kelt, Vj/120-34/2014. számú végzésével az eljárást kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy az eljárás alá vont vállalkozások a fenti magatartásukkal megvalósították-e az Fttv. 7. §-a (1) bekezdésében foglalt tényállást, megsértetve ezzel az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében előírt tilalmat.

5. Ezen túlmenően a GVH a 2015. október 9-én kelt, Vj/120-48/2014. számú végzésével az eljárást kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy a „Pepsi Funball” nyereményjátékban a három ajándék egyikeként ígért világító „Funball” labdára vonatkozó, annak garantált voltára utaló állításokkal az eljárás alá vont vállalkozások megvalósították-e az Fttv. 6. §-a (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, megvalósítva ezzel az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében előírt tilalmat.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozások

II.1. Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Zrt.

6. A Fővárosi Ásványvíz és Üdítőipari Zrt.-t (a továbbiakban: FÁÜ) 1992. október 29-én jegyezte be a cégbíróság. A FÁÜ főtevékenysége ital nagykereskedelem.¹
7. A FÁÜ közvetlen jogelődje az állami tulajdonú Fővárosi Ásványvíz és Jégipari Vállalat volt, amelyet 1992-ben privatizációs eladás céljából részvénytársasággá alakítottak. A FÁÜ 100%-os tulajdonosa jelenleg - pénzügyi holdingjain keresztül - a PepsiCo, Inc. élelmiszeripari és üdítőipari nagyvállalat (Purchase, New York, Egyesült Államok).²
8. A FÁÜ importálja a Pepsi, Mirinda, Slice, Schweppes, Lipton Ice Tea, Tropicana üdítőitalokat, valamint ásványvizet is forgalmaz Kristályvíz márkanév alatt. A FÁÜ tevékenységi körébe tartozik továbbá sós snack-ek (Cheetos, Lay's) forgalmazása is.³
9. A FÁÜ 2014. évi nettó árbevétele az éves beszámoló alapján 19.495.734.000 Ft volt.⁴

II.2. ADAMSKY Kft.

10. Az ADAMSKY Kft.-t (a továbbiakban: ADAMSKY) 2010. május 18-án jegyezte be a cégbíróság. A vállalkozás főtevékenysége a vizsgált időszakban üzletviteli, egyéb vezetési tanácsadás volt, jelenleg reklámügynöki tevékenység. A vállalkozás három magánszemély tulajdonában áll.⁵
11. Az ADAMSKY nyilatkozata szerint a vállalkozás profilját tekintve teljes körű szolgáltatást nyújtó kreatív reklámügynökségként működik a hazai reklám és marketing piacon, igyekszik a lehető legszélesebb körű szolgáltatási spektrummal megjelenni és - a PR tevékenységet leszámítva - igyekszik minden területen helytállni. Az ADAMSKY a klasszikus reklám és kommunikációs stratégiaépítéstől és tervezéstől, a

¹ Vj/120-33/2014. számú irat és www.e-cegjegyzek.hu

² Vj/120-7/2014. számú irat 2. pontja

³ Vj/120-7/2014. számú irat 2. pontja

⁴ Vj/120-33/2014. számú irat és www.e-beszamolo.hu

⁵ Vj/120-33/2014. számú irat és www.e-cegjegyzek.hu

reklámkampányok megvalósításán keresztül (amelyekben leggyakoribb tevékenységei a nyomdai, grafikai tervezések és kivitelezések; teljes körű reklámfilmgyártás; animáció és utómunka; tömegkommunikációs koordináció közvetett és direkt marketing csatornákon; értékesítés támogató sales kampányok kivitelezése, stb.), a rendezvények szervezéséig és koncepció-alkotásig, valamint a közvetlen médiavásárlás szolgáltatásainak igénybevételéig valamennyi szolgáltatást kínálja.⁶

12. Az ADAMSKY 2014. évi nettó árbevétele az egyszerűsített éves beszámoló alapján 395.524.000 Ft volt.⁷

II.3. A két vállalkozás kapcsolata és a „Pepsi Funball” nyereményjátékban vállalt szerepe

13. A „Pepsi Funball” nyereményjáték 2014. június 12-én kelt Játékszabályzatának tanúsága szerint a nyereményjáték szervezője a FÁÜ, a játék lebonyolítója az ADAMSKY.⁸
14. A két vállalkozás között fennálló üzleti kapcsolat a 2014. április 15-én megkötött Vállalkozási Keretszerződésen [...].⁹
15. A Vállalkozási Keretszerződés 1.1. pontja szerint az ADAMSKY feladatköre az alábbiakat foglalja magába¹⁰:
- [...]
16. A FÁÜ az ADAMSKY-től egyedi megrendelés keretében rendelte meg a „PEPSI Funball” kampány meghatározott feltételekkel történő lebonyolítását.¹¹
17. A „Pepsi Funball” nyereményjáték lebonyolításával kapcsolatosan az ADAMSKY előadta, hogy a lebonyolítás körében az ADAMSKY a következőkre kapott megrendelést a FÁÜ-től:
- i. a nyereményjátékban elérhető ajándéktárgy koncepciójának kidolgozása;
 - ii. televíziós reklámfilm gyártása;
 - iii. a www.pepsi.hu weboldal tartalomkezelési feladatainak ellátása és
 - iv. a FÁÜ által meghatározott értékesítési csatornához [a Magyar Lapterjesztő Zrt. (a továbbiakban: LAPKER) hálózatához] kapcsolódó adminisztratív feladatok ellátása.¹²
18. A nyereményjátékhoz kapcsolódó promóciós tájékoztatások tartalmának kidolgozása az ADAMSKY tájékoztatása szerint¹³ a FÁÜ-től kapott fenti megrendelés részét képezte.

⁶ Vj/120-9/2014. számú irat 2. pontja

⁷ Vj/120-33/2014. számú irat és www.e-beszamolo.hu

⁸ P/983-2/2014. számú irat 1. számú melléklete tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁹ P/983-2/2014. számú irat 12. számú melléklete tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

¹⁰ Vj/120-13/2014., P/983-2/2014., 12. sz. melléklet

¹¹ P/983-14/2014. számú irat bevezetése tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 4. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

¹² Vj/120-9/2014. számú irat 9.4. pontja

¹³ Vj/120-9/2014. számú irat 9.4. 1. pontja

A P/983/2014. sz. panaszos eljárásban benyújtott, 2015. január 27-i keltezésű adatszolgáltatásának¹⁴ 9.4.1. pontjának első bekezdése az alábbi szöveget tartalmazza:

„Promóciós tájékoztatások tartalma

[...]”

19. A FÁÜ nyilatkozata szerint a promóciós projekt teljes körű bonyolításáért az ADAMSKY volt felelős, ennek keretében az ADAMSKY rendelte meg a világító labdákat a szállítótól a FÁÜ jóváhagyása alapján, a FÁÜ által meghatározott darabszámban.¹⁵
20. A FÁÜ nyilatkozata szerint a kommunikációs eszközök kreatív fejlesztését az ADAMSKY végezte, az eszközök a FÁÜ jóváhagyásával kerültek véglegesítésre.¹⁶
21. A FÁÜ nyilatkozata szerint a kommunikációs eszközöket a FÁÜ rendelte meg az állandó, szerződött partnereitől a kedvezőbb beszerzési árak szempontjai miatt.¹⁷
22. A Funball kampány keretében meghatározott garantált ajándékok kiszállításával és terjesztésével az ADAMSKY alvállalkozóként a LAPKER-t bízta meg.¹⁸
23. A promóció megszervezéséből az ADAMSKY-nak [...] Ft nettó árbevétele származott.¹⁹ A FÁÜ-vel kötött megállapodásban az ADAMSKY által a megrendelés teljesítéséért kapott vállalkozó díj [...] került meghatározásra.²⁰
24. A FÁÜ nyilatkozata szerint az összes, kiskereskedelmi vevők számára értékesített, promóciós kupakkal ellátott termékből származó forgalmazói árbevétele [...] Ft volt.²¹

III.

A vizsgált magatartás

III.1. A „Pepsi Funball” nyereményjáték

25. A 2014. június 12-én kelt Játékszabályzat értelmében a „Pepsi Funball” nyereményjáték (a továbbiakban: Pepsi Funball, nyereményjáték vagy promóció) az alábbi szabályok alapján került megrendezésre:²²
 - a) a játék 2014. június 15. 00:00 órakor kezdődött és 2014. augusztus 31. 23:59 órakor ért véget;

¹⁴ Vj/120-9/2014. számú irat

¹⁵ P/983-6/2014. számú irat 1. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 2. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

¹⁶ P/983-6/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 2. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

¹⁷ P/983-6/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 2. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

¹⁸ P/983-14/2014. számú irat 1. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 4. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé. A két vállalkozás által megkötött szerződés másolatát a Vj/120-11/2014. számú irat melléklete tartalmazza.

¹⁹ Vj/120-9/2014. számú irat 5. pontja

²⁰ Vj/120-9/2014. számú irat 9.1. pontja

²¹ Vj/120-7/2014. számú irat 12. pontja

²² P/983-2/2014. számú irat 1. számú melléklete tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

- b) a kupakok beváltási időtartama 2014. július 1. 00:00 órától 2014. augusztus 31. 23:59 óráig tartott;
- c) a játékszabályzat szerint a játék menete *„a játék során a játékosnak a játékszabályzatban meghatározott üdítők meghatározott számú kupakjai összegyűjtésekor és átadásakor meghatározott nyereményt kap, amit a játékszabályzat által felsorolt helyeken való átadás után vehet át”*;
- d) egy játékos a játék ideje alatt egy nap maximum 20 kupakot válthatott be;
- e) a játékban az alábbi üdítők kupakjaival lehetett részt venni:
 - Pepsi (0,6 literes, 1 literes, 2 literes, 2,5 literes kiszerelés),
 - Pepsi Light (0, 6 literes és 2 literes kiszerelés),
 - Pepsi Max (0,6 literes, 1 literes és 2 literes kiszerelés),
 - Pepsi Twist (0,6 literes, 1 literes, 2 literes, 2,5 literes kiszerelés),
 - 7up (0,6 literes, 2 literes, 2,5 literes kiszerelés),
 - Mirinda (0,6 literes, 2 literes, 2,5 literes kiszerelés);
- f) egy játékos a meghatározott számú üdítős kupakok összegyűjtése és átadása után a következő nyereményeket vehette át:
 - 6 kupak bemutatása esetén 1 db Lay's Sós Chips 77g vagy 1 db Lay's Fromage Chips 77g,
 - 3 kupak bemutatása esetén 1 db 0,33 literes dobozos Pepsi Cola,
 - 20 kupak bemutatása esetén 1 db Funball labda.

26. A Játékszabályzat 5. pontja szerint a nyeremények átadása a következő módon történik:

- amennyiben a játékos átadja az összegyűjtött a játékszabályzatnak megfelelő kupakot és megkapja érte a játékszabályzat szerinti terméket, a nyeremény átadása-átvétele megtörtént;
- a játékos elfogadja, hogy bármelyik beváltóhelyen előfordulhat termékhiány. Ez esetben a játékos egy későbbi időpontban, és/vagy egy másik beváltóhely felkeresésével kapja meg a nyereményt;
- a játékos jelen játékszabályzat szerint tudomásul veszi, hogy a játékban limitált darabszámú Funball vesz részt, így amennyiben a játékban részt vevő limitált számú labda elfogy, a játékos számára a szervező nem biztosít további más terméket;
- amennyiben a Játékos ezen okok miatt nem tudja átvenni a Funballt, az összegyűjtött kupakjait a játékszabályzatban felsorolt többi termékre tudja beváltani.

27. A promóció ideje alatt a LAPKER által működtetett átvételi pont-hálózat, a Relay és Inmedio hírlapüzletek működtek beváltóhelyként, azaz a nyertes kupakok ellenében a játékosok ezekben az üzletekben juthattak hozzá a játék szervezője által biztosított nyereményekhez.²³

²³ Vj/120-11/2014. számú irat 2. pontja

28. A promóciós kupakkal ellátott termékek az alábbi üzletláncokban voltak elérhetők: Tesco, Auchan, Spar, Lidl, Penny Market, Coop, CBA, Reál, Kerekes, Vianni, Lukoil, MOL, Shell, Metro, független bolt és független vendéglátóhely.²⁴
29. A FÁÜ nyilatkozata szerint az összes, promóciós kupakszámmal ellátott, beváltható kupakkal ellátott termék darabszáma a kereskedelmi forgalomban 4.774.374 volt.²⁵ A promóciós kupakokon egy focilabdát ábrázoló kép volt.
30. A FÁÜ előadta, hogy tekintettel arra, hogy Magyarországon a megelőző 5 évben nem alkalmazott a szóban forgó aktivitáshoz hasonló fogyasztói promóciós mechanizmust, elsősorban a PepsiCo lengyel üzleti egysége által 2013-ban lebonyolított promóció adatait vette alapul. Az egy főre jutó üdítőital-fogyasztás és a háztartások egy főre eső jövedelme a két országban nagyságrendileg hasonló, így a vállalatcsoportban általános gyakorlat a közép-kelet-európai piaci adatok komparatív figyelembe vétele.²⁶
31. A hivatkozott lengyel promóció a 2013. november 2. és 2013. december 31. közötti időszakban zajlott. A Pepsi, Mirinda, 7up és Mountain Dew megnevezésű termékek a nyereményjáték időszaka alatt promóciós kupakkal kerültek forgalomba, amelyeken kétféle pontszám szerepelt. A nagy kiserelésű (1,5l; 1,75l; 2l és 2,5l) termékek kupakjai 4 pontot, míg a kis kiserelésű (0,5l; 0,85l és 1,0 l) termékek kupakjai 3 pontot értek. A kupakokat háromféle nyereményre lehetett beváltani: 12 pontért egy darab 0,5l-s Pepsi terméket, 24 pontért egy darab KFC-s Zinger vagy Twister burgert, 48 pontért pedig egy darab divatos retró Pepsi pólót kapott a fogyasztó. A nyeremény Pepsi terméket illetve a KFC hamburgert a KFC vendéglátóhelyein, míg a nyeremény pólót a Diverse elnevezésű ruházati lánc üzleteiben lehetett beváltani. A promóciós időszak alatt 24 ezer Pepsi póló, 124 ezer KFC szendvics, illetve 622 ezer Pepsi 0,5l-es termék került beváltásra, ami a promóciós kupakkal ellátott termékhez viszonyítva, összesen 12%. Ezt a százalékos adatot figyelembe véve határozta meg a FÁÜ a teljes beváltási arányt, illetve az átlagos lengyel kupak-ellenértékek alapján az általa tervezett kupak-ellenértékeket.²⁷
32. A 2013-as lengyel promóció tényadatait alapul véve (úgy mint a lengyel promóció teljes beváltási aránya és az ajándék beváltások megoszlása; a forgalomba kerülő promóciós kupakok hány %-át váltották be a fogyasztók, illetve hogy az egyes kisebb és nagyobb értékű ajándékok beváltásának egymáshoz képesti aránya hogyan alakult²⁸): A lengyel nyereményjáték megtervezése során 12%-ban határozták meg a teljes beváltási arányt (beváltott kupakok aránya az összes promóciós kupakból), mely a tervezett összes promóciós kupak (4.774.374 db) arányában 567.720 db kupak.²⁹
33. A FÁÜ az egyes ajándékok közötti arány becslésénél is figyelembe vette a lengyel eredményeket, így került meghatározásra a 10%-os beváltási arány a világító labda, mint „fődíj” esetében (a focilabdára beváltott kupakok aránya az összes beváltott kupakból). A maradék 90%-ot kitevő promóciós kupakmennyiség Pepsi és Lay’s termékek közötti

²⁴ Vj/120-17/2014. számú irat 12. pontja

²⁵ Vj/120-7/2014. számú irat 11. pontja

²⁶ Vj/120-7/2014. számú irat 13. pontja, továbbá a P/983-6/2014. számú irat 3. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 2. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

²⁷ Vj/120-7/2014. számú irat 13. pontja

²⁸ P/983-6/2014. számú irat 3. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 2. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

