



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

**Levélcím:** 1391 Budapest 62. Pf.: 211.

**Telefon:** (06-1) 472-8865

**Ügyszám:** VJ/36/2018.

**Iktatószám:** VJ/36-27/2018.

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a **dr. F. M. ügyvéd** által képviselt **MAPSOLUTIONS Zrt.** (6725 Szeged, Faragó u. 21. 2. em.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított versenyfelügyeleti eljárásban – tárgyalás tartása nélkül – meghozta a következő

### **h a t á r o z a t o t .**

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a MAPSOLUTIONS Zrt. 2017. november 7. és 2018. augusztus 30. között kereskedelmi kommunikációiban megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytatott, amikor azt állította, hogy több mint 455.000 ingatlan (illetve ingatlanhirdetés) található a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon.

Az eljáró versenytanács a fenti jogsértés miatt – bírság kiszabása nélkül – figyelmeztetésben részesíti az eljárás alá vont vállalkozást és arra kötelezi, hogy

- I. alakítson ki a jelen határozat átvételét követő 30 napon belül a versenyjogi (ezen belül is különösen a kommunikációs) előírásoknak való megfelelést és a jogsértés megelőzését biztosító, a joggyakorlat alapvető elveit is tartalmazó belső eljárásrendet az [otthonterkep.hu](http://otthonterkep.hu) és minden általa üzemeltetett, fogyasztóknak és/vagy vállalkozásoknak, üzleti partnereknek szóló kereskedelmi kommunikációt tartalmazó portál tekintetében, amelyet
  - o egy belső szabályzatban is rögzít és
  - o alkalmaz kommunikációi előzetes ellenőrzésére,
- II. a jelen határozat átvételét követő 90 napon belül a fenti eljárásrendnek megfelelően vizsgálja felül az [otthonterkep.hu](http://otthonterkep.hu) portálon közzétett kommunikációit,
- III. a jelen határozat átvételét követő 120 napon belül igazolja (részletes, hiteles írásbeli dokumentáció és összefoglaló jellegű nyilatkozatok benyújtásával) az I. és II. pontok határidőn belüli teljesítését.

A határozat ellen a kézhezvételtől számított harminc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani, elektronikusan, amely azt az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselet kötelező.

### **I N D O K O L Á S**

#### **I.**

#### **Előzmény, a valószínűsített jogsértések és a vizsgálói indítvány**

1. A Gazdasági Versenyhivatal észlelte, hogy a MAPSOLUTIONS Zrt. 2017. november 1. és 2018. augusztus 30. között kereskedelmi kommunikációiban azt állította, hogy több mint 455.000 ingatlan található a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon, miközben a rendelkezésre álló információk alapján valószínűsíthető volt, hogy a MAPSOLUTIONS Zrt. nem rendelkezik olyan adatokkal, amelyek

alátámasztanak, hogy az általa üzemeltetett [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon a kereskedelmi kommunikáció teljes közzétételi időszaka alatt 455.000 ingatlan volt megtalálható.

2. A fentiek miatt a MAPSOLUTIONS Zrt. valószínűsíthetően megtévesztő módon tájékoztatta a fogyasztókat a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon elérhető ingatlanok számáról, és ezzel a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat, ezért a Gazdasági Versenyhivatal 2018. október 16-án versenyfelügyeleti eljárást indított a MAPSOLUTIONS Zrt. ellen.
3. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed a MAPSOLUTIONS Zrt. által 2017. november 1. és 2018. augusztus 30. között alkalmazott valamennyi kereskedelmi kommunikációs eszközre, amelyen szerepel a több mint 455.000 elérhető ingatlanra utaló állítás.
4. A vizsgálat 2019. február 7-én terjesztette a Versenytanács elé jelentését VJ/36-17/2018. számon,<sup>1</sup> ezzel az eljárás a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 47. §-ának (2) bekezdése alapján versenytanácsai szakaszba került.
5. A vizsgálati jelentés indítványozta a Tpv. 76. § (1) bekezdés f) pontja alapján annak megállapítását, hogy a MAPSOLUTIONS Zrt. 2017. november 1. és 2018. augusztus 30. között a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldal vonatkozásában alkalmazott, több mint 455.000 ingatlanra utaló kereskedelmi kommunikációival megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti tényállást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

## II.

### Az eljárás alá vont vállalkozás

6. A MAPSOLUTIONS Zrt. (a továbbiakban: MAPSOLUTIONS vagy eljárás alá vont) 2014 szeptemberében jött létre, tulajdonosai a Tőkepartner Kockázati Tőkealap Zrt. és egy magánszemély, fő tevékenysége adatfeldolgozás- és web-hozsting szolgáltatás. Az eljárás alá vont előadása szerint az alapításkori piaci lehetőségekre tekintettel az alapítók célja egy újfajta szemléletű, az ingatlankeresők számára a keresés hatékonyságát elősegítő, térképes ingatlankereső szolgáltatás bevezetése volt.<sup>2</sup>
7. Nyilatkozata alapján az eljárás alá vont 2014 szeptembere óta foglalkozik online ingatlanhirdetések közvetítésével.<sup>3</sup>
8. A MAPSOLUTIONS jelenleg az [otthonterkep.hu](http://otthonterkep.hu), az [irodahaz.info](http://irodahaz.info), a [raktar.info](http://raktar.info), az [ingatlantajolo.hu](http://ingatlantajolo.hu) és az [ingatlanhirek.hu](http://ingatlanhirek.hu) domaineken keresztül nyújtja szolgáltatásait.<sup>4</sup> Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy 2015-től kezdődően folyamatosan törekszik szolgáltatásai körét ingatlanpiaci tartalmak szolgáltatásával is kiegészíteni, amelynek egyik lépéseként 2015-ben elindította az Otthontérkép Blogot, majd 2017-ben megújította a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) honlapot és szolgáltatást. Hozzátette, hogy ehhez kapcsolódóan került sor az Otthontérkép Lakóparkok szolgáltatás elindítására, amely az online ingatlanhirdetési piac egy speciális alszegmensét, az új építésű ingatlanokat kiszolgáló aloldal. 2018-ban az Otthontérkép szolgáltatás egy újabb aloddallal, az Otthontérkép Magazinnal egészült ki, amely egy saját szakértői csapat által szerkesztett ingatlanpiaci szakértői tartalom.<sup>5</sup>
9. Az eljárás alá vont úgy nyilatkozott, hogy bevételei részben ingatlan apróhirdetésekből, részben display hirdetési felületek értékesítéséből származnak. Ingatlan apróhirdetés értékesítése az [otthonterkep.hu](http://otthonterkep.hu), az

<sup>1</sup> A vizsgálati jelentés betekinhető változatának száma: VJ/36-18/2018.

<sup>2</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 3. pont

<sup>3</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 4. pont.

<sup>4</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 3. pont

<sup>5</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 3. pont.

irodahaz.info, a raktar.info és az ingatlantajolo.hu honlapokon keresztül történhet. Ezen szolgáltatást – ún. direkt formában vagy automatizált módon (pl. Google közreműködésével) – ingatlanközvetítők, magánhirdetők, új építésű ingatlanokat hirdető, illetve a raktárakat és az irodákat hirdető számára biztosítja. A MAPSOLUTIONS által üzemeltetett valamennyi honlapon sor kerülhet display hirdetések közzétételére.<sup>6</sup>

10. Az eljárás alá vont apróhirdetésekből és display hirdetésekből származó bevételének alakulását – a vizsgálattal érintett időszak és a szolgáltatás tekintetében – az eljáró versenytanács VJ/36-24/2018. számú, nem betekinhető előzetes álláspontjának 10. pontja ismerteti.<sup>7</sup>
11. A vállalkozás nettó árbevétele 2017-ben 285.405.000 Ft,<sup>8</sup> átlagos állományi létszáma pedig 23 fő volt.<sup>9</sup> A rendelkezésre álló (két legutóbbi lezárt pénzügyi évre vonatkozó) pénzügyi mutatók és egyéb adatok,<sup>10</sup> valamint az eljárás alá vont nyilatkozata alapján, tekintettel a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvény (a továbbiakban: KKVtv.) rendelkezéseire az eljárás alá vont – még a KKVtv. alapján figyelembe veendő kapcsolt-, illetve partnervállalkozások pénzügyi mutatóinak beszámításával is – kis- és középvállalkozásnak minősül.<sup>11</sup>

