



Fővárosi Törvényszék

Az ügy száma:

105.K.700.519/2023/5.

Az I. rendű felperes:

Alza.hu Kft.

(1137 Budapest, Róbert Károly körút 54-58.)

A II. rendű felperes:

Alza.cz a.s.

(Cseh Köztársaság, 170 00 Praha 7,

Kolesovice, Jankovcova 1522/53.)

A felperesek képviselője:

Dezső és Társai Ügyvédi Iroda

(eljáró ügyvéd:

Az alperes:

Gazdasági Versenyhivatal

(1054 Budapest, Alkotmány utca 5.)

Az alperes képviselője:

Siposné dr. Mayer Erika Noémi

kamarai jogtanácsos

A per tárgya:

versenyfelügyeleti közigazgatási jogvita elbírálása

(VJ/39-150/2018.)

Í T É L E T

A bíróság a felperesek keresetét elutasítja.

Kötelezi a felpereseket, hogy egyetemlegesen fizessenek meg az alperesnek 15 napon belül 3.000.000 (hárommillió) forint perköltséget, valamint az állam javára, az állami adó- és vámhatóság illetékbevételi számlájára 1.500.000 (egymillió-ötszázezer) forint kereseti illetéket. A fizetendő illeték az ítélet jogerőre emelkedését követő 60. napon válik esedékessé.

Az ítélet ellen fellebbezésnek nincs helye.

I n d o k o l á s

Az ítélet alapjául szolgáló tényállás

- [1] A II. rendű felperes alapítója és kizárólagos tulajdonosa az e-kereskedelem piacán tevékenykedő I. rendű felperesnek.
- [2] A felperesek 2018. január-2019. február között összesen hat „Black Friday” kampányt (2018. január 22-31., május 7-20., augusztus 20-szeptember 2., november 12-25., december 7-23., 2019. január 21-február 3.) folytattak, amelyekben az „akár 80 %-os kedvezménnyel” reklámállítást (a továbbiakban: reklámállítás) használtak. A kereskedelmi gyakorlat televízió, rádió, nyomtatott sajtó, online reklámok, e-DM levelek, valamint saját weboldal igénybevételével valósult meg. A 2019. január 21. és február 3. közötti kampányban a reklámállítás a nyomtatott sajtóban és az online reklámokban továbbra is szerepelt, a

rádióreklámban nem; a reklámfilmben az Alza figura 80%-os feliratú sapkát viselt és előtte műszaki cikkek mozogtak. A reklámállításhoz a képi megjelenítések akként igazodtak, hogy egyes termékek közvetlenül az akár 80 % kedvezmény kommunikálását követően jelentek meg a „most vásárolj szuper áron” narrációval. A több reklámban megjelenített apró betűs üzenet szerint az „akciós árak csak meghatározott termékekre vonatkoznak, melyek a honlapon feltüntetésre kerülnek. Az akciós kedvezmény mértéke az egyes termékek tekintetében eltérő, annak maximális értéke 80%. A Társaság nem garantálja, hogy az egyes termékek ára az akció időszaka alatt a legalacsonyabb.”

- [3] A felperesek által különféle termékkörben kínált több mint 80.000 termékből a legalább 80 %-os kedvezmény az első kampányban két-három telefontípusra való telefontok; a másodikban két focilabda, egy focikapu, egy konzoljáték program, egy műanyag zsák, kozmetikai tükör, élelmiszerek nitrát-, sugárzását mérő eszköz; a harmadikban citrusfacsaró, focicipő és labda, egy videójáték, egy társasjáték, és az élelmiszerek sugárzását mérő eszköz; a negyedikben focikapu, cipő, két videójáték és konzol, egy karóra több típusszámmal, sampon, hajkefe, led-es izzó, egy televízió és az élelmiszersugárzást mérő eszköz; az ötödikben egy karóra, autós hűtőtáska, focilabda, egy videójáték, autós ablakvédő, az élelmiszersugárzást mérő eszköz; a hatodik kampányban pedig focilabda, légtisztító, táska, led-es izzó, gyerek kerékpáruha és egy mennyezeti lámpa esetében volt elérhető.

A megelőző közigazgatási eljárás és a keresettel támadott döntés

- [4] Az alperes 2018. október 26. napján versenyfelügyeleti eljárást indított a felperesekkel szemben, majd a VJ/39-150/2018. számú egységes szerkezetbe foglalt határozatában megállapította, hogy a felperesek 2018. január és 2019. február között hat alkalommal tartott „Black Friday” kampányaik népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációjuk során tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytattak, mert azt a benyomást keltették, hogy a fogyasztók jelentős mértékű, akár 80 %-os kedvezményre tehetnek szert, holott a 80 %-os kedvezmény a kampányokban részt vevő termékeknek csak egy igen szűk és atipikus körére volt elérhető. Emiatt a felpereseket egyetemlegesen 862.000.000 forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte, valamint az I. rendű felperest arra, hogy 60 napon belül vezessen be megfelelési programot, és azt a bevezetést követően legalább két évig működtesse.
- [5] Indokolásában a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 1. § (1) bekezdés, 2. § a), c)-e), h) pont, 3. § (2)-(3), 4. § (1), 9. § (1) bekezdés, 14. §, 19. § c) pont, a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 76. § és 78. § rendelkezéseire is hivatkozva megállapította, hogy a felperesek megvalósították az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontját, megsértve az Fttv. 3. § (1) bekezdését. Megállapította, hogy a kampányok megvalósítása minkét felperesnek közvetlen érdekében állt, azok a teljes értékesítésre szánt árukészlet ösztönzésével álltak kapcsolatban, a fogyasztóknak a „Black Friday” akciók során nyújtott nagymértékű leárazás fontos; az üzleti döntés befolyásolására alkalmas a kedvezményről szóló tájékoztatás is, mert az alkalmas a fogyasztók webáruházba történő „becsábítására”, továbbá, hogy elvárt az „akár” szóval felvezetett reklámígértet megvalósulásának reális lehetősége is.
- [6] A kampányoknak kiemelt tulajdonsága volt a reklámállítás, mely a képi megjelenítéssel és az azt követő narrációval összességében azt közvetítette, hogy korlátozott ideig igen jelentős kedvezménnyel érhetők el a fogyasztók által elsődlegesen preferált „húzótermékek” is, a