²⁹ Vj/120-7/2014. számú irat 4. pontja, továbbá a P/983-15/2014. számú irat 9. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 5. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

megosztásánál elsősorban az ajándékok értékét, illetve kupakban kifejezett „ellenértéküket” vette figyelembe (ami focilabda esetében 20 kupak volt).³⁰

34. Ennek megfelelően a becsült nyereményszükségletek, a tervezett termékforgalom (illetve kupakellenérték) és a becsült beváltási arány alapján az alábbi tervszámokkal dolgoztak a promóciós termékek megrendelése során:

- 10% világító labda: 2.839 db,
- 50% Pepsi dobozos üdítő: 94.620 db (a zavartalan ellátás érdekében 120.000 db került beszállításra a LAPKER központi raktárába),
- 40% Lay's chips: 37.848 db (a zavartalan ellátás érdekében 60.200 db került beszállításra a LAPKER központi raktárába).³¹

35. A tervezés eredményeként tehát a FÁÜ a világító Pepsi Funball labda vonatkozásában a kiosztandó mennyiséget a becsült fogyasztásra vonatkozó előzetes tanulmányok alapján 2.839 darabban, a megrendelendő mennyiséget – az egyéb promóciós célokra és a garanciális igények kielégítését szolgáló visszatartásra tekintettel – felkerekítve 3.000 darabban határozta meg.³²

36. A FÁÜ a fentiekben bemutatott tervezési folyamaton kívül rámutatott arra is, hogy a Dunnhumby/Tesco adatai alapján a magyarországi Tesco 2013. évi értékesítési adatait alapul véve a promócióban résztvevő termékek vásárlói [...] terméket vásároltak (azon fogyasztókat figyelembe véve, akik legalább egy esetben vásároltak az adott időszakban). A FÁÜ álláspontja szerint mindezek alapján joggal feltételezte, hogy a labda beváltásához szükséges 20 db kupak összegyűjtése csak komoly erőfeszítés árán lehetséges, azaz a fogyasztók csak viszonylag szűk körének fog sikerülni. Ennek tükrében, az említett lengyel „ajándék-ellenérték”-et figyelembe véve olyan Funball készletmennyiséget határozott meg a tervezésnél (2.839 db), amely reális forgatókönyv bekövetkezése esetén elegendő.³³

37. Az ADAMSKY 2014. június 24-én a nyereményjátékban résztvevő Funball labdák teljes mennyiségét, 2.980 darabot leszállította a LAPKER központi raktárába (ennek tényét az ADAMSKY átadás-átvételi elismervénnyel igazolta³⁴). A 20 darab labda az esetleges minőségi reklamációk kezelése érdekében megőrzésre került, 2014 augusztusában ezek a labdák is kiosztották kerültek.³⁵

38. A kampány keretében az ADAMSKY a többi garantált ajándékként szolgáló termékeket a LAPKER-hez a következő mennyiségben szállította be:

- Lay's Chips Sós: 27.200 db
- Lay's Chips Tejfölös-Snidlinges: 33.000 db

³⁰ Vj/120-7/2014. számú irat 4. pontja, továbbá a ³⁰ P/983-15/2014. számú irat 9. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 5. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

³¹ Vj/120-7/2014. számú irat 4. pontja, továbbá a P/983-15/2014. számú irat 9. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 5. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

³² Vj/120-9/2014. számú irat 3. számú melléklete, továbbá a P/983-6/2014. számú irat 2. és 3. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 2. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

³³ Vj/120-7/2014. sz. irat 5. pont

³⁴ P/983-14/2014. számú irat melléklete tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 4. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

³⁵ Vj/120-9/2014. számú irat 8. pontja

- Pepsi dobozos üdítő (0,33l): 120.000 db.³⁶
39. A LAPKER nyilatkozata szerint a LAPKER-t az átvett nyereményekkel kapcsolatban elszámolási kötelezettség terhelte az ADAMSKY felé. Ennek keretében a LAPKER a kiszállításokról és az átadott nyereményekről napi szintű fogyasztajelentést küldött az ADAMSKY részére.³⁷
40. A LAPKER-rel történt elszámolás szerint a fenti tételeket illetően kiosztásra (azaz kupakok ellenében történő ajándékként való átadásra) az alábbiak szerint került sor:
- Lay's Chips Sós: 16.043 db
 - Lay's Chips Tejfölös-Snidlinges: 24.524 db
 - Pepsi dobozos üdítő (0,33l): 89.833 db.³⁸
41. A Funball labda promóció idő alatti fogyasztásával kapcsolatosan az FÁÜ előadta, hogy promóció folyamán szerzett értesülései alapján a labdák elfogyásának időpontja 2014. augusztus 10-re volt tehető, ekkor állította le a televíziós kampányt, illetve ezt követően vezette be a fogyasztók arról való tájékoztatását szolgáló kommunikációs intézkedéseket (honlap, speciális Hotline vevőszolgálat).³⁹
42. A FÁÜ előadta, hogy a LAPKER az ADAMSKY részére tett 2014. október 14-én kelt nyilatkozata értelmében a labda elfogyásának tényleges időpontja 2014. augusztus 15. volt, az alábbiak szerint.⁴⁰

„A Lapker Zrt. a Promócióban történő felhasználásra 2.980 db (azaz: kétezer-kilencszáznyolcvan darab) funball labdát vett át az Adamsky Kft-től 2014. június 24-én. Az erre vonatkozó átadás-átvételi bizonylatot mellékeljük.

Az átvett mennyiségből 2.902 db (azaz: kétezer-kilencszázkettő) került fokozatosan kiszállításra a Promóció ideje alatt a beváltással érintett áruhelyek részére.

A kiszállított mennyiségből 2.884 db (azaz: kétezer-nyolcszáznyolcvannégy db) a vásárlók részére átadásra került, 18 db (azaz: tizennyolc db) selejt volt. A teljes átvett mennyiségből (2.980 db) 78 db-ot (azaz: hetvennyolc db-ot) a Lapker Zrt. kérésükre Önöknek adott át a Promóció ideje alatt. Az erre vonatkozó bizonylatot mellékeljük.

A funball labda készletmozgására vonatkozó adatokat az Önök részére 2014. október 13-án „Pepsi készlet” fájl néven, elektronikusan elküldött excel táblázat tartalmazza. [...]

A nyertes kupakok és a be nem váltott nyeremények feldolgozása eredményeképpen határozottan állítható, hogy utoljára 2014. augusztus 15-én történt nyereményként labda átadás. Ezen a napon az érintett hírlapiüzenetben 4 db (azaz: négy db) funball labda átadására került sor négy különböző vásárló részére. Az erre vonatkozó átadás-átvételi bizonylatot mellékeljük.”

³⁶ P/983-14/2014. számú irat 5. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 4. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

³⁷ Vj/120-11/2014. számú irat 2. pontja

³⁸ P/983-14/2014. számú irat 5. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 4. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

³⁹ P/983-2/2014. számú irat 3. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁴⁰ P/983-7/2014. számú irat tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 3. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

III.2. A nyereményjáték népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikáció

43. A nyereményjátékot az eljárás alá vontak az alábbi kommunikációs eszközökön népszerűsítették:

- promóciós címkén a játékban részt vevő üdítőitalok palackján;
- a www.pepsi.hu weboldalon;
- a Pepsi facebook oldalán (<https://www.facebook.com/pepsihungary>);
- a Pepsi Funball Aréna applikációján (https://www.facebook.com/pepsihungary/app_1524922624398065);
- vásárláshelyi reklámanyagokon (polcárjelző, plakát, hűtő háromszög matrica/karton, nyaklogó, hűtőkorona, árvtorla);
- rendezvényen használt kommunikációs eszközön (tapstábla);
- Funball Aréna sátorban;
- Beváltóhelyeken közzétett reklámtáblán;
- televíziós reklámban.

44. Az egyes kommunikációs eszközökön az alábbi hirdetések jelentek meg:

Kommunikációs eszköz	Megjelenés ideje	A kommunikációs eszközön megjelenő tartalom
Promóciós címke	2014. július 15-től ⁴¹	<p>„JÁTSSZ MOST! GYŰJTSD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!” [kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi</p> <p>A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1. – 2014. augusztus 31. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabály és a promócióban szereplő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció. *A készlet erejéig”</p>
www.pepsi.hu weboldal ⁴²	2014. június 15-től volt elérhető a promóció végéig azzal, hogy 2014. augusztus 12-től megjelent az „elfogyott a labda” kommunikáció	<p><u>Kezdőoldal</u>⁴³ „Játssz most és gyűjtsd a kupakokat a garantált nyereményekért” „A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től 2014. augusztus 31-ig.” „Nézd meg interaktív videón a funball team trükkjeit!” „Funball bajnokot avatott a sztárvilág” „Funball aréna a campus fesztiválon” „Videó a funball kampány nyitóbulijáról” „Foci+Zene+Pepsi = Pepsi funball aréna!” „Funball aréna az EFOTT-on”</p> <p>Kezdőoldalon a „Játssz most és gyűjtsd a kupakokat a garantált nyereményekért”-re kattintva⁴⁴</p>

⁴¹ Vj/120-13/2014. P/983-6/2014.

⁴² Eredetileg P/983-2/2014. sz. irat 2. sz. melléklete, átelve a Vj/120-13/2014. sz. irattal. A Vj/120-7/2014. sz. irat 1. sz. mellékletében található a kezdőlap és a játékszabályzat képe. Web.archive képek a Vj/120-22/2014. sz. iratban

⁴³ Vj/120-13/2014., P/983-2/2014., 2. számú melléklet

⁴⁴ Vj/120-22/2014. wayback machine

		<p>„JÁTSSZ MOST! <i>Játsz most és gyűjtsd a kupakokat garantált nyereményekért! Gyűjtsétek az akcióban részt vevő kupakokat, melyeket garantált ajándékokra válthattok július elsejétől. A játék egész nyáron, augusztus 31-ig tart. 3 kupakért egy 0,33-as Pepsit, 6 kupak bemutatása esetén egy Lay's Chipset, 20 kupakért pedig egy eredeti Pepsi Funball labdát kapsz. Az akcióban részt vevő termékeink: Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Max, Pepsi Twist, 7up, Mirinda. Az akciós termékek kupakján egy focilabda látható! A beváltó pontokat megtalálod itt. Játékszabályzat>>”</i></p>
Pepsi Facebook oldal https://www.facebook.com/pepsihungary ⁴⁵	2014. július 2. borítókép	<p>[kép] [kép] [kép] 20x (kupak); 6x (kupak); 3x (kupak) Világító Pepsi Funball; Lays Chips; 0,33L-es Pepsi</p>
	2014. július 2. poszt	<p>„Üdvözlünk a Pepsi Funball világában! Játsz most, gyűjtsd az akcióban részt vevő kupakokat, és váltsd garantált ajándékokra egészen augusztus 31-ig! http://www.pepsi.hu/jatssz_most”</p> <p>„JÁTSSZ MOST! GYŰJTSZD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!*</p> <p>[kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi</p> <p>A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1. – 2014. augusztus 31. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabály és a promócióban szereplő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció. *A készlet erejéig”</p>
	2014. július 10. poszt	<p>Üdvözlünk a Pepsi Funball világában! Gyűjtsd az akcióban részt vevő kupakokat, és váltsd garantált ajándékokra egészen augusztus 31-ig, vagy szállj versenybe Dukai Regina és Istenes Bence társaságában a Pepsi Funball Team freestyle focistáival! http://www.pepsi.hu/jatssz_most</p>
	2014. július 21. poszt	<p>Célozz pontosan mától a Pepsi Funball Aréna Facebook alkalmazásában, és nyerd napi ajándékként 12X6 dl Pepsit, hetente egy Skullcandy fejhallgatót, vagy a játék végén a fődíjat, egy JVC Boomblaster hifit! https://www.facebook.com/pepsihungary/app_1524922624398065</p> <p>Képen megjelenő felirat: „Rúgj labdába, és diktáld az ütemet! A foci, zene és Pepsi mágikus kombinációjaként létrehoztuk a Pepsi Funball Arénát, ahol egy jól irányzott lövéssel magasabb szintre emelheted a bulit! Célozz a labdával a panelekre, állítsd össze 3 zeneszámunk egyikét, és a toplista királyaként Skullcandy fejhallgatót vagy akár JVC Boomblater Hi-Fit is megnyerhetsz!”</p>
	2014. július 21. borítókép	<p>[kép] [kép] [kép] 20x (kupak)6x (kupak)3x (kupak) Világító Pepsi Funball; Lays Chips; 0,33L-es Pepsi</p>
	2014. július 23. poszt	<p>A ma kezdődő Campus fesztiválon is vár rád a Pepsi Funball Aréna! Megtalálsz minket a Pepsi Nagyszínpadnál, ahol nem akármilyen "gólokat" rúghatsz!</p>
	2014. július 25. poszt	<p>Jártál már a Pepsi Funball Arénában? Ha nem, ne csüggedj, hiszen Facebook alkalmazásunkban átélheted az élményt, ráadásul tálca Pepsit, Skullcandy fejhallgatót és a fődíjat, egy JVC Boomblaster hifit is</p>

⁴⁵ Eredetileg P/983-2/2014. sz. irat 3. sz. melléklete, átemelve a Vj/120-13/2014. sz. irattal, illetve Vj/120-22/2014. sz. irat

		<p>megnyerheted! https://www.facebook.com/pepsihungary/app_1524922624398065</p>
	2014. augusztus 2. poszt	<p>Lőj pontosan, és diktáld Te az ütemet! Ha pedig mindezt a lehető leggyorsabban csinálod, esélyed van arra, hogy Tiéd legyen a napi 12x6 dl Pepsi, hetente egy Skullcandy fejhallgató, vagy a játék fődíja, a JVC Boomblander hifi! https://www.facebook.com/pepsihungary/app_1524922624398065</p>
	2014. augusztus 9. poszt	<p>Pörgesd velünk a Pepsi Funballt! Várunk téged ma 18:00 és 19:00 óra között Budapesten a Széll Kálmán téren, ahol Istenes Bence vezetésével te is ellesheted a Pepsi freestyle focisták legjobb trükkjeit, és belekóstolhatsz az üdítő játék élményébe. Ugye összefutunk? Képen megjelenő felirat: <i>„Rúgj labdába, és diktáld az ütemet! Várunk téged 08.09-én (szombaton) 18:00 órától Budapesten a Széll Kálmán téren. Funball”</i></p>
	2014. augusztus 14. borítókép	<p>[kép] [kép] 6x (kupak); 3x (kupak) Lays Chips; 0,33L-es Pepsi</p>
Pepsi Funball Aréna applikáció ⁴⁶ https://www.facebook.com/pepsihungary/app_1524922624398065	2014. július 21-től 2014. augusztus 17-ig	<p>Főoldal: <i>„Funball Aréna Rúgj labdába és diktáld az ütemet! A foci, zene és Pepsi mágikus kombinációjaként létrehoztuk a Pepsi Funball Arénát, ahol egy jól irányzott lövéssel magasabb szintre emelheted a bulit!”</i></p> <p>Pepsi Funball oldal: <i>„Funball Játsz most és gyűjtsd a kupakokat! Funball Arena Pepsi Football Arena Pepsi Freestyle”</i></p>
Vásárláshelyi reklámanyagok ⁴⁷ mintegy 300 üzletben ⁴⁸	Kihelyezésük 2014. július 1-jén kezdődött meg, ugyanakkor az országos lefedettség bizonyossága 2014. július 15-től jelenthető ki. ⁴⁹ A vásárláshelyi anyagok kihelyezésének időtartama általában a 2014. július 15-től a 2014. július 31-ig terjedő időszak volt. ⁵⁰	<p>Polcárjelző, plakát, hűtő háromszög matrica/karton: <i>„JÁTSSZ MOST! GYŰJTSD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!*</i></p> <p>[kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi</p> <p><i>A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től 2014. augusztus 31-ig. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabály és a promócióban résztvevő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció. *A készlet erejéig”</i></p> <p><u>Nyaklogó:</u> - Front oldal: <i>„JÁTSSZ MOST! GYŰJTSD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!*</i> *A készlet erejéig” - Hátsó oldal:</p>

⁴⁶ Vj/120-32/2014. 3. sz. melléklet

⁴⁷ Vj/120-13/2014. P/983-2/2014., 4. számú melléklet

⁴⁸ Vj/120-7/2014.