### III.

#### Az érintett szolgáltatás piaca

12. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett szolgáltatás az online ingatlan apróhirdetés megjelenítése.
13. A MAPSOLUTIONS úgy nyilatkozott, hogy a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) portálon elérhető szolgáltatás egy olyan új dimenziót képviselő, interaktív ingatlankeresési felület, ahol a felhasználók az eladásra meghirdetett ingatlanokat elsősorban az elhelyezkedésük alapján, a városi térben, térképes alkalmazáson megjelenítve keresgélhetik, kiegészülve a már jól megszokott listákkal.<sup>12</sup> Az ingatlankeresőket különböző hasznos információkat és adatokat tartalmazó térképszelvények segítik, melyek listája folyamatosan bővül. Nyilatkozata szerint elsőként az országban a MAPSOLUTIONS olyan térképes funkciókat vezetett be, amelyek nem voltak más hirdetési portálnál elérhetők (például a zöldterület megoszlás, bűnözés, oktatási intézmények megoszlásáról, vagy a valós tranzakciókra épülő árinformációk).<sup>13</sup>
14. Az eljárás alá vont részletesen ismertette álláspontját az érintett piaccal, annak meghatározásával és a saját piaci szerepével kapcsolatban. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy nem feltétlenül ért egyet az eljárás alá vont álláspontjával, illetve nem is kívánja a MAPSOLUTIONS becsléseinek vagy számításainak módszertanát értékelni, pusztán annak az alátámasztására mutatja be az eljárás alá vont álláspontját, hogy az eljárás alá vont és így magatartása sem elhanyagolható a piacon – az eljárás alá vont tudomása szerint sem.
15. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az online apróhirdetési szolgáltatások alatt tágabb értelemben klasszikus apróhirdetési portálokat (pl. [jofogas.hu](http://jofogas.hu), [startapro.hu](http://startapro.hu)), szűkebb értelemben vertikális (speciálisan erre a tevékenységre szakosodott) ingatlanhirdetési portálokat (pl. [otthonterkep.hu](http://otthonterkep.hu), [ingatlan.com](http://ingatlan.com)) kell érteni.<sup>14</sup>

<sup>6</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 3. pont.

<sup>7</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 5. pont

<sup>8</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 7. pont, VJ/36-5/2018. számú irat 3. pont

<sup>9</sup> VJ/36-13/2018. számú feljegyzés 1. számú melléklete

<sup>10</sup> VJ/36-20/2018. számú irat és annak 1. és 2. mellékletei

<sup>11</sup> VJ/36-5/2018. számú irat 3. pont

<sup>12</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 3. pont

<sup>13</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 3. pont

<sup>14</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.1. pont.

16. A MAPSOLUTIONS szerint az online apróhirdetési piac szereplőinek célja, hogy internetes apróhirdetési szolgáltatások kifejlesztésével megkönnyítsék az ingatlant keresők és az ingatlant hirdetők számára a tranzakció létrejöttét. Álláspontja szerint a kapcsolatfelvételek mennyisége és minősége a hirdetési portálok egyik legfontosabb teljesítménymérője.<sup>15</sup>
17. A MAPSOLUTIONS szerint továbbá a kínálat vizsgálata során az ingatlanhirdetések száma lehetne az összehasonlítás alapja. Véleménye szerint ugyanakkor ehhez nem áll rendelkezésre - a látogatottsági adatok méréséhez hasonló - a piacon általánosan elfogadott eszköz. Hozzátette, hogy ezekre az adatokra kizárólag a hirdetési portálok publikus keresési eredményei alapján lehet következtetni, azonban az egyes portálok eltérő működése nem teszi lehetővé a teljes körű és megbízható összehasonlítást.<sup>16</sup>
18. A fentiekkel összefüggésben a MAPSOLUTIONS kiemelte, hogy ilyen megkülönböztető tényező lehet például az, hogy a hirdetési portálok eltérően értelmezik a hirdetések élettartamát, ezért egyes hirdetések az egyik portálnál szerepelnek a keresési találatok között, más portáloknál nem. Megjegyezte továbbá, hogy a hirdetések feladásának dátuma irreleváns az ingatlant keresők szempontjából, mert a keresők elsősorban nem a friss hirdetéseket, hanem azt a bizonyos hirdetést keresik, ami számukra a legjobb ajánlatot jelenti. Egy drága vagy különleges ingatlannál a hirdetés élettartama egészen hosszú is lehet. Erre tekintettel több ingatlan hirdetési portál a hirdetések feladásának a dátumát fel sem tünteti.<sup>17</sup>
19. A MAPSOLUTIONS véleménye szerint az ingatlanhirdetések száma közvetlenül összefügg az adott portál üzleti modelljével, azaz hogy a portál milyen módon teszi a hirdetők számára elérhetővé a szolgáltatást. Az ingyenesen elérhető szolgáltatások esetében több hirdetés lesz elérhető, míg a fizetős vagy drágább szolgáltatások keretén belül kevesebb hirdetés található meg. Ebből a szempontból teljesen heterogén a portálok gyakorlata.<sup>18</sup>
20. A MAPSOLUTIONS előadta, hogy a portálok hirdetéskereső eszközei egyedi fejlesztések, olyan szoftverek, amelyek nem auditálhatók, és eltérő logikával, technológiával, esetenként hibásan működhetnek (egyes portálok eltérően definiálnak bizonyos ingatlan típusokat vagy csak bizonyos mennyiségű találatot mutatnak meg).<sup>19</sup>
21. Az eljárás alá vont előadása szerint az apróhirdetési piacon évek óta koncentráció zajlik, egyre erősödő versennyel. Ugyanez igaz az ingatlanhirdetési piacra, így új szereplők belépése egyre nehezebb.<sup>20</sup> A MAPSOLUTIONS álláspontja szerint az ingatlanhirdetési piac egyes szereplőinek piaci részesedése objektív módon nem állapítható meg. A piaci részesedés megállapításának alapja a szereplők ingatlanhirdetésekből származó árbevételének összehasonlítása lehetne, erre vonatkozólag azonban nem áll rendelkezésére információ.<sup>21</sup>
22. A MAPSOLUTIONS úgy nyilatkozott, hogy az otthonterkep.hu az ingatlanhirdetések számát tekintve – hasonlóan a látogatottsághoz – a második, illetve a harmadik helyen áll,<sup>22</sup> fő versenytársainak az ingatlan.jofogas.hu, az ingatlan.com és az ingatlanbazar.hu portálokat tekinti.<sup>23</sup>
23. Az eljárás alá vont a látogatottság méréséhez a <https://www.similarweb.com> adatait használta (azzal, hogy a jofogas.hu esetében csak az ingatlanra vonatkozó aloldal látogatottsági adatai néztek az

<sup>15</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.1. pont.

<sup>16</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.3. pont.

<sup>17</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.3. pont a) alpont.

<sup>18</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.3. pont b) alpont.

<sup>19</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.3. pont c) alpont.

<sup>20</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.4. pont.

<sup>21</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 4. pont.

<sup>22</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.3. pont d) alpont.