képeken megjelenített termékek egyike sem volt azonban elérhető a reklámállításnak megfelelően, a legalább 80%-os kedvezmény marginális, 1-2.000 forint átlagárú kiegészítő termékekre vonatkozott, és azok egyik kampányban sem érték el az összes akciós termék 1,5 %-át, az első kampány kivételével még az 1%-át sem. A több reklámban megjelent apróbetűs üzenetet nem tekintette lényegesnek, mert annak tartalma az „akár” módosító szóval egyezett.

- [7] A versenyfelügyeleti bírság összegét a Tptv. 78. § (3) bekezdésére és a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Versenytanács elnökének 12/2017. számú, a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló közleményére (a továbbiakban: Bírságközlemény) utalva határozta meg. A bírság kiinduló összegéül a realizált nettó árbevétel 10 %-át vette figyelembe, kiemelt súlyosító körülményként tekintett a kereskedelmi gyakorlat intenzitására, kis jelentőségű súlyosító körülményként pedig arra, hogy a joggyakorlat a kampány megkezdése előtt röviddel már ismert volt.
- [8] Enyhítő körülményt nem azonosított. E körben nem fogadta el a felperesek észrevételét, amely szerint egyes reklámeszközök nem csak jogsértő üzenetet tartalmaztak, mert a kereskedelmi kommunikációk jogsértő főüzenete egységesen a nagyon jelentős mértékű, akár 80 %-os kedvezmény volt. Nem fogadta el enyhítő körülményként a kereskedelmi kommunikáció 2019. januárját követő módosítását sem, mert az eljárás megindításáról szóló döntés 2018. október 31-i közlése után még három kampányban alkalmazták a reklámállítást. Nem vette figyelembe enyhítő körülményként az adatszolgáltatások teljesítésének erőforrás igényét, és a felperesek által felajánlott intézkedéseket tevőleges jóvátételként sem értékelte, a teljes körű megfelelési program kidolgozásának vállalása miatt azonban a bírságot 5 %-kal csökkentette.

A kereset, az ellenkérelem, valamint az elsőfokú bíróság és a Kúria döntései

- [9] A felperesek keresetükben elsődlegesen az alperes határozatának megsemmisítését, másodlagosan a határozat megváltoztatását és a bírság mértékének csökkentését, harmadlagosan a határozat megsemmisítését, és az alperes új eljárásra kötelezését kérték.
- [10] Elsődlegesen vitatták az eljárás jogalapjának meghatározását, a tényállás feltártságát, valamint azt, hogy a kampányokkal jogsértést valósítottak meg.
- [11] Másodlagosan a bírság összegének jelentős csökkentését kérték okszerűtlen mérlegelés, a Bírságközleménnyel való ellentét, a bírság alapösszegének a kétszeres értékelés tilalmába ütközése, súlyosító körülmények figyelembevétele, valamint enyhítő körülmények figyelmen kívül hagyása miatt, valamint a diszkrimináció általános tilalmába ütköző bírságkiszabás miatt.
- [12] A védíratra 2021. február 3-án tett észrevételükben (a továbbiakban: Észrevétel) – a keresetlevélben megjelöltek (jogsértő magatartás önkéntes abbahagyása, versenyélenkítő szerep) túl – állították, hogy az alperesnek enyhítő körülményként kellett volna figyelembe venni azt, hogy valamennyi reklámban megjelenített termék esetén volt kedvezmény, mely a megjelenített termékek 50%-a esetében igen jelentős volt, hogy a kereskedelmi kommunikációjukat 2019 januárjától módosították (Bírságközlemény 45-46. pontja), hogy a fogyasztó a szükséges információt más forrásból megkaphatta (Bírságközlemény 48. pont), továbbá azt, hogy a reklámüzenet nem csak jogsértő üzenetet tartalmazott (Bírságközlemény 49. pont).