⁴⁹ Vj/120-17/2014.

⁵⁰ Vj/120-7/2014.

		<p>„JÁTSSZ MOST! GYŰJTSD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!*</p> <p>[kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi</p> <p>*A készlet erejéig”</p> <p><u>Hűtőkorona:</u> „JÁTSSZ MOST! [kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től 2014. augusztus 31-ig. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabály és a promócióban résztvevő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció.”</p> <p><u>Árvtorla:</u> „JÁTSSZ MOST! GYŰJTSD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!*</p> <p>[kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től 2014. augusztus 31- ig. A nyeremények képe illusztráció. *A készlet erejéig”</p>
<p>Rendezvényen használt kommunikációs eszközök⁵¹</p>	<p>Tapstábla: • Hostess Promóciók keretében (csak Budapesten) o Citadella (2014.07.05.) o Eiffel tér (2014.07.10.) o Deák tér (2014.07.31.) o Vörösmarty tér (2014.08.01.) o Szent István tér (2014.08.02.) o Ferenciek tere (2014.08.08.) o Corvin köz (2014.08.07.) o Budapest PARK (2014.08.07.) o Moszkva tér (2014.08.09.) o Batthyány tér (2014.08.09.) • Funball Aréna sátorban:</p>	<p>Front oldal: FUNBALL</p> <p>Hátsó oldal: „JÁTSSZ MOST! GYŰJTSD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!*</p> <p>[kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től 2014. augusztus 31-ig. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabály és a promócióban résztvevő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció. *A készlet erejéig”</p>

⁵¹ Vj/120-13/2014. P/983-2/2014., 5. számú melléklet

	o Funball Kickoff PR rendezvény (2014.07.08.)	
	FUNBALL ARÉNA SÁTOR: o Funball Kickoff PR rendezvény (2014.07.08.) o EFOTT fesztivál (2014.07.15.-2014.07.20.) o Campus fesztivál (2014.07.23.-2014.07.27.)	A FÁÜ nyilatkozata szerint a Funball Aréna fogyasztói aktivizáció célú marketingkommunikációs eszköz, amelynek célja az volt, hogy a fogyasztók interaktív kapcsolatba kerüljenek a labdával. A Funball Arénát a Pepsi és a Funball kulcslogóit ábrázoló, színeiben a Pepsi kulcsszínét (kék) megjelenítő sátorként kell elképzelni, amelyben a fogyasztók kipróbálhatják a „Funball játékot”, amely egyfajta zenés technikai ügyességi labdajáték volt. A lebonyolítást hostessek segítették. Az eljárás alá vont adatszolgáltatásában kiemelte, hogy álláspontja szerint a Funball Aréna lényege az volt, hogy a fogyasztót a márkával kapcsolatban kellemes élmények ériék, de a FÁÜ álláspontja szerint szervesen nem kapcsolódott a konkrét promóció kommunikációjához, hiszen az Arénában a nyereményjáték mechanizmusát nem kommunikálták. ⁵²
Beváltóhelyeken közzétett kommunikációs eszközök (Tábla 700x257 cm-es méretben) ⁵³	2014. július 1. és 2014. augusztus 31. között	„BEVÁLTÓ PONT FUNBALL GYŰJTSD A PROMÓCIÓS KUPAKOKAT A GARANTÁLT AJÁNDÉKOKÉRT!*[kép] [kép] [kép] 20x (kupak) 6x (kupak) 3x (kupak) Világító Pepsi Funball Lays Chips 0,33L-es Pepsi A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től 2014. augusztus 31-ig. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabály és a promócióban szereplő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció. *A készlet erejéig”
Televízió reklám (RTL Klub, TV2, RTL 3, Discovery Channel, Super TV2, Comedy Central, MTV, Music Channel, FOX, Nóta TV, Sport 1, Sport 2, Viasat 3, Viasat 6, Viva) ⁵⁴	2014. június 16. és augusztus 10. között	Az eljárás alá vont két fajta televíziós reklámot csatolt be. ⁵⁵ <u>A Pepsi Messi 20+10 fájlnevű reklám</u> A televíziós reklámban az alábbi szöveg hangzik el: „Játssz most! Gyűjtsd a promóciós kupakokat és váltsd be egy Pepsire egy Lay'sre vagy egy világító focilabdára. További részletek a pepsi.hu-n.” A televíziós reklámban az alábbi szöveg olvasható: „FUNBALL JÁTSSZ MOST!” Megjelenik a 0,33-as Pepsi képe, alatta 3x (kupak), világító focilabda képe, alatta 20x (kupak), Lay's Chips képe, alatta 6x (kupak). A képek alatt kis betűvel az alábbi szöveg jelenik meg: „A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től augusztus 31-ig, a nyeremény készletek erejéig. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabályzat és a promócióban résztvevő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció.” <u>A PepsiLays15+5 fájlnevű reklám</u> A televíziós reklámban az alábbi szöveg hangzik el: „Gyűjtsd a promóciós kupakokat és váltsd be egy Pepsire egy Lay'sre vagy egy világító focilabdára.” A televíziós reklámban az alábbi szöveg olvasható: „FUNBALL JÁTSSZ MOST!”

⁵² Vj/120-32/2014. sz. irat

⁵³ Vj/120-28/2014. sz. irat 1. sz. melléklet

⁵⁴ Vj/120-13/2014. P/983-2/2014.

⁵⁵ Vj/120-13/2014. P/983-2/2014. CD melléklet.

		<p>Megjelenik a 0,33-as Pepsi képe, alatta 3x (kupak), világító focilabda képe, alatta 20x (kupak), Lay's Chips képe, alatta 6x (kupak). A képek alatt kis betűvel az alábbi szöveg jelenik meg: „A kupakok beváltásának időtartama: 2014. július 1-től augusztus 31-ig, a nyeremény készletek erejéig. Beváltóhelyek listája, részletes játékszabályzat és a promócióban résztvevő termékek listája a www.pepsi.hu weboldalon található. A nyeremények képe illusztráció.”</p>
--	--	--

45. A FÁÜ kérte figyelembe venni, hogy a rendezvények során a konkrét nyereményjátékot nem kommunikálta, vagyis a részvételi feltételeket, a részvételi időszakot vagy a nyereményjáték szabályait nem népszerűsítette. A rendezvények résztvevői az események alkalmával csak magával a Funball labdával – mint a Pepsi brandhez abban az időben kapcsolódó képi elemmel – találkozhattak, így az alábbi rendezvények sokkal inkább a brand marketing aktivitás, semmint a kérdéses nyereményjáték kommunikációjával kapcsolatosak.⁵⁶

Funball Kickoff PR rendezvény, 2014.07.08.

Fesztiválok:

EFOTT, 2014.07.15-2014.07.20.

Campus, 2014.07.23-2014.07.27.

Hostess promóciók (csak Budapesten voltak):

Citadella (2014.07.05.)

Eiffel tér (2014.07.10.)

Deák tér (2014.07.31.)

Vörösmarty tér (2014.08.01.)

Szent István tér (2014.08.02.)

Ferenciek tere (2014.08.08.)

Corvin köz (2014.08.07.)

Budapest PARK (2014.08.07.)

Moszkva tér (2014.08.09.)

Batthyány tér (2014.08.09.)

III.3. Fogyasztói panaszok és azok kezelése

46. A világító Pepsi Funball labdák elfogyása miatt érkezett fogyasztói a panaszokkal kapcsolatosan a LAPKER előadta, hogy egyes üzletek eladói jelezték, hogy a vásárlók panaszkodnak a labda kis mennyisége miatt.⁵⁷ A LAPKER rendelkezik olyan 2014. július 10-i, az ügyfélszolgálatuk által rögzített bejelentéssel, amely szerint a hírlapárus 20 darab labda megküldését kéri a megnövekedett igények kielégítéséhez.⁵⁸

47. A LAPKER előadta, hogy a reklamációk miatt felvette a kapcsolatot az ADAMSKY-val, valamint a FÁÜ ügyfélszolgálatával is, és folyamatosan tájékoztatta őket a beérkező panaszokról, a felmerült problémákról. A folyamatos és napi szintű kapcsolattartás során az információk oda-vissza áramlottak. A LAPKER minden tőle

⁵⁶ Vj/120-7/2014. számú irat 10. pontja

⁵⁷ Vj/120-11/2014. számú irat 6. pontja

⁵⁸ Vj/120-28/2014. számú irat 3. pontja

elvárható intézkedést megtett annak érdekében, hogy (i) a selejtes labdákat a rendelkezésére álló készlet erejéig az üzletekben kicserélje, valamint (ii) tájékoztatást adott a játékos, az üzlet személyzete, illetve az ADAMSKY részére azon üzleteiről, ahol volt még készleten labda, és a játékos hozzájuthatott a nyereményéhez.⁵⁹

48. A FÁÜ előadta, hogy az első panaszról 2014. július 17-én értesült ügyfélszolgálatán. A panasz tárgya az adott beváltóhelyen tapasztalt átmeneti világító labda készlethiány volt. A következő napokban, vagyis a 2014. július 17. és 2014. július 24. közti időszakban hasonló tárgyban érkezett újabb 7 panasz az ügyfélszolgálatához, illetve a facebook oldalára. A panaszos játékosokat a FÁÜ tájékoztatta arról, hogy a játékszabályzatnak megfelelően a beváltásra másik beváltóhelyen vagy másik időpontban van lehetőségük.⁶⁰
49. A FÁÜ előadta, hogy a labdák megrendelésével az ADAMSKY foglalkozott, aki az állandó partnerét, a reklámajándéokra szakosodott Promix Gifts Kft.-t bízta meg a világító labdák beszerzésével. A labdák egyedi tervezésűek és egyedi gyártásúak voltak a projekt céljára, Magyarországon készletek nem álltak rendelkezésre, ezért az importőr egy kínai cégtől rendelte meg a termékek gyártását. A szállítási határidő az egyedi gyártásra tekintettel 3 hónap volt. A FÁÜ előadta, hogy kérésére az ADAMSKY megkísérelte a labdák utánrendelését, azonban a gyártó, főként a fluoreszkáló felületre szolgáló anyag beszerzési határidőinek rugalmatlansága miatt, nem tudta a 3 hónapos szállítási határidőt lerövidíteni. Mivel a promóció 2014. augusztus 31-én véget ért, és az egyedi gyártás a promóció időzítésének tükrében utánrendelésre nem adott lehetőséget, ezért kellett úgy döntenie, hogy a labdakészlet utánpótlása helyett a panaszkezelési program keretében a labdához hasonló értékű helyettesítő ajándékokat ad át.⁶¹
50. A FÁÜ előadta, hogy az ADAMSKY tájékoztatása szerint összesen 243 panasz érkezett a lebonyolító ügynökséghez. A FÁÜ nyilatkozata szerint a panaszok mindegyike kezelésre került.⁶²
51. A FÁÜ előadta, hogy a fogyasztók a kampány indulásától kezdve megkereshették a Pepsi Vevőszolgálatot problémáikkal, amelynek telefonszáma a Játékszabályban, valamint a www.pepsi.hu oldalon is megtalálható volt. A televíziós reklám és a vásárláshelyi anyagok is az említett honlapra terelték a fogyasztókat. A honlap a promóció ideje alatt kizárólag a kampányról szólt, tematikusan rendezve az információkat. A fogyasztók a promóció ideje alatt a Vevőszolgálat mellett a Pepsi Hungary Facebook oldalon az ott lévő üzenőfalon keresztül, valamint privát üzeneteken keresztül is kifejezhették véleményüket. A kampány indításakor mind a Vevőszolgálat, mind a Facebook-oldalt kezelő csapat felkészült a promócióra és a lehetséges problémákra.⁶³
52. A FÁÜ a LAPKER által közölt heti Funball fogyási jelentésekből csak 2014. augusztusban észlelte a világító labda készletek idő előtti elfogyásának veszélyét. A FÁÜ

⁵⁹ Vj/120-11/2014. számú irat 6. pontja

⁶⁰ P/983-15/2014. számú irat 4. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 5. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁶¹ Vj/120-32/2014. számú irat 6. pontja, továbbá a P/983-6/2014. számú irat 2. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 2. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁶² P/983-2/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁶³ P/983-2/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

mellékelte az időszakos forgalmi kimutatást⁶⁴, amelyből kitűnik, a kiemelt nyeremény forgalom felfutása lassú és szakaszos volt.⁶⁵ A FÁÜ a labdák elfogyását követően a panaszkezelésre speciális ügyfélszolgálatot (Hotline) hozott létre az ADAMSKY-nél. A projektre dedikált ügyfélszolgálat emailen (alexandra@adamsky.hu), valamint munkaidőben telefonon (06-1/256-05-03) folyamatosan elérhető volt. A FÁÜ a fogyasztói megkereséseket az egyéb kommunikációs elérési pontokról is ezen Hotline ügyfélszolgálatra csatornáztta be (Pepsi Vevőszolgálatról, Facebook-üzenőfalról, Pepsi honlapról). A panaszkezelés tárgyában a FÁÜ meg kívánja jegyezni, hogy a Fogyasztóvédelmi Alapítványt is tájékoztatta a speciális Hotline vevőszolgálat elérhetőségeiről, kérve az Alapítvány segítségét a fogyasztói megkereséseknek ezen központi panaszkezelő szolgálatra történő átirányításában.⁶⁶

53. A FÁÜ hangsúlyozta, hogy az időközi készletjelentések alapján a labda elfogyásának tényéről a tudomásszerzést követően a fogyasztókat azonnal tájékoztatta, így

- az elfogyott főnyereményre történő figyelemfelhívás a www.pepsi.hu weboldalon 2014. augusztus 12-én déli 12:00 órakor megjelölésre került (A beváltóhelyek listáját a honlapon megjelenített információ tartalmazta, ezért a fogyasztó számára szükségszerű volt a honlap meglátogatása.⁶⁷);⁶⁸
- az „Elfogyott a labda” kommunikáció a facebook oldalon 2014. augusztus 12-én 17:00 órakor jelent meg;⁶⁹
- a televíziós csatornákon a reklám 2014. augusztus 10-ig volt látható, tekintettel arra, hogy a FÁÜ döntést hozott a televíziós reklámkampány azonnali leállításáról⁷⁰

jóllehet, a többi nyeremény változatlanul elérhető volt.⁷¹

54. A FÁÜ előadta, hogy bár a fogyasztók figyelmét a nyeremények korlátozott számára felhívta, nem szerette volna, ha a főnyeremény iránti nem várt nagy érdeklődés miatt bármely fogyasztónak negatív tapasztalata legyen a márkával kapcsolatban, ezért a panaszkezelés alapvető koncepciója az volt, hogy megfelelő értékű alternatív ajándékot ajánlott fel valamennyi panaszos részére. Az alternatív ajándék egy 24-es tálca Pepsi-üdítő volt, házhoz szállítással, amelynek fogyasztói ára hasonló a világító labda beszerzési értékéhez, [...]. Az alternatív ajándék lehetőségét mindössze 5 ember utasította vissza a 243 panaszosból. Az ADAMSKY a megoldást elfogadók elégedettségét is mérte a Hotline ügyfélszolgálati beszélgetés során, amely egy 5-ös skálán átlagosan a 4-es szintet ért el, ami azt jelenti, hogy a fogyasztók kifejezetten örültek a felajánlott megoldásnak. Az alternatív ajándék kiszállítása időpontjának megállapítása minden

⁶⁴ P/

⁶⁵ Vj/120-7/2014. számú irat 14.3. pontja

⁶⁶ P/983-2/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁶⁷ P/983-2/2014. számú irat 3. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁶⁸ Vj/120-7/2014. számú irat 8. pontja, továbbá a P/983-15/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 5. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁶⁹ P/983-15/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 5. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁷⁰ P/983-15/2014. számú irat 5. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 5. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁷¹ P/983-2/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

esetben a panaszosokkal történő egyeztetés alapján történt, mivel a FÁÜ arra törekedett, hogy mindenki személyesen, a számára legmegfelelőbb időpontban kapja kézhez az ajándékot.⁷²

55. A FÁÜ álláspontja szerint fontos kiemelni, hogy mind a facebook-on, mind a Pepsi Vevőszolgálaton, valamint a Hotline ügyfélszolgálati beszélgetések során tájékoztatta a játékosokat, hogy a kupakjaikat meddig, hol, milyen ajándékokra válthatják be, hiszen a promócióban a labdán kívül Pepsi-Cola és chips is szerepelt ajándékként, amelyek a promóció időtartama alatt mindvégig elérhetőek voltak.
56. A fogyasztói panaszok kezelésének igazolásául a FÁÜ megküldte az ADAMSKY panaszkezelési metódust összefoglaló tanúnyilatkozatát, a kríziskommunikációs protokollt, az egyedi panaszkezelés listáját, valamint a FÁÜ Fogyasztóvédelmi Alapítványnak írt levelét.⁷³

IV.