<sup>23</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 4. pont

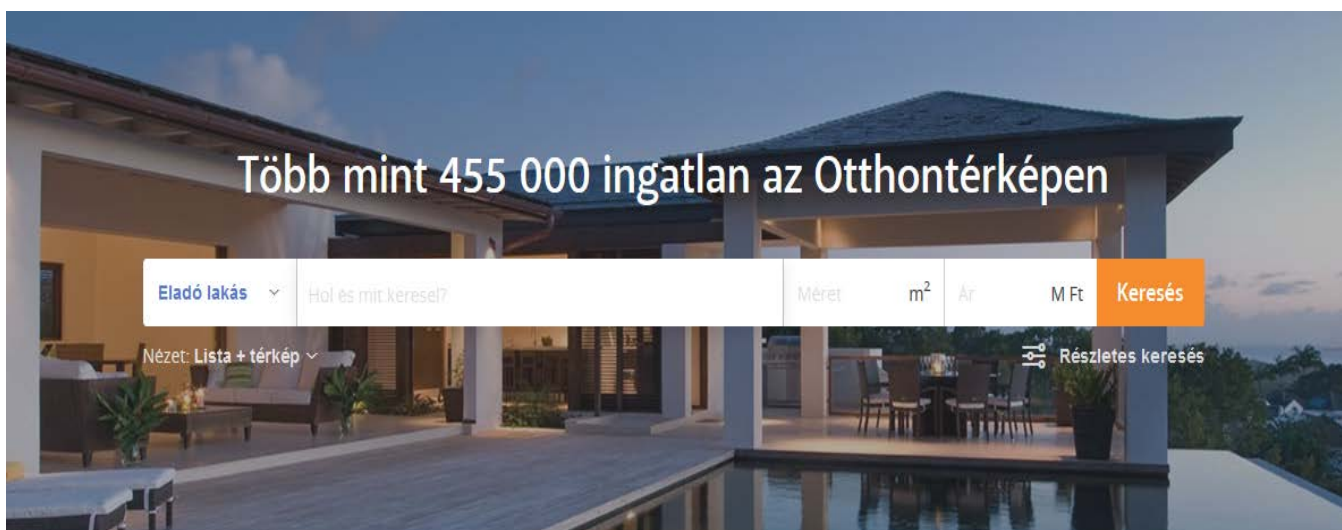
összehasonlíthatóság érdekében).<sup>24</sup> Az eljárás alá vont eredményei<sup>25</sup> szerint a következő sorrend látható a havi átlagos oldalletöltések száma alapján: első helyen áll az ingatlan.com havi 8 millió oldalletöltéssel, második a jofogas.hu ingatlan aloldala (ingatlan.jofogas.hu) havi 3,5 millió oldalletöltéssel, harmadik helyen áll a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) oldal 1,3 millió oldalletöltéssel, negyedik az ingatlanbazar.hu 1 millió oldalletöltéssel, míg az ötödik helyen álló ingatlanet.hu honlap esetében a havi oldalletöltések száma 0,9 millió.<sup>26</sup> Az otthoterkep.hu ekként tágabb értelemben a harmadik, kizárólag a vertikális portálokat nézve a második piaci szereplő.

24. Az eljárás alá vont hivatkozott továbbá arra, hogy a Központi Statisztikai Hivatal által közzétett adatok szerint egy évben hozzávetőlegesen 150.000 darab ingatlan adásvételi tranzakcióra kerül sor, azonban ez az adat nem tartalmazza a bérbeadásokat, illetve a meghirdetett, de el nem adott ingatlanokat.<sup>27</sup>

#### IV.

##### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat és annak alátámasztására adott nyilatkozatok

25. A rendelkezésre álló adatok szerint az eljárás alá vont 2017 novemberében kezdte el alkalmazni a több mint 455.000 elérhető ingatlanra utaló állítást. Az eljárás alá vont úgy nyilatkozott, hogy saját döntése alapján bizonyos felületeken már 2018. augusztus 16-án új szlogent tett közzé, de az otthonterkep.hu címlapján az ehhez kapcsolódó fejlesztés csak 2018. augusztus 30-án készült el, és ekkor került a szlogent lecserélésre.<sup>28</sup> 2018. augusztus 28-án még ez a nyitókép fogadta az oldalra látogatókat:



26. A vizsgált állítást (a fogyasztók számára is elérhető módon) az alábbi kommunikációs eszközök tartalmazták:<sup>29</sup>

- otthonterkep.hu honlap címlap<sup>30</sup> 2017. november 7. és 2018. augusztus 30.<sup>31</sup> között („Több mint 455 000 ingatlan az Otthontérképen”<sup>32</sup>),

<sup>24</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.2. pont

<sup>25</sup>A similarweb.com honlapon 2018.10.31. napján elérhető adatok alapján.

<sup>26</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.2. pont

<sup>27</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 3. pont

<sup>28</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 6. pont, VJ/36-11/2018. számú irat 1. pont

<sup>29</sup>Az eljáró versenytanács VJ/36-24/2018. számú, nem betekinthető előzetes álláspontjának 26. pontja ismerteti a vizsgált kereskedelmi gyakorlat további megjelenési jellemzőit.

<sup>30</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.1. pont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete, VJ/36-2/2018. számú irat 10.1. pont

<sup>31</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete, VJ/36-2/2018. számú irat 10.1. pont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 2. pont

- index.hu honlap címlapi linkgyűjtő doboza<sup>33</sup> 2018. április 1. és 2018. augusztus 15. között, időszakosan<sup>34</sup> („*Otthonterkép További 455 000 ingatlanhirdetés.*”<sup>35</sup>),
- Google Adwords kereső kampány (kulcsszó alapú célzással<sup>36</sup>) 2018. április 22. és 2018. augusztus 15.<sup>37</sup> között („*Több, mint 455 000 ingatlan közül választhatsz, keresésre fel!*”<sup>38</sup>),
- Gmail ads kampány (magyarországi gmail fiókok promóciós fülén<sup>39</sup>) 2018. április 2. és 2018. augusztus 31.<sup>40</sup> között („*Több mint 455 000 Ingatlan az Otthonterképen*”<sup>41</sup>).

27. A MAPSOLUTIONS úgy nyilatkozott, hogy a több mint 455.000 elérhető ingatlanra utaló állítást tartalmazó kereskedelmi kommunikációk az annak közzétételét megelőző (historikusan is elérhető) tíz hónap során az otthonterkep.hu portálon közzétett ingatlanhirdetések kumulált darabszámát kommunikálták.<sup>42</sup> 2017 első tíz hónapjában – azaz a marketing kommunikáció kialakítását közvetlenül megelőző időszakban – a honlapon keresztül megtekinthető aktív ingatlanhirdetések száma összesen 481.288 darab volt, amelyből 442.143 vonatkozott eladó ingatlanra és 39.145 darab kiadó ingatlanra: az eljárás alá vont ezen adat alapján alakította ki a kommunikációját.<sup>43</sup> Előadta továbbá, hogy havonta utólag felülvizsgálja az azt megelőző tíz hónap során a www.otthonterkep.hu honlapon együttesen elérhető aktív hirdetések számát.<sup>44</sup>

28. Az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikációk célja az ingatlan keresők elköteleződésének fokozása abból a célból, hogy minél többen keressenek ingatlant az otthonterkep.hu weboldal szolgáltatásában.<sup>45</sup>

29. A MAPSOLUTIONS benyújtotta a több mint 455.000 elérhető ingatlanra utaló állítást tartalmazó kereskedelmi kommunikációk alkalmazásának ideje alatt az otthonterkep.hu weboldalon elérhető aktív ingatlanhirdetések darabszámát havi bontásban azzal, hogy ezek a számok az egyes hónapok első napján érvényes adatokat mutatják.<sup>46</sup>

Dátum	Eladó ingatlanokra vonatkozó hirdetések száma	Kiadó ingatlanokra vonatkozó hirdetések száma
2017.11.01	94745	5880
2017.12.01	90115	5797
2018.01.01	86828	5698
2018.02.01	84405	5562

<sup>32</sup> VJ/36-2/2018. számú irat 10.1. pont, VJ/36-5/2018. számú irat 1. pont a) alpont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619/2018. számú bejelentés

<sup>33</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.1. pont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete, VJ/36-2/2018. számú irat 10.1. pont

<sup>34</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.2. pont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete, VJ/36-2/2018. számú irat 10.1. pont

<sup>35</sup> VJ/36-11/2018. számú irat melléklete

<sup>36</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.3. pont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete

<sup>37</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.3. pont, VJ/36-2/2018. számú irat 10.2. pont

<sup>38</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.3. pont

<sup>39</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.3. pont

<sup>40</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1. számú melléklete, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.3. pont, VJ/36-2/2018. számú irat 10.2. pont

<sup>41</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 1.3. pont

<sup>42</sup> VJ/36-2/2018. számú irat 12. pont, VJ/36-2/2018. számú irat 8. pont

<sup>43</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 3. pont

<sup>44</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 6. pont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 3. pont

<sup>45</sup> VJ/36-2/2018. számú irat 8. pont

<sup>46</sup> VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 3. pont

2018.03.01	88722	5045
2018.04.01	81874	4684
2018.05.01	85095	4788
2018.06.01	80186	4375
2018.07.01	82323	4946
2018.08.01	80204	5474