- [13] A Fővárosi Törvényszék 105.K.706.604/2020/15. számú ítéletével a keresetet elutasította. A felperesek felülvizsgálati kérelme alapján eljáró Kúria a 2021. december 14. napján kelt Kfv.IV.37.780/2021/7. számú végzésével az elsőfokú bíróság ítéletét hatályon kívül helyezte, mert megállapítása szerint az ítélet felülbírálatra alkalmatlan amiatt volt, mert az elsőfokú bíróság nem döntött a felperesek előzetes döntéshozatali kérelméről. Az új eljárásra az előzetes döntéshozatali eljárás kezdeményezésére vonatkozó kérelem érdemi vizsgálatát és e döntés megindokolását írta elő.
- [14] A Fővárosi Törvényszék az új eljárásban hozott 105.K.700.283/2022/5. számú ítéletében a keresetet a hatályon kívül helyezett 105.K.706.604/2020/15. számú ítéletben foglalt indokolással egyezően elutasította.
- [15] A felperesek felülvizsgálati kérelme alapján eljáró Kúria a Kfv.II.37.672/2022/8. számú végzésében (a továbbiakban Kúria végzése) a 105.K.700.283/2022/5. számú ítéletet hatályon kívül helyezte, és a bíróságot új eljárás lefolytatására és új határozat hozatalára utasította, a peres felek felülvizsgálati eljárásban felmerült költségét 900.000-900.000 forintban állapította meg. Indokolása szerint a jogerős ítélet sem jogalap, sem a bírságkiszabás körében elbírált körülményeket tekintve nem volt jogszabálysértő. A jogerős ítélet azért volt felülvizsgálatra részben alkalmatlan, mert az elsőfokú bíróság a kereseti kérelmet a felperesek által az Észrevételben kifogásolt – keresetváltoztatásnak nem tekinthető – enyhítő körülmények tekintetében teljes egészében nem merítette ki. Előírta, hogy „Az új eljárásban az elsőfokú bíróságnak már nem kell újra megvizsgálnia a jogalapi hivatkozásokat (Fttv. 3.§ (2) bekezdése, ügyleti döntés - átlagos fogyasztó definíciója, online térbe való becsalogatás, a reklámüzenet értelmezése kérdéseket), a bírság kiinduló alapjára vonatkozó érveket, a súlyosító körülmények körét, illetve a felperesek korábbi felülvizsgálati kérelmével kapcsolatos hivatkozásait, illetve a kétszeres értékelés tilalmával kapcsolatos érveket sem, mert e körben kialakított ítéleti álláspontját a jelen ügyben eljáró Kúria osztotta, azt döntéshozatala során érvényre kell juttatni. Ugyanakkor a kereseti kérelem részeként állást kell foglalnia a felperesek 2021. február 3-i írásbeli beadványában a bírság mérséklésével összefüggésben előterjesztett enyhítő körülmények értékeléséről, illetve az alperes általi értékelésének hiányáról, és ezt követően dönthet érdemben arról, hogy a bírság tekintetében az alperes határozata jogszerű-e.”
- [16] A felperesek a második megismételt eljárásban keresetüket fenntartották. A Kúria végzésére és az Észrevételre tekintettel hangsúlyozták, az alperes mérlegelése jogszabálysértő volt, mert nem értékelte enyhítő körülménynek, hogy 1.) szinte valamennyi reklámban megjelenített termékre volt valamilyen kedvezmény, és ezek között 2.) volt olyan nem marginális termék (pl. játékkonzol, televízió) is, amelyre 80%-nál nagyobb, vagy alig alacsonyabb (pl. kávéfőzőre 70%) volt a kedvezmény, de a kampányokban szerepeltetett termékkör 65%-ára is biztosan volt legalább 30% kedvezmény. Enyhítő körülménynek tartották 3.) az alperes határozatának 211. pontjából kiindulva, hogy a termékmegjelenítést nem tartalmazó kereskedelmi kommunikációk esetén alperes szerint sem állapítható meg, hogy mely termékekre irányadó a 80%-os kedvezmény. Állításuk szerint az is jogsértő mérlegelést eredményezett, hogy 4.) az alperes vizsgálatának hatására 2019. januártól módosult kereskedelmi gyakorlatot a Bírságközlemény 45-46. pontjai szerint nem vette figyelembe, valamint az is, hogy 5.) a Bírságközlemény 48. pontjára tekintettel az alperes nem értékelte a fogyasztók más forrásból való tájékozódásának a lehetőségét, a 49. pont alapján pedig a kereskedelmi gyakorlat nem jogsértő üzeneteit sem. Érveléséhez prezentációt (105.K.700.519/2023/3/F/1.) mellékel.

- [17] Az alperes a kereset elutasítását kérte. Álláspontja szerint az Észrevételből az új eljárásban értékelendő szempontok – a reklámállítás főüzenetére figyelemmel – nem enyhítik a felperes jogsértésének a súlyát.

A bíróság döntése és annak jogi indokai

- [18] A Kúria végzése alapján a bíróságnak a második megismételt eljárásban az Észrevételnek azokat a részeit (a továbbiakban: Észrevételek) kellett elbírálni, amelyekben a felperesek a jogsértés súlyát enyhítő, de a keresetlevélben nem hivatkozott körülményre hivatkoztak. Utóbbiak a felperesek tárgyaláson tett összefoglaló nyilatkozata szerint (105.K.700.519/2023/3. alulról második tömbbekezdés) tartalmában túlnyomó részben egyeznek a Kúria végzésének [82] bekezdésében felsorolt, a fenti [16] bekezdésben pontokba szedve ismertetett érvekkel. A keresetlevélben kifejtett vitatások a Kúria végzése – annak [68]-[80] bekezdései és a [87] bekezdés első mondata – által anyagi jogerőhatással kerültek elbírálásra, azok az új eljárásban vitathatók már nem voltak.
- [19] A Kúria végzése a 105.K.700.283/2022/5. számú ítélet egészét hatályon kívül helyezte, ezért annak érdekében, hogy a kereset ítélettel abban a részben is elbírálásra kerüljön, amelyben a Kúria végzése értelmében az elsőfokú bíróságnak vizsgálnia már nem kellett, a bíróság az alábbiak szerint ismétli meg azt az indokolást, amelyre a Kúria végzésének [68]-[80] bekezdései vonatkoznak:
- [20] „Az Fttv. 2.§ d) pontja értelmében 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.
- [21] Az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (3) bekezdése alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
- [22] Az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) 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 alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas: c) az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte.
- [23] A felperesek azon kifogására, hogy az alperes jogalapválasztása nem volt megfelelő, a bíróság rámutat, hogy az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja szerinti „áru ára” szókapcsolat nem vonatkoztatható el a 2. § d) pont szerinti kereskedelmi gyakorlat fogalmától, mely utóbbi nyilvánvalóan nem kizárólag és szükségszerűen az egyes egyedileg meghatározott termékeket jelenti, így az azonos időben egynél több terméket érintő kereskedelmi gyakorlat is egy, nem pedig több kereskedelmi gyakorlatként értékelendő.
- [24] Az Fttv. 2. § h) pontja alapján „ügyleti döntés”: a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá, hogy

gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban. A törvény indokolása szerint az „ügyleti döntés” fogalma jóval tágabb e szókapcsolat köznapri értelménél, és – az irányelvi szabályozás szerint – szándékoltan eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezésekként való értékelésétől. Az indokolás alapján nem csupán a szerződéskötésig, arra vonatkozóan hozott fogyasztói döntés tekintendő ügyleti döntésnek, hanem a fogyasztó valamennyi, az áruhoz kapcsolódó gazdasági döntése.