Az eljárás alá vont vállalkozások előadása

IV.1. A FÁÜ álláspontja

57. A FÁÜ előadta, hogy munkatársai a nyeremények darabszámának megtervezésekor a szakmai gondosság sztenderdjei szerint jártak el. A FÁÜ munkatársai az objektív adatok alapján gondosan felmért várható termékforgalmat (kupakszámot) szem előtt tartva egy komparatív promóció adatainak felhasználásával határozták meg a nyereményjáték során kiosztásra kerülő ajándékok reális készletét. A tervezés során meghatározott, a főnyeremény világító labdából rendelkezésre álló készlet minden józan belátás szerint elegendő kellett legyen, így a főnyeremény készletek idő előtti elfogyását csak annak a körülménynek tulajdoníthatja, hogy a labdára a közönség rendkívüli érdeklődést tanúsított, tehát az ésszerűen tervezett kupakszámhoz képest jóval több fogyasztó gyűjtötte össze a szükséges 20 kupakot, és az ésszerűen vártnál jóval több fogyasztó kívánta azt a főnyereményre váltani. Bár nyilvánvalóan tudatosan számított a FÁÜ a főnyeremény vonzó mivoltára, de a fogyasztói érdeklődést minden várakozást felülmúlt.⁷⁴
58. A világító Funball labda olyannyira elnyerte nemcsak a vásárlók, de a szakma elismerését is, hogy a kommunikációs szakma egyik legnagyobb díjátadóján, a LolliPOP reklámversenyen az ajándéktárgyat az év második legjobb ajándéktárgyának választotta a 11 tagú – a FÁÜ-től független, szakszövetségi média, ügynökségi és FMCG-iparági delegáltakból álló – zsűri. A LolliPOP a legeredetibb, legkreatívabb, legsikeresebb munkákat díjazza minden évben 8 kategóriában, amelynek egyik legfontosabb kategóriájában, az ajándéktárgyak kategóriájában kapta meg az ezüst fokozatú díjat a Pepsi. A 11 tagú zsűriben a szakma krémje vett részt, így nemcsak a legnagyobb ügynökségek képviselői, de nagyvállalatok kommunikációs szakemberei is 2014 egyik legjobb ajándéktárgyának választották a Funball labdát. A FÁÜ az oklevél-másolatot

⁷² P/983-2/2014. számú irat 6. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁷³ P/983-2/2014. számú irat 6. pontja és 8., 9., 10., 11. számú melléklete tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁷⁴ Vj/120-7/2014. számú irat 14.1. pontja

mellékletként megküldte, ezzel igazolva azt, hogy a főnyeremény objektív megítélés szerint is különösen nagy vonzerővel bírt.⁷⁵

59. A FÁÜ álláspontja szerint a főnyereménynek a tervezéskor nem látható rendkívül nagy vonzereje okozta a készlethiányból adódó fogyasztói panaszokat. A készlethiányt a promóció ideje alatt sajnos nem tudta pótolni, mert a világító labda a kereskedelmi forgalomban nem volt kapható, mivel speciális igények alapján Kínában gyártatta, a szállítás átfutási ideje pedig legalább 3 hónap volt. Ezért a készlethiány miatt panaszt benyújtott valamennyi fogyasztóknak a FÁÜ alternatív ajándékokat ajánlott fel a márkával kapcsolatos negatív fogyasztói tapasztalatok elkerülése végett. Megjegyzi, hogy a főnyereménnyel ellentétben az egyéb nyereményekből készlethiány nem volt tapasztalható, tehát a fogyasztók az összegyűjtött kupakjaikat az üdítőital és chips nyereményekre a játék végéig beválthatták.⁷⁶
60. A FÁÜ előadta, hogy bár a tervezés alkalmával figyelembe vett reális forgatókönyvek alapján nem számított a nyereményekből készlethiányra, az esetlegesen mégis bekövetkező – és sajnos valóban bekövetkezett – készlethiány esetére a nyeremények készlet erejéig tartó jellegére a játékszabályzatban, a termékek címkéjén, a televíziós reklámban és a vásárláshelyi anyagokban is kifejezetten felhívta a fogyasztó figyelmét. A beváltóhelyek listáját a honlap tartalmazta, tehát a honlap ismerete nélkül a fogyasztó nem tudott élni a nyeremények beváltásával, vagyis a fogyasztót a FÁÜ arra ösztönözte, hogy a játék részletes szabályait megismerje. A FÁÜ álláspontja szerint mindezzel a fogyasztók megfelelő tájékoztatást kaptak a rendelkezésre álló nyeremények készlet erejéig tartó voltáról, különös tekintettel arra, hogy az Fttv. 4. §-a (1) bekezdése alapján a kereskedelmi gyakorlat megítélésakor az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben elvárható tájékozottsággal és körültekintéssel jár el.⁷⁷
61. A FÁÜ előadta, hogy a marketingkommunikáció során a nyeremények garantált jellegével arra kívánt utalni, hogy a játék a kupakok összegyűjtésén túlmenően egyéb követelményeket, vagyis például szerencsetényezőt (sorsolás) avagy szellemi teljesítményt (kérdés megválaszolása) nem követelt meg a fogyasztóktól, ezért a nyeremények esedékessége a kupakok után automatikus volt.⁷⁸ Ismétli, a tervezés során figyelembe vett – objektív adatok alapján várt – reális forgatókönyvek alapján a készlethiány igen távoli kockázatnak látszott.⁷⁹
62. A játékszabályzat a nyeremények automatikus jellegén túl felhívta a figyelmet két korlátra:
- a) a beváltóhelyeken időleges termékhiány fordulhat elő (játékszabályzat 5. pont 2. bekezdése), amely esetben a fogyasztó más időpontban, illetve más beváltóhelyen kaphatta meg a nyereményét,

⁷⁵ Vj/120-7/2014. számú irat 14.1. pontja

⁷⁶ Vj/120-7/2014. számú irat 14.1. pontja

⁷⁷ Vj/120-7/2014. számú irat 14.2. pontja

⁷⁸ Vj/120-7/2014. számú irat 14.2. pontja, továbbá a P/983-2/2014. számú irat 8. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁷⁹ Vj/120-7/2014. számú irat 14.2. pontja

- b) „a játékban limitált számú Funball labda vesz részt, így amennyiben a játékban részt vevő limitált számú labda elfogy, úgy a játékos számára a szervező nem biztosít további más terméket” (játékszabályzat 5. Pont 8. bekezdése).⁸⁰
63. A fenti b) pontban jelzett feltételt a játékszabályzaton túlmenően a termékek címkéje, a televíziós reklám és a vásárláshelyi anyagok is kifejezetten jelezték.⁸¹
64. A nyeremények közül kizárólag a külső szállítótól beszerzett Funball labdából tapasztalhattak egyes fogyasztók termékhiányt a promóció végén, mivel a nem várt mértékű érdeklődés miatt a készlet mintegy 3 héttel a promóció befejezése előtt elfogyott. Ezzel szemben az egyéb nyereményekből készlethiány nem volt tapasztalható, tehát a fogyasztók az összegyűjtött kupakjaikat az üdítőital és chips nyereményekre a játék végéig beválthatták. A főnyereményre jogosító számú kupakot összegyűjtő és a főnyereményre igényt tartó fogyasztók sem maradhattak megfelelő ajándék nélkül, hiszen a világító labdához hasonló értéket képviselő alternatív ajándékot juttattak valamennyi fogyasztónak, aki a kiemelt nyereményre való igényét a FÁÜ panaszkezelési eljárásában jelezte (a fogyasztói panaszok kezelésére vonatkozó pontban kifejtettek szerint).⁸²
65. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjára adott észrevételeiben⁸³ a FÁÜ előadta, hogy az ajándékok „garantált” jellegére vonatkozó utalások egyértelműen azt az üzenetet hordozták a fogyasztók felé, hogy a nyereményjátékban való részvétel a kupakok összegyűjtésén túlmenően egyéb követelményeket a fogyasztók irányába nem támaszt. Azaz a „garantált” jelző nem a készleten lévő ajándékok mennyiségére, hanem az ajándékok elérhetőségének jellegére utalt. Megjegyzi továbbá, hogy a FÁÜ korábbi adatszolgáltatásában úgy nyilatkozott, hogy a 2009-2014-es időszakban nem alkalmazott Magyarországon a nyereményjátékhoz hasonló fogyasztói promóciót, így a „garantált” jelző alkalmazásával a Társaság kifejezetten arra kívánta a figyelmet felhívni, hogy a nyereményjáték esetében nem a fogyasztói termékek-szektorban, illetve az üdítőitalokhoz kapcsolódó promóciók esetében általánosan alkalmazott sorsolós vagy esetleg szellemi teljesítményt igénylő játékról van szó.
66. A vizsgált kommunikációs kampány tekintetében az utasítási joggal összefüggésben kifejtette, hogy a nyereményjáték megrendelése (amelyet igazoló dokumentumot a Nyilatkozathoz csatolt) értelmezése szerint egyedi megállapodást hozott létre, amelyre a Kétszerződés feltételei érvényesek. Megjegyzi ugyanakkor, hogy a megrendelést igazoló dokumentum nem tartalmazta a felek a nyereményjátékkal specifikusan összefüggő feladatainak, illetve jogainak és kötelezettségeinek rögzítését, az ezzel kapcsolatos főbb sarokpontokat a reklámügynökségi brief foglalta össze. A brief alapján a FÁÜ — az ott rögzített instrukciók alapján — azzal a feladattal bízta meg az ADAMSKY-t, hogy [...]. Ezt támasztja alá a Társaság által a Nyilatkozathoz csatolt másik dokumentum is, amely Excel formátumban tartalmazza a feladatokat a FÁÜ és az ADAMSKY közötti kiinduló megosztását, illetve a felek közötti egyeztetések aktuális állását. Ebben a dokumentumban is kifejezetten szerepel, hogy az ADAMSKY pl. [...]. A reklámügynökségi feladatok jellegére tekintettel a FÁÜ és az ADAMSKY közötti

⁸⁰ P/983-2/2014. számú irat 1. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁸¹ P/983-2/2014. számú irat 1. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁸² P/983-2/2014. számú irat 1. pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

⁸³ Vj/120-65/2014.

együttműködés informális csatornákon, elsősorban telefonon, elektronikus levelezés formájában, illetve személyes egyeztetéseken történt.

67. Összességében a Társaság álláspontja az, hogy a FÁÜ es az ADAMSKY közötti együttműködés keretében az ADAMSKY feladatait a Társaság jelölte ki, az ezek alapján általa előkészített kreatív koncepciót, illetve annak egyes elemeit pedig a Társaság hagyta jóvá.

IV.2. Az ADAMSKY álláspontja

68. A nyereményjáték célja a játékban részt vevő üdítőitalok értékesítésének ösztönzése volt. Az ADAMSKY kiemeli, hogy a FÁÜ-vel kötött megállapodásban az ADAMSKY által a megrendelés teljesítéséért kapott vállalkozó díj [...] került meghatározásra, azaz az ADAMSKY semmilyen módon - sem közvetlenül, sem közvetve - nem volt érdekelt a jelen eljárásban vizsgált kereskedelmi gyakorlattal érintett termékek értékesítésében, illetve eladásuk ösztönzésében.⁸⁴

69. A készletek tervezésével kapcsolatosan az ADAMSKY előadta, hogy [...].⁸⁵

70. Az ADAMSKY és a LAPKER közötti megállapodásnak megfelelően az ADAMSKY feladata kizárólag arra terjedt ki, hogy a nyereményjátékban résztvevő, a FÁÜ által meghatározott ajándékmennyiséget (ideértve a világító labdákat is) a LAPKER központi raktárába szállítsa. Ez a játékszabályzatban meghatározott beváltási időszak kezdete (2014. július 1. 00:00 óra) előtt egy héttel, 2014. június 24-én megtörtént. A teljes készlet szállítását követően az ajándék világító labdák egyes átvételi pontokra való kiszállítása, illetve a kiszállítandó mennyiségek meghatározásáról a LAPKER döntött, saját belátása szerint.⁸⁶

71. A FÁÜ (az ADAMSKY-val is egyeztetve) egyszerre kívánta biztosítani az ajándékok folyamatos, zavartalan elérhetőségét és az országos lefedettséget, ezért a FÁÜ a LAPKER-rel tárgyalásokat folytatott az egyes átvételi pontokra kiszállítandó labdamennyiségről. Az előzetes elképzelés szerint az elérhetőség és lefedettség egyensúlyban tartása érdekében a beváltási időszak kezdetére a világító labdák nagyjából felét szállították volna ki a beváltási pontokhoz, míg a másik felét a beváltási időszak második felében, 2014 augusztusában tervezték az átvételi pontok között elosztani – ekkorra vált volna világossá, hogy az egyes beváltóhelyeken milyen arányú a beváltás (ez előre nehezen volt látható és kalkulálható). Később, a labdák utáni nagy érdeklődésre való tekintettel az a döntés született, hogy a világító labdák fennmaradó részét már 2014 júliusában kiszállítják. Az ADAMSKY kiemeli, hogy az ADAMSKY-nak a beváltási időszak alatt nem álltak rendelkezésére helyes és naprakész adatok az ajándékok fogyásával összefüggésben, ezekről csak szórványosan, utólag kapott tájékoztatást.⁸⁷

72. A nyereményjáték lebonyolításával kapcsolatosan az ADAMSKY előadta, hogy a lebonyolítás körében az ADAMSKY a FÁÜ-től kapott megrendelés alapján a nyereményjátékban elérhető ajándéktárgy koncepciójának kidolgozására, a televíziós reklámfilm gyártására, a www.pepsi.hu weboldal tartalomkezelési feladatainak ellátására

⁸⁴ Vj/120-9/2014. számú irat 9.1. pontja

⁸⁵ Vj/120-9/2014. számú irat 9.2. pontja

⁸⁶ Vj/120-9/2014. számú irat 9.2. pontja

⁸⁷ Vj/120-9/2014. számú irat 9.2. pontja

és a FÁÜ által meghatározott értékesítési csatornához kapcsolódó adminisztratív feladatok ellátása terjedt ki.⁸⁸