30. Fenti adatok értelmezése kapcsán az eljárás alá vont előadta továbbá, hogy álláspontja szerint egy ingatlanról több ingatlanhirdetés is szerepelhet az egyes rendszerekben,<sup>47</sup> így csupán a megjelenő ingatlanhirdetések darabszáma tekintetében tud tájékoztatást adni, hiszen egy adott ingatlant több felületen és többféle módon is hirdethet a tulajdonos, és a hirdetések tartalmukban is eltérhetnek egymástól. Hozzátette, hogy az ingatlanhirdetési portálok által bevett módon alkalmazott szóhasználatban ingatlanra való utaláskor valójában ingatlanhirdetéseket szoktak érteni.<sup>48</sup>
31. A MAPSOLUTIONS szerint egyértelműen kell megkülönböztetni a valódi duplikációt – vagyis az olyan ingatlanhirdetéseket, amelyek egy és ugyanazon ingatlanról keletkeztek és a hirdetések tartalma és létrehozója teljesen megegyezik – attól az esettől, amikor ugyanazon ingatlanra különböző tartalmú, különböző személy által közölt hirdetések kerülnek közzétételre, amely hirdetések hordozzák a hirdetés készítőjének egyedi stílusát, akár eltérő kínálati árral, fotókkal, szöveggel szerepelnek. Utóbbiak az ingatlant kereső számára értékes egyedi ajánlatoknak minősülnek. A MAPSOLUTIONS kiemelte, hogy – összhangban a piac egységes gyakorlatával – ezen utóbbi esetet nem tekinti duplikációnak.<sup>49</sup>
32. Az eljárás alá vont úgy nyilatkozott, hogy az érintett szolgáltatáshoz kapcsolódóan a duplikáció szűrés technológiai megoldását lefejlesztette, azonban a duplikációkat jelenleg nem automatizmusok segítségével, hanem emberi erőforrás révén, bejelentés alapján szűri.<sup>50</sup> A honlapon elérhető a „*Jelentem*” funkció keresztül az ingatlant keresők bejelenthetik, ha egy adott hirdetéssel problémájuk van. A beérkező üzenetek alapján az eljárás alá vont a problémás (például hitelt érdemlően bizonyított duplikált hirdetés) vagy már nem aktuális hirdetéseket inaktíválja, illetve törli.<sup>51</sup> Az ingatlanhirdetők közvetlenül inaktíválhatják kezelői felületükön keresztül a már nem aktuális hirdetéseiket.<sup>52</sup>

## V.

### Az eljárás alá vont álláspontja a vizsgált magatartással kapcsolatban

#### Az eljárás alá vont álláspontja a vizsgálati szakban

33. A MAPSOLUTIONS előadta, hogy megfelelési programmal nem rendelkezik, megítélése szerint a vállalkozás mérete, a munkavállalók létszáma ezt nem indokolja, egy komplex program kidolgozása vélhetően indokolatlan mértékű erőforrást venne igénybe.<sup>53</sup> Ugyanakkor fontosnak tartotta megjegyezni, hogy az elmúlt időszakban a kereskedelmi kommunikációk terén sokkal nagyobb körültekintéssel jár el. Rögzítette, hogy egyrészt minden egyes kereskedelmi kommunikációt a vezérigazgatónak és a marketing vezetőnek együttesen kell jóváhagynia, másrészt minden olyan esetben, amikor a kommunikáció jogszerűsége bármilyen kérdést vet vagy vethet fel, azt a marketingvezető és/vagy a vezérigazgató előzetes jogi véleményezésre megküldi a MAPSOLUTIONS jogi képviselője részére.<sup>54</sup>

<sup>47</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 2.3. pont d) alpont, VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 3. pont

<sup>48</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 3. pont

<sup>49</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 9. pont, VJ/36-2/2018. számú irat 2.3. pont d) alpont

<sup>50</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 5. pont, VJ/36-2/2018. számú irat 9. pont

<sup>51</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 5. pont, VJ/36-2/2018. számú irat 9. pont

<sup>52</sup>VJ/36-7/2018. számú feljegyzéssel átemelt B/619-3/2018. számú irat 5. pont

<sup>53</sup>VJ/36-9/2018. számú irat

<sup>54</sup>VJ/36-9/2018. számú irat

34. Az eljárás alá vont bízik abban, hogy a fenti erőfeszítések elősegítik a jogszabálykövető magatartás kialakítását és fenntartását.<sup>55</sup>
35. Az eljárás alá vont szerint az aggregált<sup>56</sup> adatok használata a marketing kommunikációkban megfelel a piac többi szereplője által széles körben elfogadott és követett gyakorlatnak.<sup>57</sup> Ismeretei szerint a piaci szereplők a marketing kommunikációjuk kialakításakor az elmúlt évek során nem ritkán alkalmazták azt a megoldást, hogy egy bizonyos időszakban feladott hirdetések számát aggregálták és ezeket az aggregált számokat kommunikálták. Tehát nem egy adott időpillanatot vizsgáltak, hanem egy hosszabb vagy rövidebb időszak során általuk közzétett hirdetések összességét kommunikálták.<sup>58</sup>
36. Az eljárás alá vont hangsúlyozta, hogy árbevétele nem az ingatlankeresőktől, hanem a hirdetőktől származik. Hozzátette, hogy bár elvitathatatlan, hogy a honlap látogatottságának emelkedése a hirdetők megrendeléseire is ösztönzően hat, a kettő nem áll egymással egyenes arányban. Azaz, önmagában a nagyobb látogatottság közvetlenül nem eredményezi az ingatlan apróhirdetési tevékenység és ez által az árbevétel növekedését, ahhoz a szolgáltatás egyéb attribútumainak folyamatos fejlesztésére és bővítésére is szükség van.<sup>59</sup>

### **Az eljárás alá vont álláspontja az eljáró versenytanács előzetes álláspontját követően**

37. Az eljárás alá vont 2019. május 6-án benyújtott VJ/36-26/2018. számú beadványában úgy nyilatkozott, hogy az előzetes álláspontban foglalt valószínűsített tényállást alapvetően elfogadja és tárgyalás tartását nem kéri, azonban a tervezett kötelezettségek teljesítése szempontjából két pontosítást indokoltnak lát.
38. A vizsgált magatartás értékeléséhez kapcsolódóan egyrészt megjegyezte, hogy megítélése szerint a piaci ismeretek szempontjából nem tekinthetők azonos ismeretekkel rendelkezőknek a természetes személy felhasználók és a közvetítő vállalkozások, ingatlanügynökök. Utóbbiak egyértelműen sokkal mélyebb piaci ismeretekkel rendelkeznek, és az eljárás alá vont meggyőződése szerint ugyanazon kereskedelmi kommunikáció részben másként befolyásolja a két felhasználói csoportot. Az eljárás alá vont szerint a szakmai-ágazati ismeretekkel rendelkező felhasználók (azaz a közvetítő vállalkozások és az ingatlanügynökök) számára egyértelmű, hogy egy „listing” ingatlan portál kereskedelmi kommunikációjában az „ingatlan” kifejezés ingatlan hirdetésre és nem feltétlenül a szó fizikai értelmében vett ingatlanra vonatkozik. Ennek következtében az ügyleti döntés kialakulása is eltérő. Az eljárás alá vont elfogadja az eljáró versenytanács azon álláspontját, hogy egy nem szakmai fogyasztó esetében nem feltétlenül elvárható a különbségtétel, azonban szakmai és ágazati ismeretekkel rendelkező fogyasztótól igen. Ezen különbségtétel az ellenőrzési kötelezettségek teljesítése során releváns lehet.
39. Az eljárás alá vont másrészt meg kívánta erősíteni korábban előadott azon álláspontját, miszerint (összhangban a piac egységes gyakorlatával) az ingatlanhirdetések piacán nem tekinthető duplikációnak az az eset, amikor ugyanazon ingatlanra különböző tartalmú hirdetések kerülnek közzétételre, amely hirdetések hordozzák a hirdetés készítőjének egyedi stílusát, akár eltérő kínálati árral, fotókkal, szöveggel szerepelnek. Ezek a hirdető szempontjából is külön-külön megbízás (megbízási díj, közvetítői díj) alapján kerülnek közzétételre, és az ingatlant kereső számára is külön-külön értékes egyedi ajánlatoknak minősülnek nemcsak a részletek, hanem a legfontosabb árujellemező, az ár tekintetében is.
40. Az eljárás alá vont megjegyezte továbbá, hogy ismeretei szerint jelenleg nem érhető el a piacon olyan technológia, amely az egyes, azonos tárgyú, de részben eltérő tartalmú hirdetéseket megnyugtató

<sup>55</sup>VJ/36-9/2018. számú irat

<sup>56</sup> Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vont nem fejtette ki, hogy milyen jellegű aggregációról van szó.