- [25] A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló, az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelv (a továbbiakban: UCP Irányelv) 2. cikk k) pontja szerint ügyleti döntés: a fogyasztó által arra vonatkozóan hozott döntés, hogy vásároljon-e, és ha vásárol, akkor hogyan és milyen feltételek mellett, egy összegben vagy részletekben fizessen-e, a terméket megtartsa vagy elidegenítse-e, a termékkel kapcsolatos szerződéses jogát gyakorolja-e, valamint, hogy a fogyasztó a cselekvés vagy a cselekvéstől való tartózkodás mellett döntsön-e.
- [26] Az Európai Bizottság UCP irányelvhez fűzött iránymutatása alapján az ügyleti döntés fogalmát tágan kell értelmezni, annak fogalmába a fogyasztó által egy termékkel kapcsolatban hozott döntések széles köre beletartozik, magában foglalja a vásárlást megelőző és a vásárlás utáni döntéseket is. A Kúria is hangsúlyozta a Kfv.III.37.645/2018/8. számú ítéletében, hogy az ügyleti döntés egy folyamat, amelynek minden elemét védi a jog, az ügyleti döntés fogalma nem szűkíthető le arra, hogy a fogyasztó megvásárolja-e a terméket, avagy sem. Az ügyleti döntési folyamat része a figyelemfelkeltés.
- [27] A fentiek alapján az ügyleti döntést a felperesek tévesen azonosították a szerződés megkötésének aktusával. A kialakult bírói gyakorlat alapján a fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelyben nem csak a felperesek által hangsúlyozott végső ügyleti döntést (a szerződés megkötésének aktusát), hanem a folyamat megelőző szakaszait is védi a jog. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások tilalmának már a figyelemfelkeltéskor is érvényesülnie kell, így nem csak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra. A figyelemfelkeltés kétségkívül ezen magatartások körébe tartozik, ugyanis egyértelmű jelentéstartalmat hordoz. Már önmagában az a körülmény kifogásolható, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, hiszen így a vállalkozás „meggyőzheti” a fogyasztót, „ráveheti” a vállalkozás számára előnyös döntés meghozatalára.
- [28] A vizsgált kereskedelmi gyakorlatról az alperes helytállóan azonosította a vizsgált kommunikációk (hat „Black Friday” kampány 2018 januárja és 2019 februárja között) fő üzeneteként az „akár 80 %-os kedvezményt”, melynek versenyjogi értékelését illetően irreleváns, hogy a felperesek szándéka a kommunikáció kapcsán milyen tartalom közvetítésére irányult. A bíróság a felperesek által előadott fogyasztói percepció hivatkozással kapcsolatban megjegyzi, hogy a jelen per tárgya az alperes egyedi ügyben hozott hatósági döntésének jogszerűsége, és a bíróságot nem kötik az alperes más ügyekben tett megállapításai, jogalkalmazási gyakorlata.
- [29] Az Fttv. 4. § (1) bekezdése értelmében a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is.