73. Az ADAMSKY a promóciós tájékoztatások tartalmával kapcsolatosan előadta, hogy valamennyi, az ADAMSKY által a nyereményjáték, illetve az abban részt vevő termékek és ajándékok népszerűsítésére kidolgozott és a FÁÜ által megrendelt marketing eszköz tartalma - a televíziós reklámtól a beváltási pontokon kitett tábláig – az adott kommunikációs eszköz jellegére és esetleges korlátaira figyelemmel – tartalmazta a fogyasztók tájékoztatását a nyereményjáték pontos szabályairól és a játékszabályzat elérhetőségéről, ideértve azt is, hogy az ajándékok csak a készlet erejéig érhetőek el.⁸⁹
74. A termékhány lehetőségére a játékszabályzat annak 5. pont második bekezdésében is kifejezetten utalt. Ezen túlmenően, a játékszabályzat 5. pontjának hetedik bekezdése külön is felhívja a nyereményjátékban részt venni kívánó játékosok (fogyasztók) figyelmét, hogy a nyereményjátékban limitált darabszámú Funball labda vesz részt és amennyiben a labdák elfogynak, a FÁÜ más termék biztosítására nem köteles, az összegyűjtött kupakokat azonban a nyereményjátékban részt vevő többi termékre továbbra is be lehet váltani.⁹⁰
75. Az ADAMSKY 2014. augusztus 10-én kapott a FÁÜ-től utasítást a labdák elfogyásával összefüggő kommunikációs üzenetek kidolgozására, amelynek teljesítésére az ADAMSKY azonnali lépéseket tett. A szükséges jóváhagyásokat követően az ADAMSKY haladéktalanul, 2014. augusztus 12-én 11:50 perckor indította meg a www.pepsi.hu honlapon a világító labdák elfogyásának kommunikációját, amely legkésőbb tíz (10) percen belül valamennyi az oldalra látogató fogyasztó számára elérhető volt.⁹¹
76. A fogyasztói panaszok kezelésével kapcsolatosan az ADAMSKY elöljáróban kiemeli, hogy a felek közötti megállapodás alapján nem elsősorban az ADAMSKY volt felelős a nyereményjátékkal összefüggésben esetlegesen felmerülő panaszok kezeléséért, az csak kivételes esetben tartozott az ADAMSKY feladatai közé.⁹²
77. Az ADAMSKY-hoz a labdák hiányával összefüggésben fogyasztói panasz először 2014. július 31-én, telefonon érkezett. A fogyasztó tájékoztatása ebben az esetben a játékszabályzatnak megfelelően megtörtént. Amikor világossá vált, hogy a nyereményjátékban elérhető Funball labdák elfogytak, az ADAMSKY – a FÁÜ utasításainak megfelelően, a FÁÜ vevőszolgálatával együttműködve – a hozzá „továbbított” panaszok esetében is minden tőle elvárható megtett, hogy azokat a játékszabályzatban meghatározottak szerint kezelje: a fogyasztókat a vonatkozó szabályokról tájékoztassa, illetve figyelmüket felhívja arra a lehetőségre, hogy kupakjaikat a nyereményjátékban részt vevő további ajándékokra váltsák be. Noha a játékszabályzatban a fentiekben hivatkozottak szerint kifejezetten megjelölésre került, hogy a nyereményjátékban limitált darabszámú Funball labda vesz részt és elfogyásuk esetén a szervező (azaz a FÁÜ) más termék felajánlására nem köteles, az ADAMSKY nagyon komoly idő- és munkaerő-ráfordítással dolgozott annak érdekében, hogy

⁸⁸ Vj/120-9/2014. számú irat 9.4. pontja

⁸⁹ Vj/120-9/2014. számú irat 9.4.1 pontja

⁹⁰ Vj/120-9/2014. számú irat 9.4.1 pontja

⁹¹ Vj/120-9/2014. számú irat 9.4.2 pontja

⁹² Vj/120-9/2014. számú irat 9.4.3 pontja

valamennyi panaszossal személyesen vegye fel a kapcsolatot és biztosítsa, hogy a felmerült panasz megnyugtatóan rendezésre kerüljön.⁹³

78. Az előzetes álláspontra tett észrevételeiben előadta, hogy a Társaság felelősségének tisztázáshoz elengedhetetlen bemutatni az általa végzett tevékenység és nyújtott szolgáltatások jellegét és a megrendelővel való kapcsolat legfontosabb jellemzőit. Ennek annál is inkább jelentősége van, hiszen az Fttv. 9. § (3) bekezdésének alkalmazása keretében kulcsfontosságú az utasítási jog kérdése. Ennek a folyamatnak a dinamikája az ügyfél és a reklámügynökség közötti viszonyrendszerben a következőkre épül:
1. a megrendelők (jellemzően kiindulópontnak szánt, a részletekig nem kidolgozott) elképzelései alapján
 2. a kreatív reklámszakemberek többféle koncepciót dolgoznak ki és prezentálnak, majd
 3. a megrendelő az elképzeléseinek megfelelő koncepciót kiválasztja, ezt követően
 4. a koncepció-elemeket és a részleteket a kreatív szakemberek módosítják-finomítják, végül
 5. az ügyfél jóváhagyja a teljes koncepciót és a megvalósítást.
79. A fentiekben ismertetett folyamat alapján tehát egyértelmű, hogy a koncepció kidolgozásában az ügyfél adja az utasításokat és hagyja jóvá koncepciót, illetve a megvalósítást. Figyelemmel ugyanakkor a megrendeléssel érintett feladat kreatív, alkotó jellegére, az ügyfél utasítási joga is ehhez igazodva, a reklámügynökséggel folytatott kommunikáció során informális úton-formában valósul meg. Ez azt is jelenti, hogy az ügyfél utasítási joga gyakran nem előzetesen, hanem oly módon érvényesül, hogy a konkrét feladat vonatkozásában adott instrukciók alapján előkészített és prezentált kampány-elemet a megrendelő jóváhagyja, egyben utasítja a reklámügynökséget a megvalósításra.
80. A FÁÜ és az ADAMSKY között a Nyereményjátékkal összefüggő egyeztetés és kommunikáció informális volt, ennek következtében az ADAMSKY értelmezése szerint nem került sor a Keretszerződés 2. pontjában hivatkozott egyedi szerződés (vagy megbízási megállapodás) megkötésére sem. A Társaság a 2015. szeptember 3-án kelt adatszolgáltatása⁹⁴ 2. számú Mellékleteként csatolta a Nyereményjátékkal összefüggésben készült reklámügynökségi brief-et. A reklámszakmában elfogadott meghatározás szerint a reklámügynökségi brief „[...] egy olyan írásos anyag (néhány oldalas dokumentum), amely a megbízótól vagy a kreatívügynökségtől érkezik a médiaügynökséghez egy vagy több elvégzendő projektre. A médiabriefben a hirdető leírja a céljait, meghatározza az ügynökség feladatát, átad minden lehetséges háttér-információt, és rögzíti az együttműködés kereteit”. Ezzel összhangban a Nyereményjátékkal összefüggésben készült reklámügynökségi brief értelmezhető úgy is, mint a FÁÜ-től az ADAMSKY felé a közös együttműködés kiindulópontjaként adott instrukciók-utasítások összessége.
81. A FÁÜ és az ADAMSKY közötti együttműködés informális jellegét támasztja alá az a tény is, hogy a kommunikáció elsősorban telefonon, elektronikus levelezés formájában, illetve személyes egyeztetéseken történt. A Nyereményjáték tervezésével és

⁹³ Vj/120-9/2014. számú irat 9.4.3 pontja

⁹⁴ Vj/120-39/2014. sz. irat

lebonyolításával összefüggő feladatok megosztását, illetve aktuális állását a felek Excel formátumú heti kimutatások (ún. státusz-táblák) alkalmazásával tartották nyilván, amelyekben kifejezetten megjelölésre került az is, hogy a FÁÜ milyen instrukciókat, utasításokat adott, melyek az aktuális feladatok, azok teljesítéséért melyik fél felelős és milyen elemek kerültek már a FÁÜ által jóváhagyásra.

82. Megjegyzi továbbá, hogy a tervezés és a Nyereményjáték lebonyolítása időszaka alatt csak a FÁÜ és a Társaság ügyvezetője között megközelítőleg [...] (!) darab, míg az ADAMSKY a Nyereményjáték lebonyolítását napi szinten támogató munkatársakkal nagyságrendileg azonos számú elektronikus levélváltás történt. A Társaság a 2015. november 9-én kelt adatszolgáltatása⁹⁵ 1. számú Mellékleteként példákat is csatolt a FÁÜ által a Nyereményjáték tervezésének, illetve lebonyolításának egyes elemeivel összefüggésben adott utasításokat tartalmazó e-mailek közül, illetve kiemelten utalt az elektronikus levelek az utasítási jogot alátámasztó elemeire.
83. A fentiekre tekintettel álláspontja szerint az ADAMSKY felelőssége az Fttv. 9. (3) bekezdése alapján nem állapítható meg.

V.

Jogszályi háttér

84. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése értelmében ez a törvény állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen jogszályhely (2) bekezdése szerint e törvény arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
85. Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,
 - c) pontja rögzíti, hogy a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,
 - d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,
 - e) pontja alapján kereskedelmi kommunikáció a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszközétől,

⁹⁵ Vj/120-55/2014. sz. irat

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

86. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés 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. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
87. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.
88. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru lényeges jellemzői tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
89. Az Fttv. 7. §-ának (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely
- a) - figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközeinek korlátait - az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és
 - b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (a továbbiakban: megtévesztő mulasztás).
90. Az Fttv. 7. §-ának (2) bekezdése szerint, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.
91. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

Ugyanezen jogszabályhely (2) bekezdése szerint az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (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. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.

92. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
93. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
94. A Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének e) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a jogsértés tényét, illetve a k) pont szerint bírságot szabhat ki.
95. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-a (1) bekezdésének a) pontja értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a GVH hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg. Az (1b) bekezdés értelmében 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.
96. A Tpv. 78. §-ának (2) bekezdése szerint a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevétel a határozat meghozatalát megelőző üzleti évről vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Ha a vállalkozás működési ideje az adott évben egy évnél rövidebb, az adatokat éves szintre kell vetíteni. 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.
97. A Tpv. 78. §-ának (3) bekezdése 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.
98. A Tpv. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra - a Tpv. eltérő rendelkezése hiányában - a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános

szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) rendelkezéseit kell alkalmazni az ott meghatározott kivételekkel.

99. A Ket. 13. §-a (2) bekezdésének e) pontja alapján a Ket. rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban csak akkor kell alkalmazni, ha az ügyfajta vonatkozó törvény eltérő szabályokat nem állapít meg.
100. A Ket. 31. §-ának (1) bekezdés i) pontja alapján a hatóság az eljárást megszünteti, ha az eljárás folytatására okot adó körülmény már nem áll fenn.
101. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 74. § (1) bekezdése alapján, ha a kötelezés jellege megengedi, a hatóság részletekben történő teljesítést is megállapíthat (engedélyezhet). Ugyanezen § (2) bekezdése szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti az elsőfokú hatóságtól 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 szerint a határidő lejárta után az ügyfél - feltéve, hogy a végrehajtást még nem rendelték el - a (2) bekezdésben meghatározott okból igazolási kérelem egyidejű benyújtásával kérhet fizetési kedvezményt. Ha a hatóság elutasítja az igazolási kérelmet és a fizetési kedvezmény iránti kérelmet, egyidejűleg dönt a végrehajtás elrendeléséről is.
102. A Ket. 130. § (1) bekezdése az ott megjelölt feltételek fennállása esetén lehetőséget ad arra, hogy a kötelezett kérelmére a végrehajtást fogantató szerv fizetési kedvezményt engedélyezzen.
103. A Tpv. 44. §-a értelmében nem alkalmazhatók a Ket. 74. § (2)-(3) bekezdései és a Ket. 130. §-a sem, következésképpen a Ket. 74. §-ának jelen versenyfelügyeleti eljárásban alkalmazható (2) bekezdése alapján az eljáró versenytanács részletfizetési kedvezményt a határozat meghozatalát követően nem engedélyezhet.

VI.

Jogi értékelés

VI.1. Hatáskör és illetékesség

104. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
105. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
106. 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
107. b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.

108. Az Fttv. 11. §-ának (2) bekezdése alapján a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha a

- a) a kereskedelmi gyakorlat országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón keresztül valósul meg,
- b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
- c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
- d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.

109. Az eljáró versenytanács megállapította, hogy az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése és 11. §-ának (1) bekezdése a) pontja alapján a jelen ügyben gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, így a GVH hatásköre is, mivel a nyereményjátékot országos médiaszolgáltatást végző médiaszolgáltatón (RTL Klub, TV2, RTL 3, Discovery Channel, Super TV2, Comedy Central, MTV, Music Channel, FOX, Nóta TV, Sport 1, Sport 2, Viasat 3, Viasat 6, Viva⁹⁶) keresztül is népszerűsítették.

110. A GVH illetékessége a Tptv. 46. §-a alapján az ország egész területére kiterjed.

VI.2. Az eljárás tárgya, az érintett fogyasztói kör és az ügyleti döntés

111. A jelen eljárás – a vizsgálatot megindító végzés és az vizsgálatot kiterjesztő végzések által behatároltan – annak megállapítására irányul, hogy az eljárás alá vontak a 2014. június 15. és 2014. augusztus 31. között zajló „Pepsi Funball” nyereményjátékban

- nem megfelelő szakmai gondossággal jártak-e el a készletek tervezése, a nyereményjáték lebonyolítása, a beváltási arányok meghatározása vonatkozásában (azaz ezen magatartásukkal az eljárás alá vontak megvalósították-e az Fttv. 3. §-a (2) bekezdésében foglalt tényállást);
- a „Pepsi Funball” nyereményjáték során közzétett kommunikációs eszközökön elhallgatták-e, homályos és félreérthető módon kerültek-e feltüntetésre azon információ, hogy a garantált nyereményként ígért világító Funball labda elérhetősége korlátozott, így annak főnyeremény volta sem került kihangsúlyozásra (azaz ezen magatartásukkal az eljárás alá vontak megvalósították-e az Fttv. 7. §-a (1) bekezdésében foglalt tényállást);
- a három ajándék egyikeként ígért világító Funball labdára vonatkozó, annak garantált voltára utaló állítás megtévesztő volt-e (azaz ezen magatartásukkal az eljárás alá vontak megvalósították-e az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást).

112. Az érintett fogyasztók magatartásának értékelése kapcsán megállapítható, hogy az eljárás alá vontak által tanúsított kereskedelmi gyakorlat nem olyan fogyasztói kör vonatkozásában valósult meg, amelynek tagjai az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk

⁹⁶ P/983-2/2014. számú irat 2. a) pontja tartalmazza, amely irat a Vj/120-13/2014. számú feljegyzés 1. számú mellékleteként átemelésre került a versenyfelügyeleti eljárás iratai közé.

miatt különösen kiszolgáltatottak lennének, így az érintett fogyasztók tekintetében az értékelést az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése alapján végzi az eljáró versenytanács.

113. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtévesztő, ha alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására.
114. Kiemelendő (összhangban az Fttv. indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítésére.
115. Az eljáró versenytanács utal ebben a körben az Európai Bíróság egy előzetes döntéshozatal iránti kérelem kapcsán 2013. december 19-én hozott ítéletére⁹⁷, 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.”*
116. 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 magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.
117. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat azt ígérte a fogyasztóknak, hogy ha a promóciós időszakban promóciós kupakkal ellátott Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Max, Pepsi Twist, 7up vagy Mirinda üdítőitalokat vásárolnak, akkor a kupakokat garantált ajándékokra válthatják be. A játékszabályzatnak megfelelően a játékosok 3 kupakot 1 darab 0,33 literes dobozos Pepsi Colára, 6 kupakot 1 darab 77g-os Lay's Sós Chipsre vagy Lay's Fromage Chipsre, 20 kupakot pedig világító Pepsi Funball labdára válthattak be.
118. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat miatt a fogyasztók tehát összetett ügyleti döntés előtt állhattak, ugyanis arról dönthettek, hogy az ajándék reményében
 - vesznek-e üdítőitalt, és ha igen, az Pepsi, Pepsi Light, Pepsi Max, Pepsi Twist, 7up vagy Mirinda üdítőital legyen-e,
 - kupakos (palackos) terméket válasszanak-e nyitófüles (dobozos) termék helyett,
 - amennyiben palackos üdítőitalt vásároltak, annak kupakját megőrizték-e,
 - a fenti kérdésekre adott igenlő válaszok esetén ezt a döntést megismétlik-e 3, 6 vagy 20 alkalommal.
119. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a közzétett kommunikációk alkalmasak voltak a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására tekintve, hogy a nyeremények – a

⁹⁷ Az Európai Bíróság ítélete a C-281/12. számú ügyben.

világító labdát kiemelve – vonzónak minősülhetnek a fogyasztók számára, így a Pepsi termékek vásárlása, kupakok gyűjtése mellett dönthetnek.