<sup>57</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 8. pont, VJ/36-11/2018. számú irat 1. pont

<sup>58</sup> VJ/36-11/2018. számú irat 1. pont

<sup>59</sup>VJ/36-2/2018. számú irat 8. pont



módon ki tudja szűrni, valamint azon portálok esetében, amelyek valamely szűrés beállítását lehetővé teszik, az a piaci tapasztalat, hogy a felhasználók elenyésző hányada él ezzel a lehetőséggel.

41. Így az eljárás alá vont álláspontja szerint a fogyasztói érdekeket jobban szolgálja, ha megfelelő tájékoztatással hívja fel a felhasználók figyelmét arra, hogy egy ingatlan több ingatlanhirdetésben is megjelenhet. Az eljárás alá vont kérte az eljáró versenytanácsot, hogy ezt fogadja el a határozatában.
42. Végül eljárás alá vont megerősítette, hogy mindent megtesz az előzetes álláspontban foglalt kötelezésnek megfelelő program kialakítása érdekében. Az eljárás alá vont megjelölte azt is, hogy a megfelelési program kidolgozásába mely ügyvédi irodát, illetve ügyvédet kívánja bevonni.

## VI.

### Jogszályi háttér

43. 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 jogszabályhely (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.

44. 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,

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.

45. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat.

46. 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.

47. A (3) bekezdés kimondja, hogy a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
48. Az Fttv. 6. § (1) bekezdésének b) pontja értelmében 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.
49. 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.
50. 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.
51. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tptv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
52. Az eljáró versenytanács határozatában a Tptv. 76. §-a (1) bekezdésének
- f) pontja értelmében megállapíthatja a jogsértés tényét,
  - i) pontja szerint jogsértés megállapítása esetén kötelezettséget írhat elő,
    - l) a 78. § (8) bekezdése szerinti figyelmeztetést alkalmazza arra vonatkozó kötelezettség előírása mellett, hogy az ügyfél alakítson ki a versenyjogi előírásoknak való megfelelést és a jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet.
53. A Tptv. 78. § (8) bekezdése értelmében a kis- és középvállalkozásokról, fejlődésük támogatásáról szóló 2004. évi XXXIV. törvénynek a hatósági ellenőrzést végző szervek részéről a bírságtól való eltekintésre vonatkozó rendelkezései a versenyfelügyeleti eljárásban nem alkalmazhatók. Az említett törvény szerinti mikro-, kis- vagy középvállalkozással szemben az első esetben előforduló, nem az EUMSZ. 101. vagy 102. cikkébe ütköző jogsértés esetén az eljáró versenytanács bírság kiszabása helyett figyelmeztetést is alkalmazhat, ha a vállalkozásnak az eljárás során tanúsított magatartása alapján alaposan feltételezhető, hogy a vállalkozás jövőbeni magatartásának jogszerűsége, az újabb jogsértés elkövetésétől való tartózkodása így is biztosítható.
54. A Tptv. 46. § (1) bekezdése szerint az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit a versenyfelügyeleti eljárásban akkor kell alkalmazni, ha azt a törvény kifejezetten előírja.

## VII.

### A vizsgált magatartás értékelése

#### A vizsgált állítás

55. Jelen versenyfelügyeleti eljárás azon állítás vizsgálatára irányult, amelyben az eljárás alá vont több mint 455.000 darab ingatlan (illetve ingatlanhirdetés) elérhetőségét ígéri a fogyasztóknak. Ezen állítás a rendelkezésre álló információk szerint négy kommunikációs eszközön jelent meg (lásd a 26. pontot) a vizsgált időszakban:

- az eljárás alá vont honlapjának nyitóoldalán 2017. november 7-től 2018. augusztus 30-ig („Több mint 455 000 ingatlan az Otthonterképen”),
- az index.hu nyitóoldalán 2018. április 1. és 2018. augusztus 15. között időszakosan („Otthonterkép További 455 000 ingatlanhirdetés.”),
- Google-keresőszavas kampányban (az ingatlan szóra keresve) 2018. április 22. és 2018. augusztus 15. között („Több, mint 455 000 ingatlan közül választhatsz, keresésre fel!”),
- Gmail-fiókok promóciós fülén 2018. április 2. és 2018. augusztus 15. között („Több mint 455 000 Ingatlan az Otthonterképen”).

## **Tárgyi hatály, hatáskör**

56. Általános követelményként fogalmazódik meg, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók vagy más piaci szereplők irányában tanúsított kereskedelmi vagy más üzleti gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról adott, a címzetti körnek szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen. A címzetti körnek alapvető jelentősége van az értékelés kereteinek meghatározásakor.
57. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jelen ügyben a kereskedelmi gyakorlat címzettjeként az online ingatlanhirdetők és az online hirdetésekben belül keresők köre azonosítható, akik számára a kínálat nagyságrendjének a hangsúlyozása azt ígérte, hogy ezen a felületen különösen megéri hirdetni és az ingatlanok között keresni, hiszen a széles ingatlan kínálat általában is nagyobb érdeklődést generál.
58. Tekintettel arra, hogy az apróhirdetők és az apróhirdetésekből keresgélők között nagy arányban vannak természetes személy fogyasztók, továbbá a kínálat mértékével kapcsolatos üzenet mint az eljárás alá vont által nyújtott szolgáltatással kapcsolatban adott, annak népszerűsítését célzó, figyelemfelkeltő tájékoztatás kereskedelmi gyakorlatnak minősül, ami természetes személy fogyasztóknak szól, a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás értékelésekor az Fttv. rendelkezései alkalmazandók.
59. A Tptv. 10/A. § (1) bekezdése alapján a Tptv. 8. § - üzletfelek megtévesztésére vonatkozó – rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha az üzleti gyakorlat kizárólag önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében eljáró személyt érint. Tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat elérhető volt fogyasztók és üzletfelek számára egyaránt, a Tptv. 8. §-a nem alkalmazandó.
60. Ugyan a hirdetők egy nem elhanyagolható része – feltehetően piaci ismeretekkel rendelkező – közvetítő vállalkozás, az eljáró versenytanács a továbbiakban az értékelés kereteire is figyelemmel egységesen fogyasztóként jelöli a hirdetőket és a hirdetésekben keresgélőket attól függetlenül, hogy valóban csak természetes személy felhasználókról vagy ügynökökről, kisebb-nagyobb vállalkozásokról is van szó. Az eljáró versenytanács – visszautalva az eljárás alá vont 38. pontban előadott álláspontjára is – megjegyzi továbbá, hogy azon tény, hogy a kereskedelmi gyakorlat szakmai tapasztalattal és információval rendelkező vállalkozásokat és személyeket (közvetítőket, ügynököket) is elért, nem befolyásolja a magatartás értékelését (esetlegesen a magatartás súlyára lehetne hatással), mivel a magatartást a természetes személy, életszerűen laikus fogyasztók szempontjából szükséges értékelni az Fttv. keretei között.
61. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
62. Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott, jelen eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlat, kereskedelmi kommunikáció többek között a saját, magas látogatottságú [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon, továbbá Google AdWords hirdetések útján valósult meg, azaz az

egyedi oldalmegettekintések alapján igen jelentős (összességében százezres nagyságrendű) fogyasztót és üzleti partnert érhetett el az eljárás alá vont, így a kereskedelmi gyakorlat széles körben való megjelenése, illetve kiterjedtsége (lásd a 26. pontot) miatt megállapítható a Gazdasági Versenyhivatal hatásköre valamennyi kereskedelmi kommunikációs eszköz vonatkozásában az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) pontja alapján.