- [30] Amint arra a Fővárosi Ítéltábla a 2.Kf.27.024/2012/10. számú döntésében rámutatott, az átlagfogyasztó az átlagos, észszerűen jól informált, körültekintő és észszerűen figyelmes fogyasztó: az utca embere, a nagy többséghez hasonló mindennapi ember. Az ilyen átlagos fogyasztó az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Nem gyanakszik, bízik az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében, abban, hogy a számára adott tájékoztatás igaz, pontos. Az észszerűen eljáró fogyasztó nem köteles további kutakodást folytatni annak érdekében, hogy a hozzá eljuttatott üzenet valóságnak megfelelő, teljes tartalmát megismerje. Az átlagos fogyasztó a saját tapasztalatait figyelembe veszi a reklámállítások értelmezésekor, ez azonban nem jelenti azt, hogy a reklámozó bármit állíthat, hiszen a fogyasztó a saját tapasztalata alapján úgyis tudja, hogy az nem igaz.
- [31] A Kúria is kiemelte a BH2015. 87. számú döntésében, hogy a fogyasztók megtévesztésével kapcsolatos jogi szabályozás nem változott a tekintetben, hogy a fogyasztótól nem várható el az, hogy egy adott reklám tartalmában kételkedjen, annak valóságtartalmát ellenőrizze, és az azzal ellentétes körülményeket vagy az állítást cáfoló körülményeket keresse, kutassa.
- [32] Egységes a bírói joggyakorlat abban, hogy a reklámoknak önmagukban pontosnak és valósnak kell lenniük. A jogsértés megállapíthatósága szempontjából irreleváns, hogy az észszerűen eljáró fogyasztóknak esetlegesen utóbb módjában állt a teljes körű tájékoztatás megszerzése, mert a jogsértés a jogsértő információ közreadásával befejeződött, azaz a megtévesztésre alkalmas reklám közzétételével megvalósult. Amennyiben a fogyasztóban a kereskedelmi kommunikációval, illetve annak lényeges tulajdonságaival kapcsolatban téves képzet alakul ki, a jogsértés megállapítható. Nem mentesíti a vállalkozást a felelősség alól azon körülmény, hogy a fogyasztó személyes utánjárással végső soron hozzájuthatott a szükséges információhoz. Ellenkező esetben ugyanis a reklámokban bármit el lehetne hallgatni, azzal a kimentéssel, hogy utólag a fogyasztó úgyis hozzájuthat minden egyéb fontos információhoz.
- [33] A bíróság hangsúlyozza, amennyiben a felperesek a saját maguk által meghatározott reklámkampány fő üzenetében 80 %-os kedvezményt kommunikálnak a fő profiljukhoz tartozó termékekre történő utalással, akkor mind a kedvezménynek, mind a termékkörnek igazodnia kell a reklámban foglaltakhoz annak érdekében, hogy a kereskedelmi gyakorlat ne legyen megtévesztő. A versenyjogi elvárás az, hogy az ígért előny reálisan, életszerűen elérhető legyen az átlagos fogyasztó számára. A felperesek azonban magasabb átlagárú termékekre utaltak, úgy, hogy a reklám főüzenetét képező kedvezmény éppen ebben a kategóriában nem volt elérhető. A felperesek érvelésével szemben nincs jogi relevanciája annak, hogy amúgy létezett olyan termék, amelyre megvalósult a 80 %-os kedvezmény, amely csupán a kínált termékek szűk körében (egy kampány során 2 % alatt, öt esetben 1 % alatt) volt elérhető. Mivel az ígéretek ellenére a vizsgált kedvezmény eleve nem a jellemző termékkörökre valósult meg és az is a termékportfólió rendkívül alacsony részét érintette, a felperesek által az Advertising Standards Authority (a továbbiakban: ASA) döntés alapján kifejtett, a termékek 10 %-át elérő megtakarítás sem volt egy ténylegesen objektív értékelési szempont az ügyben. Amennyiben a felperesek nem kínálnak elegendő, a reklámban megjelenített kedvezménnyel érintett, tipikusnak tekinthető terméket, akkor a termékek 1- 2 %-ánál megvalósuló kedvezmények egy nem objektív, és nem tipikus termékkínálat vonatkozásában érvényesülnek.
- [34] A fentiekre figyelemmel a bíróság megállapította, hogy az alperes helyes jogalapválasztás mellett a tényállást a szükséges mértékben feltárta, és annak alapján okszerű következtetések mentén megalapozottan foglalt állást a jogsértés fennálltáról. A perbeli esetben vizsgált

kereskedelmi kommunikációk objektíve alkalmasak voltak a fogyasztók megtévesztésére, mivel az átlagfogyasztóban téves képzet alakulhatott ki annak reális lehetőségét illetően, hogy 80 % kedvezmény mellett vásárolhat.

- [35] A bíróság az egyes reklámokban megjelent apróbetűs tájékoztatások értékelése tekintetében az alperes jogi álláspontjával egyetértett, arra ismétlés nélkül visszautal.
- [36] A bíróság ezt követően a bírságkiszabással kapcsolatban előadott felperesi érveket vizsgálta.
- [37] A Tptv. 78. § (3) bekezdése kimondja, hogy 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.
- [38] A bírság kiszabásának indokoltságát és összegét az alperes mérlegelés alapján dönti el. A Kp. 85. § (5) bekezdése értelmében a mérlegelési jogkörben megvalósított közigazgatási cselekmény jogszerűsége körében a bíróság azt is vizsgálja, hogy a közigazgatási szerv hatáskörét a mérlegelésre való felhatalmazásának keretei között gyakorolta-e, a mérlegelés szempontjai és azok okszerűsége a közigazgatási cselekményt tartalmazó iratból megállapíthatóak-e.
- [39] A bírságolásra vonatkozó mérlegelési kötelezettség következtében a határozatból egyértelműen ki kell tűnnie, hogy mely okból döntött az alperes a bírság kiszabás mint jogkövetkezmény alkalmazása mellett, és annak mértékét milyen szempontok alapján határozta meg. Amennyiben a bírság kiszabását megalapozó jogsértés megtörtént, és a bírság kiszabásának indokoltságát és összegét az alperes a Tptv. 78. § (3) bekezdésében foglalt keretek között állapította meg, a mérlegelésnél irányadó valamennyi szempontot helyesen alkalmazta, és azokat megfelelően indokolta, akkor a bíróságnak a mérlegelés szempontjainak felülmérlegelésére, és a kiszabott bírság mellőzésére vagy mérséklésére jogszabályi lehetősége nincs. A jogorvoslati eljárásban kiszabott bírság mellőzésére vagy összegének megváltoztatására csak akkor kerülhet sor, ha az alperes mérlegelési jogkörben hozott döntése nem felel meg a Kp. 85. § (5) bekezdésében előírt törvényi követelményeknek, vagy a bíróság olyan új tényt vagy körülményt állapít meg, amely a bírság mellőzését vagy összegének mérséklését indokolhatja. Jogszabályi felhatalmazás hiányában a bíróságnak nincs lehetősége méltányosság gyakorlására sem.
- [40] A bírságálaphoz kapcsolódóan az alperes a határozat 232-233. pontjában részletesen rögzítette, hogy a reklámköltség-feltárás a többkörös adatszolgáltatás ellenére is hiányos maradt, ugyanis a felperesek ellentmondó adatokat szolgáltatottak akként, hogy a kampányokon belül a kereskedelmi kommunikációs eszközök szerinti bontást nem követték, és az adatok különbözőségére magyarázattal nem szolgáltak. A kétszeres értékeléssel kapcsolatban előadottakat a bíróság megvizsgálta már az eljárási bírság vonatkozásában hozott ítélet során is, és hangsúlyozta, hogy bár van összefüggés a két jogintézmény között, de az eljárási és a versenyfelügyeleti bírság rendeltetése alapvetően különbözik, így kétszeres értékelés jelen ügyben nem történt. A bíróság megállapította, hogy a reklámköltségek meghatározásának lehetősége – a jelen jogvita tárgyát nem képező eljárási bírság miatti jogvitában hozott ítéletben kifejtettek szerint – nem állt fenn, így az alperes helyes döntést hozott, amikor árbevétel alapú bírságolás gyakorlatát követte.
- [41] A súlyosító körülményekkel kapcsolatos felperesi érvelés tekintetében a bíróság