120. Ezen túlmenően a nyereményként ígért világító Funball labda igen nagy médianyilvánosságot kapott, tekintve, hogy több helyszínen promótálásra került a labda játék formájában, illetve, hogy egy applikáció keretében Facebook-on is lehetőség nyílt annak megismerésére. Önmagában a promóciós játék elnevezése is alátámasztja a világító labda promóciós jelentőségét.

VI.3. A megtévesztő mulasztás Fttv. 7. §-a szerinti értékelése

121. A megtévesztő mulasztás kapcsán egyrészt azt kell értékelni, hogy a vizsgált magatartás alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg, másrészt azt, hogy figyelemmel a körülményekre és a kommunikáció korlátaira, a magatartás jelentős információ elhallgatásának minősül-e.
122. Az az információ jelentős, amely egy adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges. A jelen ügyben nem vitatható, hogy a népszerűsített ajándékok korlátozott elérhetősége, készlete jelentős információnak minősül.
123. A tényállás és a FÁÜ nyilatkozatai alapján megállapítható, hogy a nyereményjátékban egyrészt a Funball labdát egyfajta főnyereményként szánták. Másrészt, ehhez képest – mint később kiderült - csekély, 3000 darabos készlet áll rendelkezésre. Az eljáró versenytanács szerint a Funball labda kiemelt nyereménykénti mivolta már abból is érzékelhető volt a fogyasztó számára, hogy a másik két nyereményhez képest többször annyi kupak összegyűjtése volt szükséges az eléréséhez. A hasonló nyereményjátékok esetében nem ritka, hogy egyetlen főnyeremény van, tehát önmagában az, hogy csak 3000 darab állt rendelkezésre még nem következik, hogy a Funball labdát mint főnyereményt külön kommunikálni kellett volna.
124. Az sem várható el a nyereményjáték promóciójától, hogy pontosan közölje, mekkora készlet áll rendelkezésére. A hasonló játékoknál szokásos fordulatot, miszerint a nyereményeket a „készlet erejéig” tudja kielégíteni, közölte a kommunikációban. Ugyanis amennyiben közölte volna is az eljárás alá vont a készlet mennyiségét, a fogyasztók akkor sem bírhattak volna tudással a készlet fogyásáról, a készletváltozás üteméről.
125. Mindezek alapján az eljáró versenytanács nem tartja bizonyítottnak azt, hogy az eljárás alá vontak a Funball labda főnyeremény mivoltáról, illetve a rendelkezésre álló készlet nagyságáról jelentős információt hallgattak volna el a kommunikációban és ezáltal megsértették volna az Fttv. 7. § (1) bekezdés a) pontjában leírt tilalmat.
126. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy bár a „készlet erejéig” információ nem került elhallgatásra a fogyasztók előtt, a készlet korlátosságára vonatkozóan azonban a FÁÜ a Funball labda mint nyeremény garantált mivoltát is kommunikálta a fogyasztókkal. A két közlés együttes hatásának jogi értékelését az eljáró versenytanács alább, az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontja szerint végzi el. Mivel a két közlés az eljáró versenytanács szerint egymásnak ellentmondó üzenetet tartalmaz, a mulasztás körében csak a „készlet erejéig” információ fogyasztókkal való közlése kerülhet értékelésre a nyeremény garantált mivoltára vonatkozó kommunikációtól elkülönítve. Erre tekintettel a „készlet erejéig” közlés formálisan és tényszerűen a kereskedelmi kommunikáció részét képezte, de annak fogyasztókra való hatása érdemben csak a két közlés együttes értékelésével végezhető el. Erre tekintettel került sor az eljárás Ket. 31. §

(1) bekezdésének i) pontja szerinti megszüntetésre a „készlet erejéig” információval kapcsolatban.

VI.4. A szakmai gondosság követelményének Fttv. 3. § (2) bekezdés a) pontja szerinti értékelése

127. Ebben a körben az eljáró versenytanács értékelte a Funball labda indulókészletének, beváltási arányainak tervezési módját, a panaszkezelés módját és az ezzel kapcsolatos intézkedéseket.
128. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint alapvetően nem kifogásolható szakmailag a FÁÜ Zrt. azon eljárása, hogy más hasonló fogyasztói promóciós mechanizmus hiányában a PepsiCo lengyel üzleti egysége által 2013-ban lebonyolított hasonló promóció adatait vették alapul tekintettel arra, hogy ugyanazon – közép-kelet-európai régiós országról van szó, ahol az egy főre eső üdítőital-fogyasztás és a háztartások egy főre eső jövedelme nagyságrendileg közel esik egymáshoz.⁹⁸
129. A két promóció is számos vonatkozásban hasonlított egymáshoz. A lengyel kampány és két hónapos volt, nagyjából ugyanazon termékek kupakjait kellett összegyűjteni, a nyeremények hasonlóan három fokozati szinten kerültek meghatározásra. Egy olyan különbség azonosítható, amely fontos lehet: míg a magyarországi kampány a nyár kellős közepén július-augusztusban, a lengyel a téli időszakban november-decemberben zajlott. Ennek azonban inkább a kampány egészének sikerességével, semmint az egyes nyeremények iránti kereslet megosztásával összefüggésben lehetett jelentősége. Amire a labdák sikeressége tekintetében figyelembe lehetett volna lenni a tervezés során, hogy a magyar promóció egybeesett a 2014. évi brazíliai labdarúgó világbajnoksággal.
130. A nyeremények alsó két fokozatán található termékek szinte teljesen azonos fogyasztási körbe tartoztak (egy Pepsi termék és egy KFC burger Lengyelországban, illetve egy Pepsi termék és egy chips Magyarországon). A kiemelt nyeremények azonban már teljesen eltérő körből kerültek ki (egy Pepsi póló Lengyelországban, illetve a Funball labda Magyarországon).
131. A tervezett beváltási arányokat a lengyelországi tapasztalatok alapján határozták meg a magyar kampány előkészítése során. A végső nyereményszükséglet meghatározásakor figyelembe vette a FÁÜ Zrt. az első néhány hét beváltási adatait, így módosították a beváltóhelyekre a kiszállítandó chips és Pepsi nyeremények arányát, mennyiségét. A világító labda aránya nem változott, a Pepsi dobozos üdítő arányát 65%-ról 50%-ra, a Lay's chips arányát 25%-ról 40%-ra korrigálták.⁹⁹
132. Az egyes átvételi pontokon a meghirdetés időpontjától rendelkezésre álltak a promóciós labdák. A kampány egészére vonatkozóan nem került a teljes beszállított mennyiség elosztásra. Így próbálták biztosítani az országos lefedettség és az ajándék elérhetőségének folyamatosságát, tekintettel arra, hogy prognosztizálhatóan bizonyos beváltóhelyeken nagyobb érdeklődés volt várható. Azonban mivel ezekről az átvételi helyekről pontos információk előzetesen nem álltak rendelkezésre, azt a fogyási kimutatások beérkezését követően volt szükséges eldönteni.
133. A FÁÜ Zrt. adatszolgáltatásában előadta, hogy az Adamsky Kft. az állandó partnerét, a Promix Gifts Kft.-t bízta meg a világító labdák beszerzésével. A labdák egyedi

⁹⁸ Vj/120-13/2014. P/983-6/2014.

⁹⁹ Vj/120-17/2014.

tervezésűek voltak a projekt céljára, Magyarországon készletek nem álltak rendelkezésre, ezért az importőr egy kínai cégtől rendelte meg a termékek gyártását. A kínai szállító cég nevét a Promix Gifts Kft. üzleti titokra hivatkozva nem jelölte meg.¹⁰⁰ A kiosztandó mennyiséget a FÁÜ Zrt. a becsült fogyasztásra vonatkozó előzetes tanulmányok alapján 2.839 darabban, a megrendelendő mennyiséget – az egyéb promóciós célokra és garanciális igények kielégítését szolgáló visszatartásra tekintettel – 3.000 darabban határozta meg.

134. A világító labda ellenértékét jelentő 20 db-os kupakmennyiség meghatározásakor a következőkre volt a FÁÜ Zrt. figyelemmel.¹⁰¹ A világító labda a két kisebb nyeremény mellett jóval nagyobb értéket képviseljen. A dobozos Pepsi 139 Ft átlagos bruttó kiskereskedelmi fogyasztói árához, és a Lay's chips 289 Ft-os átlagos bruttó kiskereskedelmi fogyasztói árához képest a világító labda 3.443 Ft-os beszerzési ára és a Magyarországon egyedülálló megjelenése (a kereskedelmi forgalomban ugyanis nem kapható) biztosította a kiemelt nyeremény vonzó jellegét. A promócióban résztvevő termékek várható fogyasztási/vásárlási mennyisége alapján a fődíjat beváltani kívánó valamennyi fogyasztónak tudjanak világító labdát biztosítani, biztonságos nyeremény készlet-mennyiség háttérével.
135. A FÁÜ Zrt. előadta továbbá, hogy a Dunhumby/Tesco adatai alapján a magyarországi Tesco 2013. évi értékesítési adatai alapul véve a promócióban részt vevő termékek vásárlói a kéthónapos, július-augusztusi időszakban átlagosan 3,5 palack terméket vásároltak. Mindezek alapján joggal feltételezhette a FÁÜ Zrt., hogy a labda beváltásához szükséges 20 db kupak összegyűjtése komoly erőfeszítés árán lehetséges, azaz a fogyasztók csak viszonylag szűk körének fog sikerülni. Ennek tükrében, a lengyel „ajándék-ellenérték” figyelembe véve olyan Funball készletmennyiséget határozott meg a FÁÜ Zrt. a tervezésnél (2.839 db), amely reális forgatókönyv bekövetkezése esetén elegendő.¹⁰²
136. Mindezek alapján az eljáró versenytanács szerint a FÁÜ Zrt. a szakmai gondosság keretében számottevő erőfeszítéseket tett annak érdekében, hogy a Funball labdákból a kampány teljes idejére elegendő tervezett mennyiség álljon rendelkezésre. Hasonló kampányoknál előfordulhat, hogy a ténylegesen kiváltott fogyasztói érdeklődés nem az előre eltervezettek szerint alakul. Erre az esetre¹⁰³ elvárható minimális biztosíték annak fogyasztókkal való közlése, hogy a rendelkezésre álló készlet korlátozott és csak a készlet erejéig tudja kielégíteni az igényeket, illetve az ilyen módon ki nem elégített fogyasztók érdemi kárpótlása.
137. Jelen esetben mindkét minimális „biztosíték” teljesült, mert egyrészt a kampányban részt vett valamennyi kommunikációs eszközön megtalálható volt a nyereményekhez rendelt *-ozott megjegyzés, miszerint ezek csak a „készlet erejéig” elérhetők. Önmagában a megjegyzés *-os formában történő közlése az átlagfogyasztó számára érzékelhető tartalmú, hiszen a reklámokban gyakran előforduló eszköz, amely ezáltal azt üzeni a fogyasztónak, hogy a megcsillagozott főüzenethez tartozik egy melléküzenet is és a

¹⁰⁰ Vj/120-13/2014. P/983-6/2014.

¹⁰¹ Vj/120-7/2014.

¹⁰² Vj/120-7/2014.

¹⁰³ Az eljáró versenytanács szerint jelen esetben magától értetődő, hogy a FÁÜ Zrt.-nek nem állt érdekében alábecsülni a várható érdeklődést, hiszen egy esetleges korai fogyás miatti tömeges fogyasztói panaszok kárt okoznak a vállalkozás, illetve a promótálni kívánt termék imázsának és ezen keresztül jövőbeni forgalmának.

főüzenet ezzel együtt válik teljessé. Az eljáró versenytanács ismételten felhívja a figyelmet arra, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikációban főüzenetként megjelenő „garantált ajándék”, illetve „garantált nyeremények” közlések „garantált” jelzőhöz kapcsolódó hatását az Fttv. 6. § (1) b) pontja alapján külön értékeli.

138. Továbbá, a FÁÜ Zrt. kérésére az ADAMSKY megkísérelte a labdák utánrendelését, azonban a gyártó, főként a fluoreszkáló felületre szolgáló anyag beszerzési határidőinek rugalmatlansága miatt nem tudta a 3 hónapos szállítási határidőt lerövidíteni. Ezért a labdakészlet utánpótlása helyett a panaszkezelési program keretében a labdához hasonló értékű helyettesítő ajándékokat adtak át,¹⁰⁴ amelyet a panaszos fogyasztók túlnyomó többsége elfogadott a Funball labda helyett. Tette ezt annak ellenére, hogy a Játékszabályzat szerint amennyiben a játékban részt vevő limitált számú labda elfogy, úgy a játékos számára a szervező nem biztosít további más terméket” (Játékszabályzat 5. Pont 8. bekezdése).

139. Mindezek alapján az eljáró versenytanács a Funball labda indulókészletének, beváltási arányainak tervezési módját, a panaszkezelés módját és az ezzel kapcsolatos intézkedéseket illetően nem látta megállapíthatónak az Fttv. 3. § (2) bekezdésének a) pontjában előírt rendelkezés megsértését, és ebben a tekintetben további eljárási cselekményektől sem lett volna eredmény várható. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy elvileg tovább vizsgálható lett volna az, hogy a ténylegesen bekövetkezett készletfogyás okai közül mi lett volna ésszerűen előre látható és mi nem. Utólag természetesen több minden látható, mit előre. Ezért a szakmai gondosság körében elsősorban a szakmai standardeknek való megfelelést kell vizsgálni, és ennek az eljáró versenytanács szerint megfelelt a FAÜ gyakorlata. Egyes események előreláthatósága kétséges, ilyen például a promóciós kampányok hatása vagy például magának a nyereménytárgynak a sikeressége, amelyet pl. a LolliPOP reklámversenyén elért helyezések is jelez. Ezért az eljáró versenytanács az eljárást ebben a tekintetben a Ket. 31. § (1) bekezdésének i) pontja alapján szüntette meg.

VI.5. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja alapján történő értékelés a nyeremények garantált voltára utaló állítás kapcsán

140. A versenyfelügyeleti eljárás során feltárt adatok alapján – az eljárás alá vont vállalkozások által sem vitatottan – a „Pepsi Funball” nyereményjáték úgy zajlott le, hogy a promóciós kupakok beváltására nyitva álló határidőben, azaz 2014. július 1. és 2014. augusztus 31. között, a garantált nyereményként ígért világító Pepsi Funball labda megszerzésére 2015. augusztus 10-től korlátozottan, 2014. augusztus 15-től kezdődően pedig már egyáltalán nem volt lehetőség.

141. A „Pepsi Funball” nyereményjátékban a tárgynyeremények garantált voltára az alábbi reklámállítások utaltak:

- *„Gyűjtsd a promóciós kupakokat a garantált ajándékokért!”*
- *„Játsz most és gyűjtsd a kupakokat a garantált nyereményekért”*
- *„Gyűjtsétek az akcióban részt vevő kupakokat, melyeket garantált ajándékokra válthattok július elsejétől. A játék egész nyáron, augusztus 31-ig tart. 3 kupakért egy 0,33-as Pepsit, 6 kupak bemutatása esetén egy Lay's Chipset, 20 kupakért pedig egy eredeti Pepsi Funball labdát kapsz.”*

¹⁰⁴ Vj/120-32/2014.

- „Játssz most, gyűjtsd az akcióban részt vevő kupakokat, és váltsd garantált ajándékokra egészen augusztus 31-ig!”