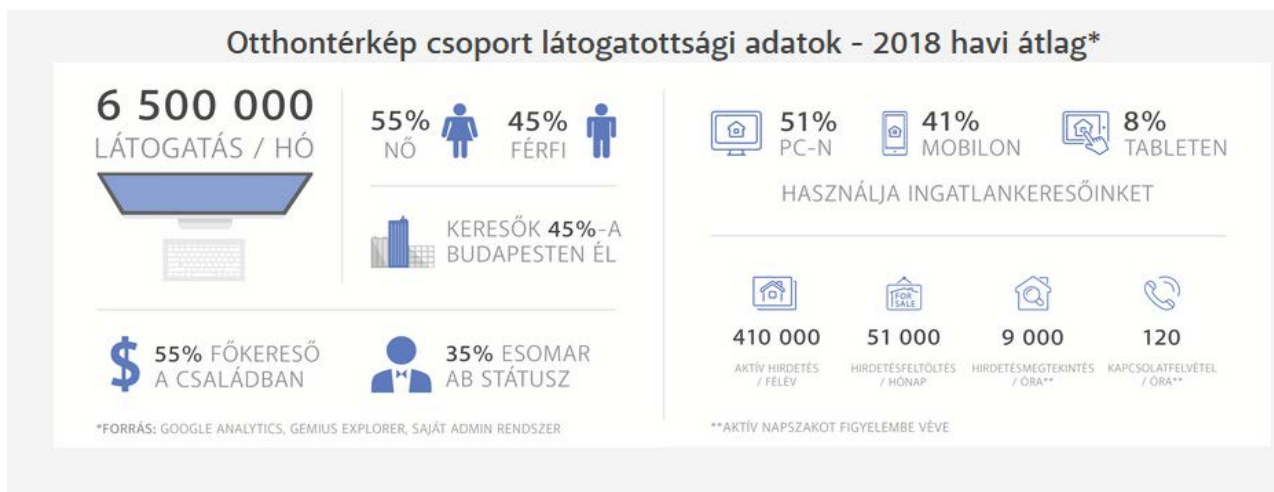
63. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

### Az eljárás alá vont felelőssége

64. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A jelen esetben az alkalmazandó érdek-elv figyelembevételével a vizsgált gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont felelőssége megállapítható, tekintettel arra, hogy az érintett szolgáltatásból, a portál működtetéséből és annak látogatottságából árbevétele származott.

65. Ebben a körben szükséges megemlíteni, hogy az eljárás alá vont érdekeltsége, bevétele a portál látogatottságából fakad, így az eljárás alá vontnak azon magatartás megvalósítása közvetlen érdekében áll, amivel növelheti az érintett honlap látogatottságát, a portálon tapasztalható fogyasztói aktivitást. A kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése vonatkozásában fennálló közvetlen érdekeltséget nemcsak az áru azonnali eladása alapozza meg, hanem a fogyasztókra vonatkozó – a későbbi kapcsolatfelvételt lehetővé tevő, illetve megkönnyítő – adatokhoz való hozzájutás, illetőleg az ugyancsak ezt szolgáló kedvező image megteremtése, fenntartása, megerősítése is.<sup>60</sup>

66. Az eljárás alá vont médiaajánlata<sup>61</sup> is kiemelten tartalmazza a honlap látogatottságát mint a fizetett hirdetések egyik igen fontos tényezőjét, jelezvén, hogy a látogatottság az eljárás alá vont üzleti modelljének fontos jellemzője – megerősítve ezzel is az eljárás alá vont közvetlen érdekeltségét a vizsgált állítás közzétételében:



67. Az eljárás alá vont vállalkozás felelősséggel tartozik a vizsgált magatartásért, figyelemmel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat tekintetében önálló foglalkozásával, illetve gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el, és a kereskedelmi gyakorlattal érintett honlap üzemeltetése, valamint honlap forgalmának emelése érdekében a megjelenített állítások alkalmazása közvetlenül érdekében áll.

<sup>60</sup> VJ/93/2011. számú versenyfelügyeleti eljárás

<sup>61</sup> <https://otthonterkep.hu/mediaajanlat>

## Az érintett fogyasztók és az ügyleti döntés

68. 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 jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra, ideértve a figyelem felkeltését is.
69. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett fogyasztók magatartásának értékelése során az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdésében meghatározott ésszerűen tájékozottan eljáró fogyasztó magatartását kell alapul venni, tekintettel arra is, hogy nem azonosítható olyan csoport, amelynek tagjai az adott kereskedelmi gyakorlat vagy annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatottak lennének.
70. Alapvetően két fogyasztói kör különböztethető meg: az ingatlanokat értékesíteni/kiadni kívánók köre (a hirdető), illetve a vásárolni/bérelni kívánók köre (a keresők), azzal, hogy az előbbiek nagy arányban vesznek igénybe közvetítő vállalkozásokat.
71. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat értékelése szempontjából alapvetően mindkét fogyasztói kör magatartásának lehet relevanciája, különös tekintettel arra, hogy egyes esetekben nem állapítható meg egyértelműen, hogy pl. a keresők között olyan személyek milyen arányban vannak, akik maguk is hirdetnek (és keresési tevékenységet is részben a saját hirdetéseik pozícionálása, pl. az árak meghatározása végett folytatnak).
72. A vizsgált otthonterkep.hu portál esetében ún. kétoldalú platformról van szó. Azokat a piacokat nevezzük kétoldalú piacnak (platformnak), amelyek esetében két különböző fogyasztói csoport részvétele szükséges ahhoz, hogy a szolgáltatás értékes legyen használói számára. Minél többen vannak – vélt vagy valós módon – az egyik oldalon, annál értékesebb a szolgáltatás a másik oldal számára. A kétoldalú piacok esetén érdemes lehet az egyik oldal csatlakozását támogatni (pl. ingyenes hirdetési lehetőséggel), hogy a másik oldalon lévők hasznossága növekedjen. A felhasználók száma pedig az adott platform piaci értékét és így a fizetett hirdetések lehetséges díját növeli.
73. A jelen ügyben a fogyasztók figyelmének felkeltése a több mint 455.000 ingatlan elérhetőségére vonatkozó állítás honlap nyitóoldalán és egyéb felületen való megjelenítésével történt meg. Az Fttv. értelmében a figyelemfelkeltés kapcsán hozott döntés is ügyleti döntésnek minősül. Jelen esetben a fogyasztók egy része a kereskedelmi gyakorlat üzenetének hatására előnyösebben ítélt meg az eljárás alá vont apróhirdetési oldalát és ennek következtében annak szolgáltatásait használhatja és részesítheti előnyben a versenytársak hasonló oldalaival szemben.
74. Az eljáró versenytanács azt is hangsúlyozza, hogy nem azonos döntési helyzet magának az ingatlanoknak és az ingatlan-hirdetési felületnek (ahol ingatlanokat kereshet az érdeklődő) a kiválasztása, a releváns ügyleti döntés jelen versenyfelügyeleti eljárásban a hirdetési felülettel kapcsolatos, az eljárás alá vont vizsgált kereskedelmi gyakorlata ezen hirdetési felület előnyére (széles kínálat) és nem a hirdetési felületen megjelenő egyes ingatlanokra vonatkozott.<sup>62</sup>
75. Az érintett fogyasztókra és az ügyleti döntés fogalmának széles körű értelmezésére is tekintettel a jelen versenyfelügyeleti eljárás szempontjából az a figyelembe veendő ügyleti döntés, hogy a fogyasztó – a kínálat nagyságrendjére vonatkozó állítás hatására – úgy dönt, hogy használja, igénybe veszi a portált, így pl.:

<sup>62</sup> Lásd VJ/16-44/2015. számú határozat 146. pont

- egyéb apróhirdetési/értékesítési felületek vagy fórumok helyett/mellett az otthonterkep.hu-n hirdeti az eladásra/kiadásra szánt ingatlant,
- a hirdetésekért (közvetítőként, esetleg speciális kiemelésért) díjat fizet,
- egyéb apróhirdetési/értékesítési felületek vagy fórumok helyett/mellett az otthonterkep.hu-n (is) keresgél, meglátogatja a honlapot, fogyasztói szokásait jelzi,
- megveszi/kiveszi a hirdetett ingatlant, visszajelzést küld, egyéb módon aktív felhasználója a felületnek.

76. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat esetében továbbá ügyleti döntésnek minősül az ingatlanhirdetések közötti hosszabb ideig tartó, visszatérő jellegű böngészés, illetve az oldal passzívabb igénybevétele is. Az ingatlankeresés ugyanis összetett, hosszadalmas folyamat is lehet, mely során a fogyasztó több hirdetési portál kínálatát is megtekinti. Ha valamelyik oldal szolgáltatásait – akár egy figyelemfelkeltő szlogen hatására – a fogyasztó jobbnak ítéli meg a többi hasonló oldal szolgáltatásainál, akkor ahhoz nagyobb bizalommal fog fordulni és többet használja, arra nagyobb eséllyel tér vissza. Ez a fogyasztói preferencia leginkább abban nyilvánul meg, hogy melyik oldal kínálatában kezdi a fogyasztó a böngészést, illetve meddig tartja érdemesnek a továbbkeresést, mennyi időt tölt el az adott oldalon.