megállapította, hogy az alperes helyesen értékelte kiemelt súlyosító körülményként a kereskedelmi gyakorlat intenzitását, mivel a kommunikáció közvetlen és célzott, az üzenete pedig erőteljes volt, hiszen rendkívül jelentős mértékű kedvezményt hangsúlyozott. A piaci hatás körében szintén helyesen vette figyelembe, hogy a felperesek jelentős súlyú piaci szereplők, így a reklám a fogyasztók széles köréhez eljutott, tehát az alperes a fogyasztók jelentős számát értékelte. A bíróság a reklámok megtekintése és a határozat 73. pontjában rögzített adatok alapján megállapította, hogy iratellenes a felperesek azon előadása, miszerint a 2019. január 21. és február 3. közötti kampány során már nem hangzott el az „akár 80 %-os kedvezmény” főüzenet. Bár bizonyos reklámokban szóban valóban nem hangzik el – csak képi megjelenítésben jelenik meg – a kifogásolt üzenet, de ez nem minősül olyan súlyúnak, ami iratellenességhez vezetne. Ekként az alperes az érintett időtartamot jogszerűen számította hozzá a jogsértés időtartamához.

- [42] Az enyhítő körülmények figyelmen kívül hagyásával kapcsolatos kifogás vonatkozásában a bíróság rámutat arra, hogy a bírságkiszabást befolyásoló körülményeket mindig a konkrét ügy tényeire vonatkoztatva kell értékelni és megindokolni. Valamely általában enyhítőnek tartott tényezőt akkor lehet a konkrét ügyben is ilyenként értékelni, ha az indok, amely miatt annak enyhítő hatása van, az adott ügyben is megállapítható.
- [43] Nem járt el jogsértően az alperes, amikor nem értékelte enyhítő körülményként, hogy a felperesek önként abbahagyták a kifogásolt kereskedelmi gyakorlatukat, mert az Extreme Digital (VJ/65/2016) döntés 2017. novemberében került közzétételre, a felperesekkel szembeni eljárásindítás pedig 2018. október 31-én történt, mindezeket követően a felperesek még több kampányban használták a kifogásolt reklámállítást egészen 2019 elejéig. A felpereseknek az alperes mindenkor publikált gyakorlatát kell figyelemmel kísérnie, utóbb nem hivatkozhatnak alappal önmagában arra, hogy a közzétett alperesi döntés vonatkozásában tőlük függetlenül indult közigazgatási per a saját eljárásuk megindításakor még folyamatban volt.
- [44] Nem fogadta el a bíróság azon kereseti kifogást sem, hogy az alperes nem értékelte enyhítő körülményként a felperesek versenyélénkítő szerepét, ugyanis a versenyhelyzet fennállása nem lehet enyhítő körülmény, hiszen éppen a verseny a piac természetes állapota. Mindamellet állításukat a felperesek semmivel nem bizonyították.
- [45] Ahogy azt a Fővárosi Törvényszék a 105.K.700.879/2018/60. számú ítéletében megállapította, az alperes által kiadott Bírságközlemény nem jogszabály, hanem egy olyan „puha jogi eszköz” (soft law), amely az alperes bírságolás körében követett aktuális (változtatható) jogalkalmazási gyakorlatának alapjait ismerteti. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a Bírságközleményben foglaltak szigorú értelemben véve a közigazgatási perben sem kérhetőek számon az alperesen. Miután a közigazgatási perben a bíróság jogszerűségi – vagyis a jogszabályoknak való megfelelési – vizsgálatot végez, a bíróságnak nem azt kell vizsgálnia, hogy a határozat összhangban áll-e a közleményben foglaltakkal, hanem azt, hogy megfelel-e a jogszabályoknak. A Bírságközlemény lététől, tartalmától függetlenül a versenyhatóság által kiszabott bírságnak a Tptv. 78. §-ában foglaltaknak kell megfelelnie. A törvényi szabályozás annak eldöntésében, hogy egy adott ügyben szükség van-e bírságkiszabására, valamint a bírság konkrét összegének megállapítása körében is széleskörű mérlegelést enged az alperesnek. A bírság összecszerűségének meghatározása során a mérlegelési jogkör gyakorlásához eligazítást ad a Tptv. 78. § (3) bekezdése, amely példálózó jelleggel felsorolja a hatóság által figyelembe veendő szempontokat, súlyosító és enyhítő körülményeket.