142. A promóciós címke, a www.pepsi.hu weboldal, a Pepsi facebook oldalán közzétett 2014. július 2-i és 2014. július 10-i bejegyzés, a polc-árjelző, a plakát, a hűtő háromszög matrica/karton, a hűtőkorona, az árvtorla, a rendezvényen használt tapstábla, a beváltóhelyeken közzétett tábla és a televíziós reklámok tartalmazták azt a tájékoztatást, hogy a kupakok beváltásának időtartama 2014. július 1. – 2014. augusztus 31. közé esik.
143. A promóciós címke, a Pepsi Facebook oldalán közzétett 2014. július 2-i bejegyzés, a polc-árjelző, a plakát, a hűtő háromszög matrica/karton, a nyaklógó, az árvtorla, a rendezvényen használt tapstábla, a beváltóhelyeken közzétett tábla és a televízió reklámok figyelmeztették arra a fogyasztókat, hogy az ajándékok beváltása a készlet erejéig lehetséges.
144. A versenyfelügyeleti eljárásban feltárt adatok alapján megállapítható, hogy a FÁÜ a nyereményjáték tervezése során törekedett a várható kereslet felmérésére, referenciapontot használva határozta meg a nyeremények készletadatait. Ugyanakkor a játék fődíjaként egy olyan nyereménytárgyat kínált, amelynek szállítási határideje az egyedi gyártásra tekintettel 3 hónap volt, amely a promóció időzítésének tükrében utánrendelésre nem adott lehetőséget.
145. A vizsgált kereskedelmi kommunikáció főüzenete az volt, hogy 20 kupak bemutatása esetén a játékos Pepsi Funball labdát *kap*, azt garantáltan *beválthatja* egy világító focilabdára. A versenytanács – egyetértve az eljárás alá vontak értelmezésével - ez azt az üzenetet közvetíti, hogy a játék a kupakok összegyűjtésén túlmenően egyéb követelményeket, vagyis például szerencsetényezőt (sorsolás) avagy szellemi teljesítményt (kérdés megválaszolása) nem követel meg a fogyasztóktól. Ebből azonban – eltérően az eljárás alá vontak értelmezésével – az következik, hogy az ajándékok esedékessége a kupakok után automatikus, azaz a Funball a játék „főnyereménye” az eljárás alá vontak által nyújtott ajándék. Az ajándékot a fogyasztó minden egyéb körülményre tekintet nélkül megkaphatja, ha az alapfeltételt teljesíti, de az nem függ szerencsétől vagy egyéb külső körülménytől. Ami pedig garantált ajándék, az „jár” a fogyasztónak, és nem függhet más körülménytől. A „garantált” szó alkalmazása a fogyasztói értelmezés során mindhárom ajándék¹⁰⁵ vonatkozásában azt jelenti, hogy az rendelkezésre, nem fogy el, vagy ha elfogy akkor is biztosan (garantáltan) elérhető lesz a megfelelő számú kupakért cserébe. A kereskedelmi kommunikáció főüzenetén értelmezésén egy ezzel ellentétes melléküzenet („a készlet erejéig”) még akkor sem tud módosítani, ha az észlelhető.
146. A játékosok előtt nem lehetett ismert a világító focilabda - az utánrendelés lehetetlensége miatt - kifejezetten korlátos volta annak ellenére, hogy a beváltási garanciát a készlet korlátos voltára utaló „a készlet erejéig” *-os megjegyzéssel látták el. A „garantált” kifejezés ugyanis ellentmond a beválthatóság korlátozottságára utaló megjegyzésnek. Az ajándék elérhetősége a fogyasztó számára vagy garantált és ebben az esetben nem függhet attól, hogy mekkora az éppen aktuális készlet nagysága, vagy pedig csak e készlet nagyságáig beváltható, és az ezen túli igények beváltása nem garantált.
147. A két ellentmondó értelmezés közötti ellentmondás feloldására az eljárás alá vontak által a kommunikációs kampány során közölt bármely más üzenete nem volt alkalmas,

¹⁰⁵ Egyes kommunikációiban az eljárás alá vont az ajándék helyett a „nyeremény” kifejezést használja.

mielőtt ismertté nem vált számukra, hogy az ígért és garantált beváltás lehetősége nem valós, mert a készlet már a kampány időszak lejárta előtt elfogyott. Emiatt nyilvánvalóan voltak olyan fogyasztók, akik a garanciára utaló megjegyzés alapján döntöttek a nyereményjátékban való részvételükről, ám mire a Funball-hoz szükséges számú kupakot sikerült összegyűjteniük, a készlet elfogyása miatt nem jutottak hozzá az óhajtott nyereményhez. Ezen a fogyasztók viszonylag nagy számban jelezték az eljárás alá vontaknak elégedetlenségüket, amelyet mutat a regisztrált panaszoknak az elérhető Funball labdák számához viszonyított közel 10 %-os aránya.

148. A két ellentmondó értelmezés között a kapcsolatot az utánrendelés és későbbi átadás lehetősége talán feloldhatta volna, azonban az eljárás alá vontak ezt a lehetőséggel nem éltek, azt fel sem ajánlották a fogyasztóknak. Ezen lehetőség azonban ugyanúgy egy másik fogyasztói döntés lett volna, mint amelyet a „póru jár” fogyasztók a Funball labda helyett felajánlott Pepsi termékcsomagra vonatkozóan kellett meghozniuk. A panaszok nagy száma arra utal, hogy a megcélzott fogyasztók jelentős része nem vásárolt volna csak azért 20 Pepsi-termék kupont, mert cserébe további Pepsi-termékeket kaphatott volna.
149. A fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy az eljárás alá vontak az ajándékok garantált voltára utaló kommunikációval a fogyasztót arra készítette, hogy nyereményjátékban való részvételükre vonatkozó döntést a Funball elérhetősége miatt hozzák meg, amely döntést a garanciára utaló megjegyzés nélkül nem hoztak volna meg. Ez a magatartás sérti az Fttv. 6. §-ának (1) bekezdésének b) pontjában foglalt megtévesztési tilalmat.

VII.

Az eljárás alá vontak felelőssége

VII.1. Az FÁÜ felelőssége

150. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében állt.
151. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat vonatkozásában a FÁÜ felelőssége megállapítható, hiszen a termékek értékesítése révén – a bevétel okán – anyagi érdeke fűződik a vizsgált kereskedelmi gyakorlathoz a forgalom növelése révén. Így a promóció ösztönzése a FÁÜ-nek nyilvánvalóan érdekében állt.
152. A fogyasztói magatartást torzítására való alkalmasság kapcsán az eljáró versenytanács leszögezi, hogy egy nyereményjátékban kiosztott ajándék garantált voltára utaló állítások alkalmas a fogyasztói döntések befolyásolására, hiszen nyilvánvalóan nem próbálkoznának 20 kupakok összegyűjtésével a fogyasztók, ha tisztában lennének azzal, hogy a promóciós időszak utolsó heteiben a főnyeremény megszerzésére már nincs lehetőségük
153. A fentiekre figyelemmel az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a FÁÜ a „Pepsi Funball” nyereményjáték népszerűsítése során a fogyasztók megtévesztésre alkalmas módon alkalmazott a három ajándék egyikeként ígért világító Pepsi Funball labda garantált voltára utaló állításokat, mivel azt a játék teljes időtartama alatt a kupakot

beváltani szándékozó játékosok számára biztosítani nem tudta. Ennél fogva a FÁÜ tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, megsértette az Fttv. 6. §-a (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, megvalósítva ezzel az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében előírt tilalmat.

VII.2. Az ADAMSKY felelőssége

154. A „Pepsi Funball” nyereményjáték játékszabályzatának tanúsága szerint a nyereményjáték szervezője a FÁÜ, a játék lebonyolítója az ADAMSKY volt.
155. Az ADAMSKY nyilatkozata szerint a FÁÜ az ADAMSKY-től egyedi megrendelés keretében rendelte meg a „PEPSI Funball” kampány meghatározott feltételekkel történő lebonyolítását, és a FÁÜ-vel kötött megállapodásban az ADAMSKY által a megrendelés teljesítéséért kapott vállalkozó díj [fix összegként] került meghatározásra.
156. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése egyértelműen rögzíti, hogy azon vállalkozások felelőssége megállapítható a közzétett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tekintetében, amelynek az értékesítés, eladásösztönzés közvetlenül érdekében áll. Ezen ún. „érdek-elv” alapján általánosságban elmondható, hogy a vállalkozások – a piac működési logikája szerint – szolgáltatásaikat ellenszolgáltatás fejében nyújtják, így elvileg több vállalkozásnak is fűződhet – a bevétel okán – egyidejűleg anyagi érdeke a kereskedelmi gyakorlathoz. Az egyes részvevők között azonban a „közvetlen érdekelttség” szintjében nyilvánvaló különbségek mutatkozhatnak.
157. A szerződésben rögzített fix összegű díjazás a közvetlen érdekelttség hiányára utal az ADAMSKY Kft. esetében. A FÁÜ és az ADAMSKY közötti keretszerződésben a FÁÜ megrendelőként szerepel. A felek között a vizsgálat tárgyát képezően a keretmegállapodás alkalmazásával összefüggésben formális egyéni megállapodás aláírására nem került sor, csak megrendelésre, illetve írásbeli és szóbeli utasításokra és jóváhagyásokra a FÁÜ Zrt. részéről. A FÁÜ nyilatkozata szerint az említett megrendelés és a kapcsolódó utasítások érdemben egyéni megállapodásnak tekinthetők.¹⁰⁶ Ez azonban nem befolyásolja a FÁÜ azon álláspontját, miszerint a FÁÜ és az ADAMSKY közötti együttműködés keretében az ADAMSKY feladatait a Társaság jelölte ki, az ezek alapján általa előkészített kreatív koncepciót, illetve annak egyes elemeit pedig a Társaság hagyta jóvá.
158. Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapította, hogy az Fttv. 9. §-ának (3) bekezdése alapján a rendelkezésre álló bizonyítékok alapján nem állapítható meg az ADAMSKY felelőssége a jogsértő kommunikációs üzenet (garantált nyeremény) fogyasztókhoz való eljuttatásáért, és e tekintetben további eljárási cselekményektől sem várható eredmény. Erre tekintettel az eljáró versenytanács az eljárást vele szemben a Ket. 31. § (1) bekezdésének i) pontja alapján megszüntette.

VIII.

Összefoglalás

159. Az eljáró versenytanács a Tpv. 76. §-a (1) bekezdésének e) pontja alapján megállapította, hogy a FÁÜ a „Pepsi Funball” nyereményjáték népszerűsítése során

¹⁰⁶ Vj/120-65/2014.

megtévesztő módon alkalmazta a három ajándék egyikeként ígért világító Pepsi Funball labda mint ajándék garantált voltára utaló állításokat, mivel azt a játék teljes időtartama alatt a kupakot beváltani szándékozó játékosok számára biztosítani nem tudták. Ennél fogva az eljárás alá vont vállalkozás tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amellyel megsértette az Fttv. 6. §-a (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállást, megvalósítva ezzel az Fttv. 3. §-a (1) bekezdésében előírt tilalmat.

160. Az eljáró versenytanács a Funball labda készletére vonatkozóan a szakmai gondosság hiánya, illetve annak elérhetőségével kapcsolatos korlátok elhallgatásával összefüggésben az eljárást a Ket. 31. § (1) bekezdése alapján megszüntette.
161. Az eljáró versenytanács az ADAMSKY Kft.-vel szemben az eljárást minden tekintetben megszüntette.

IX.

Jogkövetkezmények

162. Tekintettel a vizsgált magatartás súlyára, a közérdek, illetve a fogyasztói érdekek védelmében az az eljáró versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tptv. 78. §-ának (1) bekezdés a) pontja alapján bírságot szabott ki a FÁÜ eljárás alá vont vállalkozással szemben.
163. Az eljáró versenytanács a bírság összegét a Tptv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 2/2015. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsai gyakorlatot rögzítő közleményben (a továbbiakban: Bírságközlemény) foglaltaknak megfelelően határozta meg.
164. Bírságközlemény 8. pontja szerint a Kúria – a GVH-ra is irányadó – megközelítése értelmében a versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. Ez a cél pedig csak olyan mértékű bírsággal valósítható meg, amely a versenyjogsértést megvalósító vállalkozásnak arányos, de érezhető megterhelést jelentő anyagi hátrányt okoz, s olyan összegű, amely az eljárás alá vontat és más vállalkozást hasonló magatartástól visszatart.¹⁰⁷
165. A Bírságközlemény 9. pontja szerint a versenyfelügyeleti eljárás során megállapított jogsértés miatt kiszabott, megfelelő mértékű bírság tehát több jogpolitikai célt is szolgál. Egyrészt, konkrétan az adott vállalkozást, szükségszerűen pedig a többi piaci szereplőt is elrettenti a jövőbeli hasonló cselekményektől (speciális és generális prevenció)¹⁰⁸, másrészt az eljárás alá vont vállalkozást bünteti múltbeli cselekménye miatt, harmadsorban megerősíti a jogkövető vállalkozásokat abban, hogy a tisztességes üzleti magatartás a helyénvaló.

¹⁰⁷ Lásd a következő ítéleteket: Legfelsőbb Bíróság Kf.III.27.599/1995/3. szám, Kf. I.25.217/1993/3. szám, Kf.II.27.096/1995/4.

¹⁰⁸ Lásd a következő ítéleteket: Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.484/2008/7. szám (Vj/114/2007.), Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.314/2008/8. szám (Vj/028/2006.), Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.506/2010/7. szám (Vj/007/2009.), Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.053/2008/10. szám (Vj/048/2006.), Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.531/2007/6. szám (Vj/180/2006.), Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.057/2008/15. szám (Vj/045/2006).

166. A Bírsághozjárás 10. pontja szerint a fenti célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének a meghatározása alapvetően négy, egymást követő lépésben történik. A GVH először meghatározza a bírság kiinduló összegét (1), majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét (2). Ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget (3), végül figyelemmel van a bírság maximális összegére mint korlátra (4).
167. A Bírsághozjárás 11. pontja szerint a közleménnyel érintett ügyekben a bírság összegének kiindulópontjául szolgálhat a jogsértő tájékoztatás költsége vagy a jogsértéssel érintett termékből a jogsértéssel érintett időszakhoz kapcsolódóan realizált árbevétel (kiinduló összeg). A releváns súlyosító és enyhítő körülmények növelik, illetve csökkentik a bírság mértékét, meghatározva így a bírság alapösszegét. A korrekciós tényezők körében azt szükséges mérlegelni, hogy az előbbi módon kalkulált alapösszeg összességében alkalmas-e a kívánatos következmények (represszió, speciális és generális prevenció) elérésére.
168. A Bírsághozjárás 17. pontja szerint a bírság összegének megállapítása során főszabályként a GVH a jogsértő kereskedelmi kommunikáció(k) költségéből indul ki. A kommunikációs költség alapulvételét az indokolja, hogy a vállalkozás a jogsértő gyakorlattal jellemzően legalább az arra fordított kiadást elérő bevételek szert kíván tenni.¹⁰⁹ Jelen esetben az eljáró versenytanács a bírság összegének megállapításakor az eljáró versenytanács a FAÜ Zrt. esetében a vizsgált, jogsértő információt tartalmazó kereskedelmi kommunikációk előállításának és terjesztésének ismert költségeiből indult. Amint azt az eljáró versenytanács az előzetes álláspontjában is jelezte, a kiinduló bírságösszeg meghatározásánál figyelembe kívánja venni azokat a reklámeszközöket is, amelyekről a FAÜ úgy nyilatkozott, hogy azok útján a konkrét nyereményjátékot nem kommunikálta (pl. Funball Aréna sátor, hostess promóciók, fesztiválok), vagyis a részvételi feltételeket, a részvételi időszakot vagy a nyereményjáték szabályait nem népszerűsítette.
169. A fentiek szerint a mellékeltben közölt kommunikáció költségek figyelembe vett tételei, illetve azok végösszege (a bírság kiinduló összege) az alábbi táblázat szerint alakul:

Promóciós címke	[...]
www.pepsi.hu weboldal	[...]
Vásárláshelyi reklámanyagok	[...]
Rendezvényen használt kommunikációs eszközök	[...]
Beváltóhelyeken közzétett kommunikációs eszközök	[...]
Összesen	49 170 000

A bírság kiinduló összege (forintban)

170. A Bírsághozjárás 25. pontja szerint a jogsérelem súlyát a bírság kiinduló összegének meghatározása még nem feltétlenül fejezi ki. Tekintettel kell lenni a jogsértés egyéb körülményeire, különösen a Tpv. 78. §-ában példalódzó módon felsorolt szempontokra, így például a fogyasztói érdekek sérelmének a körére, a jogsértés

¹⁰⁹ Lásd a Vj/154/2005. számú ügyben hozott határozatot.

kiterjedtségére, hatásaira.¹¹⁰ Figyelembe kell venni továbbá a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását is. A GVH az eset összes körülményeit mérlegelve dönt az alapösszeg meghatározása során a kiinduló összeg felfelé vagy lefelé történő módosításáról, biztosítva azt, hogy valamely körülményt kétszeresen ne vegyen figyelembe, akár a vállalkozás terhére, akár előnyére válna is az.