### **Megtévesztés**

77. Az Fttv. 6. §-a szerinti jogsértés megállapíthatóságához két tényállási elem együttes megvalósulása szükséges. Egyfelől azt kell értékelni, hogy a fogyasztó ügyleti döntése alapjául szolgáló információ megtévesztő (valótlan vagy valós, de megtévesztésre alkalmas) volt-e, másrészt, hogy az eljárás alá vont magatartása alkalmas volt-e arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

### **Valótlan információ**

78. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint, amikor egy fogyasztó találkozik egy online ingatlanhirdetési portálon (közvetlenül a kereső ablak felett, a honlap nyitóoldalán, közepén, hangsúlyosan kiemelve) vagy a portállal kapcsolatban azon állításokkal, hogy

- „több mint 455 000 ingatlan az Otthonterképen”,
- „további 455 000 ingatlanhirdetés”,
- „több mint 455 000 ingatlan közül választhatsz, keresésre fel”,

akkor alappal feltételezheti, hogy a portálon aktuálisan ekkora számú eladó vagy kiadó ingatlant talál, ilyen nagyságrendű, azaz rendkívül széles kínálatból választhat. A szlogenben szereplő szám (abszolút értelemben vett) kiemelkedő voltát támasztja alá az eljárás alá vont által is hivatkozott azon tény, hogy a Központi Statisztikai Hivatal által közzétett statisztikák szerint egy évben hozzávetőlegesen 150.000 ingatlan adásvételi tranzakciójára kerül sor.

79. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a joggyakorlat<sup>63</sup> értelmében

- ha egy állításnak többféle értelmezése lehet, akkor az azt közzétevőnek kell azt biztosítani, hogy a fogyasztók számára ne legyen megtévesztő egyik sem,
- nem az elvárható szakmai gondosságnak megfelelően jár el az a vállalkozás, amely a fogyasztókkal szemben megvalósított kereskedelmi gyakorlatának tanúsítása során figyelmen kívül hagyja a lehetséges fogyasztói értelmezést,
- egy reklámállításnak az igazolási kötelezettségre kiható értelmezése során nem bír jelentőséggel, hogy a vállalkozás a kifogásolt állítást miként értelmezi, a közléssel mit szeretett volna kifejezésre juttatni,

<sup>63</sup> Lásd pl. a Fővárosi Ítéltábla 2.Kf.27.298/2012/7. számú döntését

mivel azt a fogyasztó szempontjából kell értelmezni, a vizsgált gyakorlatok üzenetének lehetséges általános fogyasztói értelmezésére kell figyelemmel lenni.

80. Az eljárás alá vont álláspontja ellenére nem bizonyított (sőt, nem is életszerű), hogy az átlagos, ésszerűen eljáró, de szakmai-ágazati ismeretekkel, tapasztalatokkal nem rendelkező természetes személy fogyasztó tudja azt, hogy a vizsgált állításban alkalmazott ingatlan szó alatt tulajdonképpen ingatlanhirdetés értendő. Azonban az sem bizonyított, hogy az ingatlanhirdetés szóból egyértelműen következtesen arra egy fogyasztó, hogy egy-egy ingatlant akár többször, több hirdetésben is megtalálhat egy adott portálon, hogy az ingatlanhirdetések száma és az oldalon megtalálható ingatlanok száma nem mozog együtt. Ekként még ha ingatlanhirdetesként értelmezné is a fogyasztó az ingatlan szót, akkor sem értené úgy, hogy egy-egy ingatlan hirdetései külön kerülhetnek számításba.
81. Az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy nem várható el a fogyasztóktól, hogy egyes online ingatlanhirdetési portálok és ingatlanközvetítők üzleti modelljeivel, azok esetleges különbségeivel tisztában legyenek vagy azokat megismerjék, átlássák.
82. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a fogyasztók – miután kiválasztottak egy ingatlanhirdetéseket tartalmazó felületet – elsődlegesen egyes ingatlanok között keresgélnek azok paraméterei alapján (ahogyan azt pl. az eljárás alá vont honlapjának nyitóoldalán is megtehetik), nem pedig egyes ingatlanok különböző ajánlatai között, amely ajánlatokban, hirdetésekben sokszor csak az a különbség, hogy mely közvetítő vállalkozás és mikor tette közzé (ami azonban az ingatlant keresők számára tulajdonképpen irreleváns).
83. Nem vitatott, hogy egyes portálokon számtalan ingatlan többféle ajánlat keretében lehet elérhető (önmagában ennek a fogyasztói érzékelésre gyakorolt hatása a jelen versenyfelügyeleti eljárásnak nem képezi a tárgyát), de általában ha egy ingatlan többször is megtalálható egy adott portálon, az azt jelenti, hogy az ingatlant több ingatlanközvetítő is hirdeti – jellemzően azonos áron (más paraméterben meg egyébként sem életszerű az eltérés), esetleg eltérő, különböző időpontokban készített fényképekkel. Az sem szokatlan, hogy ugyanazon közvetítő vállalkozás hirdetései láthatóak egymás mellett, különböző ajánlatként.
84. Az eljáró versenytanács duplikációkkal és egyéb többszörözéssel kapcsolatos álláspontja alátámasztására egy próbakeresést<sup>64</sup> végzett az eljárás alá vont otthonterkep.hu oldalon: 70-100 nm<sup>2</sup>-es IV. kerületi családi házat keresett (árak megjelölése nélkül). Összesen 17 darab találat ugrott fel (az „1-17 hirdetés a 17 eladó IV. Kerületi házból” szöveggel) az alábbiak szerint:

Ingatlan	Megjelölt ár (millió Ft)	Hirdető, közvetítő	A találatok sorszáma
A	59,5	Duna House	1, 2, 3
B	49,9	Balla	4
C	26	Tecnocasa	5
		Duna House	7, 9, 12, 19
		IMR (Ingatlan Megosztó Rendszer) - Duna House	8, 10, 16
		Smart Ingatlan	14
D	34,5	-	6
E	48	-	11
F	30,9	-	13
G	38	Balla	15

85. A fentiek alapján megállapítható, hogy a 17 találat mögött valójában csak 7 ingatlan van, egy-egy ingatlan azonos áron szerepel és több olyan ingatlan is van (az A és a C megjelölésű), amely többször azonos közvetítő által közzétett hirdetésben is szerepel, így ezen hirdetések semmiben sem különböznek, ezek esetében még a ingatlanhirdetésekre vonatkozó egyértelmű állítás sem lenne igaz. A

<sup>64</sup> VJ/36-23/2018. számú iratban beemelve az oldalról (2019. március 26-án) készített mentések

találatok előtt megjelenő „1-17 hirdetés a 17 eladó IV. Kerületi házból” állítás – ugyan a jelen versenyfelügyeleti eljárás nem terjed ki a jelenlegi gyakorlatra és a találatok mellett megjelenő kommunikációra – egyértelműen valótlan, akár az ingatlanok, akár az ingatlanhirdetések számát nézzük. Az eljáró versenytanács a jogkövetkezményre (ennek körében egy kiterjedt megfelelési program kialakításának előírására) tekintettel nem tartotta indokoltnak a jelen versenyfelügyeleti eljárás ezen magatartás(ok)ra való kiterjesztését.