- [46] Az EUB a Dansk Rørindustri (C-189/02. P., C-202/02. P., C-205/02. P-C-208/02. P. és C-213/02. P. számú egyesített), valamint az Archer Daniels Midland (C-397/03. P. számú) ügyben hozott ítéletei alapján a piaci szereplőknek eleve nem keletkezhet sem olyan jóhiszeműen szerzett és gyakorolt joguk, sem olyan jogos várakozásuk – a jogállamiság, a jogbiztonság és az ügyfélegyenlőség követelményeire is tekintettel –, hogy a hatóság nem fog idővel változtatni a bírságok mértékén, vagy éppen nem fog idővel új számítási módszert kidolgozni.
- A bíróság nem fogadta el a bírságmaximum körében tett felperesi előadásokat sem, figyelemmel arra, hogy a törvényi maximum a vállalkozáscsoport által a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevétel 10 %-a. Az egyetemleges kötelezettséget nem annullálja az a tény, hogy az egyik vállalkozás árbevétele a vállalkozáscsoport bevételeéhez képest olyan mértékben volt alacsony, hogy a bírság – amennyiben a vállalkozás nem lenne csoporttag – saját előző évi árbevételének 10%-át meghaladná. A törvényi bírságmaximumot így a konkrét ügyben nem érte el a versenyfelügyeleti bírság, mert sem a felperesek egy vállalkozáscsoportba tartozása, sem a vállalkozáscsoport bevétele nem volt felperesek által vitatott.”
- [47] A bíróság az Észrevételeket a Kp. 85.§ (5) bekezdésére és a Tpvt. 78.§ (3) bekezdésére tekintettel csak abból a szempontból vizsgálhatta, hogy azok a felperesek által megvalósított jogsértés súlyát szükségszerűen mérséklék-e, figyelmen kívül hagyásuk jogsértő mérlegelést eredményez-e. Mivel a bíróság az alperes határozatának felülmérlegelésére nem jogosult, a Kp. és a Tpvt. kiemelt rendelkezésének alkalmazásában nem annak volt döntő jelentősége, hogy az Észrevételekben szereplő tényállítások önmagukban igazak-e (pl. a kedvezmények aránya, a kereskedelmi gyakorlat módosítása stb.), hanem annak, hogy mindezek a felperesek terhére megállapított jogsértés súlyának mérséklésére alkalmasak lehetnek-e. A felperesek által megvalósított tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat a reklámállítással (a 2019. januári kampányban a reklámállítás lényegével egyező kommunikációval) valósult meg, amelyben a felperesek nem általában kedvezményt, hanem kiemelten magas, akár 80%-os kedvezményt ígértek úgy, hogy ilyen arányú árcsökkentés csak a [3] bekezdésben felsorolt néhány termékre vonatkozott. A kedvezmény mértéke – az „akár” módosítószóval is (amelynek a használata a jogsértés tekintetében bekövetkezett anyagi jogerőhatás folytán irreleváns) – mindegyik reklámállításnak a főüzenete, ezáltal pedig a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat lényegi eleme volt. A reklámállítás e főüzenetéhez képest a bíróság az Észrevételeket az alábbiak szerint értékelte.
- [48] Az a tény, hogy a felperesek a kampányok idején általában biztosítottak „jelentős” kedvezményeket (lásd Észrevétel 32. pont és 43. a. alpont) a reklámállítással együtt megjelenített termékekre, a jogsértés súlyát okszerűen nem enyhíti, mert a jogsértésnek egy konkrét számmal kifejezett diszkont volt a lényege. Ebből eredően a jogsértés súlyát sem általában a „jelentős” kedvezmények biztosítása enyhíthette okszerűen, legfeljebb az az eset, ha az „akár” kifejezés jogszerű használatát megalapozó (az alperes határozatában meghatározott 10%) arányú vagy attól alig alacsonyabb (9%-ot meghaladó) arányban biztosítottak volna a felperesek 80%-hoz nagyon közeli (70%-ot meghaladó) kedvezményt mindazokra a termékkörökre, amelyeket a reklámállítások lefedtek. A felperesek által az Észrevétel 36. és 43. pontjaiban, valamint a fenti [16] bekezdés 2.) pontja alatt kiemelt arányok azonban – a kedvezmény mértéke és a termékek száma tekintetében egyaránt – ettől nagyon távol álltak, így a jogsértés súlyát nem mérsékelhették. Az alperes mérlegelése nem sértette a Kp. 85.§ (5) bekezdését amiatt, mert a felperesek által számított belső arányokat kifejezetten nem vette figyelembe.