171. A Bírágóközlemény 41. pontja szerint jogsértés esetén fennáll az eljárás alá vontak magatartásának a felróhatósága, amely annak fokától függően súlyosító körülményként minősülhet. Jelen ügyben az eljáró versenytanács a felróhatósággal összefüggésben nem azonosított súlyosbító körülményt.
172. Az eljáró versenytanács a FÁÜ magatartásának értékelése kapcsán közepes mértékben enyhítő körülményként vette figyelembe, hogy
- a FÁÜ és az általa teljes körű projekt-menedzsmenttel és végrehajtással megbízott ADAMSKY törekedett a fogyasztói panaszok kezelésére, a játékosokat igyekezett kárpótolni helyettesítő ajándékok kiosztásával; illetve
 - a készletjelentés alapján a labda tényleges elfogyását megelőzően intézkedtek aziránt, hogy az adott reklámeszközökön megjelenjen az „elfogyott a labda” tájékoztatás, illetve a televíziós reklám sugárzását leállította.
173. Mindezek alapján az eljáró versenytanács a bírság alapösszegét 40.000.000, forintban állapította meg.
174. Végezetül az eljáró versenytanács a fentieknek megfelelően kalkulált bírságösszeget megvizsgálta abból a szempontból is, hogy a speciális és generális prevenció elveit figyelembe véve az – figyelemmel az ügy összes körülményeire – kellő mértékű elrettentő erőt képvisel-e, valamint, hogy nem haladja-e meg a törvényi maximumot. Ebben a vonatkozásban nem látta szükségesnek a bírság alapösszegét módosítani. Erre tekintettel a rendelkező rész szerint döntött.

X.

Egyéb kérdések

175. A Tpv. 44. §-ának (1) bekezdése értelmében a versenyfelügyeleti eljárásra – az ott írt kivételekkel – a Ket. rendelkezéseit kell alkalmazni.

A FÁÜ részletfizetés iránti kérelme

176. A Vj/120-72/2014. sz. beadványában az kérte, hogy az eljáró versenytanács engedélyezze a kiszabandó bírság 12 havi részletekben történő teljesítését. A kérelem indokolásául a FÁÜ előadta, hogy a Társaság pénzügyi helyzete az elmúlt években veszteséges volt, az utolsó lezárt pénzügyi évben (2014) a FÁÜ vesztesége mintegy 1,4 milliárd forint volt. A Társaság 2014-es mérlegéből kiderül, hogy a felhalmozott veszteségek folytán a saját tőke negatív összegűre csökkent, a FÁÜ tartozásállománya jelentős. Kiemelte továbbá, hogy a Társaság üdítőital forgalmazással foglalkozik, amely iparágat kedvezőtlen piaci trendek, a fizetőképes kereslet stagnálása, a termékeket sújtó ágazati adók (népegészségügyi termékadó, környezetvédelmi termékadj) terhelik. Bár a FÁÜ forgalma nem csökkent, a gazdálkodás az említett okok miatt a mai napig veszteséges, ezért a Társaság rendkívül szoros költséggazdálkodásra kényszerül a

¹¹⁰ Lásd a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.057/2008/15. számú ítéletét (Vj/045/2006.).

veszteség elkerülése érdekében. A FÁÜ csak komoly költségmegtakarítási intézkedésekkel tud a végső tulajdonos PepsiCo, Inc. által elvárt pénzügyi eredményeknek megfelelni. 2015-ben és 2016-ban a cégtulajdonos elvárása a veszteség nélküli gazdálkodás és a rendkívül feszes költségtakarékossági terv betartása. Hivatkozott továbbá arra, hogy a folyó fizetési lehetőségeit is figyelembe véve az esetlegesen kiszabandó bírság olyan terhet róna a Társaságra, amelynek egy összegben való megfizetése esetén a jövőbeli működési lehetősége nem lenne biztosított.

177. FÁÜ 2015. évi, aktuális gazdasági helyzetének szemléltetésére csatolja a Társaság lezárt, 2015. októberi főkönyvi kivonatát¹¹¹. Ahogyan az a 2015. októberi főkönyvi kivonatból is látszik, a Társaságot [...].

178. A 2016. évi gazdálkodás szemléltetésére csatolta továbbá a Társaság 2016. évi egyszerűsített pénzügyi tervét¹¹². Ezzel összefüggésben megjegyzi, hogy a bírság várhatóan 2016. januárra eső befizetési határideje miatt a Társaság likviditásának megfelelő fenntartása érdekében az amúgy is szoros költséggazdálkodást előíró 2016. évi eleji cash flow tervet [...]. Összességében a bírság egy összegben való megfizetése aránytalan terhet jelentene a Társaság számára, ezért a kérelem elutasítása nagyobb kárt okozna, mint a bírság azonnali, egy összegben történő befizetésének elmaradása.

A FÁÜ részletfizetés iránti kérelmének értékelése

179. Az eljáró versenytanács a részletfizetési kérelmet a benyújtott dokumentumok, illetve a cég gazdálkodásával kapcsolatos nyilvánosan elérhető információk alapján értékelte. Ebben a körben az eljáró versenytanácsnak azt kellett mérlegelnie, hogy a bírság egyösszegű megfizetése egyrészt aránytalanul nagy terhet jelentene-e a vállalkozás számára a gazdasági működését befolyásoló egyéb tényezőkhoz, illetve hogy a gazdálkodásának pénzügyi feltételi alapján megállapítható-e, hogy a társaság jövőbeni működése a bírságra visszavezethetően nem lenne biztosított. Ha ezen kérdések alapján megállapítható, hogy a bírság egyösszegű megfizetése, illetve emiatt a társaság jövőbeni működése nem lenne biztosított, akkor kell mérlegelni azt a kérdést, hogy ebben a tekintetben lényeges különbséget (enyhítést) jelentene a vállalkozás számára a részletfizetés engedélyezése, és ily módon nagyobb esélye lehet-e annak, hogy a kiszabott bírság megfizetésre kerül.

180. A FÁÜ 2014. évi eredménykimutatása szerint az értékesítés nettó árbevétele közel 19,5 milliárd forint volt, viszont az anyagi és személyi jellegű, valamint egyéb ráfordításainak összege ezt meghaladta, és ennek következtében mintegy egy milliárd vesztesége képződött az üzemi (üzleti) tevékenységének eredményeképpen. A korábbi évek eredménykimutatásai hasonló képet mutattak a vállalkozás gazdálkodásáról. Az üzemi (üzleti) tevékenység eredményeképpen (2007-ig megvizsgáltan) minden évben milliárdos nagyságrendű veszteségeket mutattak. A mérleg szerinti eredmény (a negatív eredményű pénzügyi műveletek miatt) ennél még nagyobb veszteségeket mutatott a vizsgált nyolc év (2007-2014) során. A FÁÜ folyamatosan veszteséges gazdálkodását mutatja az évek során felhalmozódó mínusz huszonegy milliárd forintnyi negatív eredménytartáléka is.

181. A becsatolt 2015. október főkönyvi kivonat is arra utal, hogy [...] A korábbi [...] gazdálkodás miatt a vállalkozás saját tőkéje rendszeresen negatívba fordul (pl. a 2009. a

¹¹¹ Vj/120-72/2014. sz. 1. sz. melléklete

¹¹² Vj/120-72/2014. sz. 2. sz. melléklete

2011. a 2012. és a 2013. években), az utóbbi hat év során csak két évben mutatott a mérleg pozitív saját tőke értéket (2010-ben és 2014-ben).

182. A mérlegbeszámolók, illetve a kiegészítő melléklet cash flow kimutatásai alapján látható, hogy a társaság a képződött veszteségét hitelekből, illetve részvénykibocsátással próbálja ellentételezni. Részvénykibocsátásból 2013-ban közel három milliárd, 2014-ben hat és fél milliárd forintnyi bevétele képződött.
183. Mindezek alapján megállapítható, hogy a társaság jelenlegi működési feltételeinek alakulását – az előző nyolc év tapasztalatai alapján – a vállalkozás folyamatosan veszteséget termelő gazdálkodása határozza meg. A kiszabott bírság több nagyságrenddel kisebb, mint a társaság milliárdot meghaladó éves vesztesége. Az éves árbevétele, illetve a részvénykibocsátásokból származó bevételei még ennél is jelentősen nagyobbak. Ezekhez képest a jelen eljárásban kiszabott bírság elenyésző tétel lehet csak a vállalkozás veszteségeit eredményező egyéb tényezőkhöz képest.
184. Az eljáró versenytanács arra a következtetésre jutott, hogy a FÁÜ további működése attól függ, hogy [...], nem pedig attól, hogy a [...] miatt előállott veszteséghez képest csekély összegű bírságot egyösszegben vagy részletekben kell a cégnek megfizetnie.
185. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács a részletfizetésre irányuló kérelmet elutasította.
186. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő.
187. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-ának (2) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
188. A bírásznak a GVH 10032000-01037557-000000000 számú bírságbevételei számlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő
- az eljárás alá vont neve,
 - a versenyfelügyeleti eljárás száma,
 - a befizetés jogcíme (bírság).
189. A Tpv. 44. §-a alapján a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) versenyfelügyeleti eljárásra is irányadó 140. §-ának (1) bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. §-ának (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.
190. A Ket. 132. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótléket köteles fizetni. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része.
191. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. A Versenytanács tájékoztatja a kötelezetteket, hogy a Tpv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a GVH által kiszabott, teljesítési határidőben meg nem

fizetett bírság (valamint a meg nem fizetett bírság után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék) behajtása iránt az állami adóhatóság intézkedik.

192. A Grt. 24. §-ának (3) bekezdése kimondja, hogy a 12. §-ban és a 13. § (2) bekezdésében foglaltak megsértésének megállapítása a GVH hatáskörébe tartozik.
193. A GVH illetékessége a Tpvt. 46. §-a alapján az ország egész területére kiterjed.
194. Az eljárást befejező döntést a Tpvt. 63. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. A Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő (a jelen eljárásban összességében 162 nap) az ügyintézési határidőbe nem számít be. Mindezekre tekintettel az ügyintézési határidő 2013. szeptember 17-én telik le.
195. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.
196. A végzés elleni jogorvoslati jogot a Tpvt. 82. §-a, illetve a Ket. 98. §-a (3) bekezdésének c) pontja biztosítja.

Budapest, 2015. december 3.

Dr. Bara Zoltán s.k.
előadó versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
versenytanácsstag

dr. Berki Ádám s.k.
versenytanácsstag

Melléklet: A „Pepsi Funball” nyereményjáték népszerűsítésére használt kommunikációs eszközök megjelenési adatai és reklámköltsége

Kommunikációs eszköz megnevezése	Megjelenés ideje	Megjelenések száma	Kommunikációs eszköz költsége
Promóciós címke	2014. július 15-étől ¹¹³	[...] db ¹¹⁴	[...] Ft ¹¹⁵
www.pepsi.hu weboldal	2014. június 15-től volt elérhető a promóció végéig azzal, hogy 2014. augusztus 12-től megjelent az „elfogyott a labda” kommunikáció	2014. június 15. és 2014. augusztus 31. között az összes megtekintések száma 415.695 db	[...] Ft ¹¹⁶
Pepsi Facebook oldal https://www.facebook.com/pepsi-hungary	2014. július 2. (ezen a napon 2 poszt jelent meg) 2014. július 10. 2014. július 21. 2014. július 23. 2014. július 25. 2014. augusztus 2. 2014. augusztus 9. 2014. augusztus 14.	-	-
Pepsi Funball Aréna applikáció https://www.facebook.com/pepsi-hungary/app_1524922624398065	2014. július 21-től 2014. augusztus 17-ig	1838 felhasználó használta ¹¹⁷	-
Vásárláshelyi reklámanyagok ¹¹⁸ mintegy 300 üzletben ¹¹⁹	Kihelyezésük 2014. július 1-jén kezdődött meg, ugyanakkor az országos lefedettség bizonyossága 2014. július 15-től jelenthető ki. ¹²⁰ A vásárláshelyi anyagok kihelyezésének időtartama általában a 2014. július 15-től a 2014. július 31-ig terjedő időszak volt. ¹²¹	Polc-árjelző (179mm*130mm) – 2.300 db ¹²² Nyaklogó (83mm-185mm) – 62.000 db ¹²⁴ Hűtőkorona (560mm*480mm) – 620 db ¹²⁵ Plakát (470mm*670mm) – 620 db ¹²⁶	[...] Ft ¹²³

¹¹³ Vj/120-13/2014. P/983-6/2014.

¹¹⁴ Vj/120-26/2014. Nem azonos a promóciós kupakkal ellátott termékek számával tekintettel arra, hogy a 0,6l-es kiszerelés promóciós címke nélkül került forgalomba (Vj/120-26/2014.)

¹¹⁵ Vj/120-26/2014., 38.112 EUR 309,6 FT / EUR árfolyam alapján

¹¹⁶ Vj/120-17/2014.

¹¹⁷ Vj/120-32/2014.

¹¹⁸ Vj/120-13/2014. P/983-2/2014., 4. számú melléklet

¹¹⁹ Vj/120-7/2014.

¹²⁰ Vj/120-17/2014.

¹²¹ Vj/120-7/2014.

¹²² Vj/120-7/2014.

¹²³ Vj/120-35/2014.

¹²⁴ Vj/120-7/2014.

¹²⁵ Vj/120-7/2014.

¹²⁶ Vj/120-7/2014.

		Árvectorla (470mm*270m m) – 620 db ¹²⁷	
		Hűtő háromszög matrica/karton (300mm*400m m) – 620-620 db ¹²⁸	
Rendezvényen használt kommunikációs eszközök ¹²⁹	<p>Tapstábla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hostess Promóciók keretében (csak Budapesten) <ul style="list-style-type: none"> o Citadella (2014.07.05.) o Eiffel tér (2014.07.10.) o Deák tér (2014.07.31.) o Vörösmarty tér (2014.08.01.) o Szent István tér (2014.08.02.) o Ferenciek tere (2014.08.08.) o Corvin köz (2014.08.07.) o Budapest PARK (2014.08.07.) o Moszkva tér (2014.08.09.) o Batthyány tér (2014.08.09.) • Funball Aréna sátorban: <ul style="list-style-type: none"> o Funball Kickoff PR rendezvény (2014.07.08.) <p>Funball Aréna sátor:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Funball Kickoff PR rendezvény (2014.07.08.) o EFOTT fesztivál (2014.07.15.-2014.07.20.) o Campus fesztivál (2014.07.23.-2014.07.27.) 	[...] db	[...] Ft ¹³⁰
Beváltóhelyeken közzétett kommunikációs eszközök (Tábla 700x257 cm-es méretben) ¹³¹	2014. július 1. és 2014. augusztus 31. között	[...] db	[...] Ft ¹³²
Televízió reklám (RTL Klub, TV2, RTL 3, Discovery Channel, Super TV2, Comedy Central, MTV, Music Channel, FOX, Nóta TV, Sport 1, Sport 2, Viasat 3, Viasat 6, Viva) ¹³³	2014. június 16. és augusztus 10. között	[...] db	[...] Ft ¹³⁴
Ajándékok költsége:		Funball labda: nettó	[...] Ft

¹²⁷ Vj/120-7/2014.

¹²⁸ Vj/120-7/2014.

¹²⁹ Vj/120-13/2014. P/983-2/2014., 5. számú melléklet

¹³⁰ Vj/120-17/2014.

¹³¹ Vj/120-11/2014.

¹³² Vj/120-11/2014.

¹³³ Vj/120-13/2014. P/983-2/2014.

¹³⁴ Vj/120-17/2014.

		Lay's chips: nettó	[...] Ft
		Pepsi: nettó	[...] Ft