- [49] A Kúria végzésének [82] bekezdésében kifejezetten nem szerepel, azonban arra tekintettel, hogy a [87] bekezdés értelmében az elsőfokú bíróságnak az Észrevételben „a bírság mérséklésével összefüggésben előterjesztett enyhítő körülmények” tárgyában kell állást foglalnia, felperesek pedig az új eljárásban a bíróság kérdésére annak tekintették az Észrevétel 38. pontját is, a bíróság ezt is elbírált. A felperesek e körben az alperes határozatának 211. pontját értelmezve tartották a jogsértés súlyát enyhítő körülménynek, hogy a termékmegjelenítést nem tartalmazó reklámoknál nem megállapítható az a termékkör sem, amelyre a 80%-os kedvezmény vonatkozna. A Határozat 211. pontja nincsen közvetlen összefüggésben a jogsértés súlyával (sokkal inkább az anyagi jogerőhatás miatt már nem vitatható jogalappal), azonban a mérlegelési jogkörre vonatkoztatva a felperesek kiindulópontja logikailag is téves, mert a megjelenített termék nélküli jogsértő reklámállítás nem egy tárgy nélküli üres halmaz, ezért a jogsértés nyilvánvalóan e részben sem vonatkozik szűkebb termékkörre, mint amilyenre a termékmegjelenítést tartalmazó reklámok. A jogsértés súlyát enyhítő körülményként emiatt okszerűen fel sem merülhet, hogy a termékmegjelenítést nem tartalmazó reklám érdemben kevésbé jogsértő, mint a termékmegjelenítést tartalmazó.
- [50] A Bírságközlemény nem jogszabály, ezért az ügy egyedi körülményeinek megfelelő, de a Bírságközlemény valamely absztrakt feltételének meg nem felelő mérlegelés önmagában nem eredményez az ügy érdemére kiható eljárási jogszabálysértést. Ezzel együtt a bíróság megállapította, hogy a felperesek a Bírságközlemény 45-46. pontjaira is alaptalanul hivatkoztak, mert a 2019. januári módosítás csak a rádióreklámot érintette, a nyomtatott és online eszközöket nem, a reklámfilm főüzenete pedig a figurára vetített százaléklábnak és a mozgó termékeknek köszönhetően továbbra sem tért el a reklámállítás lényegi tartalmától. Ebből következően a felperesek a jogsértő kereskedelmi gyakorlaton összességében nem hajtottak végre olyan minőségi módosítást, amely a jogsértés súlyát szükségképpen enyhíthette. A magatartás korrekcióját továbbá a Bírságközlemény 45. pontja nem feltétel nélkül, és nem is önmagában a kereskedelmi gyakorlat módosítása esetére ismeri el enyhítő körülménynek, hanem az ügy egyedi körülményeitől függően lehetőségként akkor, ha a kereskedelmi gyakorlat módosítása a törvény rendelkezéseivel is összhangban történik. A felperesek terhére megállapított jogsértés miatt ez utóbbi feltétel eleve nem teljesült. 2019. májusától a kampányok egyike sem tartalmazta a reklámállítást, azonban mindez a 2019. februárig megvalósult jogsértések súlyát amiatt szükségszerűen nem csökkentti, hogy a versenyfelügyeleti eljárás 2019. május után is folyamatban volt; e körben a bíróság a határozat 239. pontjának okszerű indokolásra – annak ismételése nélkül – utal.
- [51] Az alperes mérlegelési jogkörét a Bírságközlemény 48. pontjára (jogsértő tájékoztatás ellenére korrekciós lehetőség a helytálló információ megszerzésére) figyelemmel sem gyakorolta a Kp. 85.§ (5) bekezdésével ellentétesen. A Bírságközlemény e pontja többszörös lehetőségként fogalmaz, és kifejezetten utal az ügy egyedi körülményeire. A felperesek jogsértésének egyik lényeges következménye volt a „becsalogató” hatás, ezért a perbeli ügyben nem általában a szerződéskötést megelőző időszakig, legfeljebb a kereskedelmi kommunikáció fogyasztó általi észlelése és a felperesek üzletének (webáruház) felkeresése között eltelt időben megszerezhető valós információk esetén merülhetett volna fel a hivatkozott enyhítő körülmény. Ilyen lehetőség azonban nem volt, és okszerűen nem is lehetett, hiszen a fogyasztó számára még a felperesek vállalkozásának felkeresése esetén sem válhatott szükségképpen és azonnal észlelhetővé az a jogsértés, amit az alperes megállapított.
- [52] Az alperes mérlegelése a Bírságközlemény 49. pontján keresztül sem jogszabálysértő, mert az alperes által az Fttv. egyes rendelkezésével ellentétesnek minősített valamennyi kereskedelmi gyakorlat főüzenete volt jogsértő, amelyhez viszonyítva a jogsértés súlyát nem érintette az a

tény, hogy egyes kommunikációkban konkrét termékekre vonatkozó konkrét kedvezmények is megjelentek. E felperesi érvekre a határozat 238. pontja adekvát és megalapozott indokolást tartalmazott, az Észrevétel 74. c. pontja alatt utalásként megadott 19. pontban pedig a felperesek maguk is kifejezetten a bírság jogalapját vitatták, mely a jelen megismételt eljárásnak már nem lehetett a tárgya.

- [53] A fentiek alapján az Észrevételben sem volt olyan, a Kúria végzése szerint elbírálandó keresetkiterjesztés, amely alapos volt, ezért a bíróság a keresetet a Kp. 88.§ (1) bekezdés a) pontja alapján elutasította.
- [54] A felperesek a polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény (Pp.) 81. § (1) bekezdése szerint egyetemlegesen kötelesek megfizetni a kamrai jogtanácsos által képviselt alperes perköltségét, melynek mértékét a bíróság az elvégzett jogi munka időigényére figyelemmel a bírósági eljárásban megállapítható ügyvédi költségekről szóló 32/2003. (VIII. 22.) IM rendelet 3. § (6) bekezdése alapján a költségjegyzékben foglaltaktól eltérően, mérsékelt összegben, másrészt a Kúria végzésében meghatározott költség összegeként állapított meg.
- [55] Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (Itv.) 62. § (1) bekezdés h) pontja folytán le nem rótt, a 45/A. § (2) bekezdésére figyelemmel a 39. § (1) bekezdés és 42. § (1) bekezdés a) pontja alapján meghatározott mértékű kereseti illeték megfizetésére a felperesek a Pp. 102. § (1) bekezdése alapján – figyelemmel a Pp. 37.§ a) pontjára és 87.§ (1) bekezdésére is – egyetemlegesen kötelesek. A teljesítési határidő a Pp. 358. § (2) bekezdésére figyelemmel az Itv. 78. § (4) bekezdésén alapul. A teljesítés módját a polgári és közigazgatási bírósági eljárás során meg nem fizetett illeték és állam által előlegezett költség megfizetéséről szóló 30/2017. (XII. 27.) IM rendelet 3. § (2) bekezdése, míg a teljesítés elmulasztásának következményeit a 3. § (3) bekezdése határozza meg. Az illetéket az állami adó- és vámhatóság 10032000-01070044-09060018 számú illetékbevételei számlájára kell megfizetni. A megfizetés során közleményként fel kell tüntetni a Fővárosi Törvényszéket, a bírósági ügyszámot, valamint a fizetésre kötelezett adóazonosító számát.
- [56] Az ítélet elleni fellebbezés lehetőségét a Kp. 99. § (1) bekezdése zárja ki.

Záró rész

Budapest, 2023. október 31.

dr. Barsi-Fodor Bea s. k.
a tanács elnöke

dr. Huber Gábor s. k.
előadó bíró

dr. Nagy Péter s. k.
bíró