86. Ugyan a fenti eredmények csak egyetlen pillanatbeli egyetlen egyszerű keresést képeznek le, de az eljárás alá vont által bemutatott saját mechanizmusai, a felvázolt piaci gyakorlatok és a feltárt információk alapján egyértelműen megállapítható, hogy a portál a találatok kommunikálásához nem szűri még azokat a hirdetéseket sem, amelyek teljesen azonosak, nagyságrendileg többszörözve így az ajánlatok számát az elérhető ingatlanokhoz képest.
87. Az eljárás alá vont 39-41. pontokban ismertetett, a duplikációk fogalmával és elhatárolásaival kapcsolatos álláspontjára visszautalva az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy egyrészt a megtévesztés körében nem a szakmai, hanem a lehetséges fogyasztói értelmezés az irányadó, másrészt egyetért az eljárás alá vont azon véleményével, hogy a fogyasztói érdekeket szolgálja, ha megfelelő tájékoztatással hívja fel a felhasználók figyelmét arra, hogy egy ingatlan több ingatlanhirdetésben is megjelenhet. Az eljáró versenytanács ugyanis nem az eljárás alá vont hirdetés-közzétételi gyakorlatát vagy a különböző típusú duplikációk szűrését és kiiktatását értékelte, hanem az eljárás alá vont kommunikációs gyakorlatát, annak körében pedig különösen azt, hogy az eljárás alá vont úgy kommunikált ingatlan-, illetve hirdetésszámokat, hogy nem volt figyelemmel – többek között – a hirdetések potenciális többszöröződésére. Az elvárt magatartás tehát nem a duplikációk szűrése (vagy a portál működésének bármely más jellegű módosítása), hanem az adott helyzetnek (azaz a duplikációknak) megfelelő kommunikáció.
88. Az eljárás alá vont által használt több mint 455.000 ingatlanra vagy ingatlanra a hirdetésére vonatkozó állítás már önmagában, csak a fentiek alapján valótlan lenne, mivel a többszöröződések révén is jóval nagyobb kínálatra, több hirdetett ingatlanra utal, mint ami valóban elérhető a portálon, így az állítás még akkor is jogsértő lenne, ha az eljárás alá vont igazolni tudta volna, hogy minimum 455.000 ingatlant el tudott érni a fogyasztó bármely időpontban a vizsgált időszakon belül.
89. Az eljárás alá vont azonban nem tudta igazolni, hogy bármikor is valós lett volna az elérhető ingatlanok számára vonatkozó állítás, azaz hogy bármikor a vizsgált időszakon belül, amikor egy fogyasztó keresést végzett és a honlap nyitóoldalán találkozott a kiemelt főüzenettel, akkor aktuálisan talált vagy található volt több mint 455.000 ingatlant – ugyanis az eljárás alá vont maga is akként nyilatkozott, hogy a több mint 455.000 ingatlanhirdetés tulajdonképpen egy tíz hónapos időszak összegzett eredménye, duplikációk vagy régi, lejárt hirdetések szűrésére nincs automatizmusa, a havi, nyitónapi aktuális hirdetések száma nagyságrendileg alacsonyabb a reklámozottnál.
90. Az eljáró versenytanács kiemeli továbbá, hogy semmi nem indokolja azt, hogy 10 hónapos összegzést kommunikáljon az eljárás alá vont és az eljárás alá vont sem igazolta, hogy miért gondolna erre a szűkítő értelmezésre a fogyasztó. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ingatlankeresés során nem a múltbeli eredmény, hanem az aktuális kínálat lehet elsődlegesen releváns a fogyasztó számára, azzal, hogy a múltbeli eredmények is hasznosak lehetnek, de csak akkor segítik a fogyasztói tájékozott döntést, ha egyértelmű, hogy pl. milyen típusú adatról van szó a kommunikációban és milyen időszakra vetítve értelmezendő az adott szám.
91. A fentiek alapján tehát megállapítható, hogy nem valós a több mint 455.000 ingatlanra vagy ingatlanhirdetésre vonatkozó állítás, mivel



- a MAPSOLUTIONS által benyújtott nyilatkozatok és egyéb iratok értelmében a kereskedelmi kommunikáció alkalmazásának ideje alatt lényegesen kevesebb ingatlan volt fellelhető a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon,
- az eljárás alá vont tulajdonképpen a vizsgált kereskedelmi kommunikáció alkalmazását megelőző 10 hónapban közzétett ingatlanhirdetések számának összesített adatait kommunikálta, erről azonban a fogyasztókat nem tájékoztatta, továbbá ezek az adatok is számos többszörözést tartalmazhattak,
- számos esetben azonos ingatlan több (akár azonos) hirdetés tárgyát is képezte, amelyeket így nem ingatlanonként, hanem ingatlanhirdetésekként számolva tartotta nyilván az eljárás alá vont.

### **A befolyásolásra való alkalmasság**

92. Eljáró versenytanács álláspontja szerint a hirdetett ingatlanok száma olyan tényező, amely az ingatlant keresők és általában az ingatlanos portálokat használók számára a hirdetési szolgáltatás hasznosságát, értékét befolyásolja, és így magának a hirdetési szolgáltatásnak a lényeges jellemzőjeként [az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pont alapján] értékelendő. Mindenképpen lényeges szempontnak minősül a megfelelő hirdetési felület kiválasztásának folyamatában az, hogy az ingatlanhirdetések mennyire széles köre jelenik meg az adott weboldalon.

93. Általánosságban megállapítható továbbá szintén a befolyásolás kérdésköre kapcsán, hogy

- bizonyos (jellemzően távközlési csatornákon keresztül elérhető) termékeknek és szolgáltatásoknak annál nagyobb az értéke, minél többen használják őket. Ezen termékek fogyasztók általi felhasználhatósága megköveteli egy összekötő-hálózat meglétét, ahol a fogyasztással kapcsolatos hasznosság újabb felhasználók bevonásával tovább növelhető. Az ilyen pozitív externáliával jellemezhető piacok az ún. hálózati piacok;
- a hálózati externália az a növekvő hasznosság, amelyet a felhasználó a többi felhasználó (a jelen esetben hirdető és keresgélő) számának növekedése, vagy feltételezett növekedése kapcsán érzékel. Az utóbbinak azért van különös jelentősége, mert a hálózati szereplőkre ható legfontosabb tényezők egyike a tagok várakozása;
- ugyanis amikor a fogyasztó terméket vagy szolgáltatást választ a hálózati piacon, akkor a többi fogyasztó döntéseire vonatkozó várakozásai fontos szerepet játszanak, hiszen választásának értéke, hasznossága nagymértékben függ mások választásától. Azaz a döntés meghozatalakor a fogyasztó figyelembe veszi a saját várakozásait mások vásárlási döntésével kapcsolatban;
- a hálózati piacon egymással versengő cégek megpróbálják befolyásolni a fogyasztók várakozásait a profitmaximalizálás érdekében. Ezt azonban csak akkor tudják hatékonyan megtenni, ha a felhasználók nem rendelkeznek tökéletes információkkal a piaci részesedéseket illetően;
- a hálózati piacon megjelenő vállalkozások által kínált új szolgáltatásoknak önmagában igen csekély a használati értéke. Azonban egy bizonyos piaci penetrációt (kritikus tömeg) elérve a termék iránti keresletet már nem kell „mesterségesen” gerjeszteni, a felhasználók azért csatlakoznak, mert a hálózat a megnövekedett felhasználói létszámmal bizonyította, hogy tényleg életképes, a hálózathoz tartozás értéket teremt. A hálózat növekedése nem lineáris;
- a kritikus tömeg nagysága a potenciális felhasználók ítéletén nyugszik, idővel változhat. Ha a fogyasztók azt feltételezik, hogy kevesen vásárolnak a hálózati termékből, akkor az így is lesz, tehát a feltételezésük önbeteljesítő jóslatként fog viselkedni;
- a hálózat annál többet ér, minél több tagot számlál (direkt hálózati hatás). Az indirekt hálózati hatások értelmében a hálózat annál többet ér, minél több kiegészítő terméket lehet hozzákapcsolni.

94. Ebben a körben szükséges arra utalni, hogy fogyasztók valószínűsíthetően számos ingyenes felületre feltöltik hirdetéseiket, ugyanakkor csak azon oldalak, portálok vonatkozásában emelik ki hirdetéseiket, amelyekről azt várják, hogy a lehető legszélesebb vagy az általuk megcélzott legnagyobb fogyasztói körhöz juttatják el a hirdetésüket – elősegítve így a minél hamarabb vagy minél jobb egyéb feltételekkel történő (hatékony) értékesítést, esetlegesen bérbeadást. A hirdetői és a keresői tevékenység azonban (még a hirdetések esetleges kiemelési vagy egyéb díjain túl is) olyan aktív fogyasztói magatartást (frissítések, adatok feltöltése, kínálat- és kereslet-generálás, márkahűség kialakítása, fogyasztói szokások rögzítése) is jelent, amely így piaci értékkel bír és közvetlen kapcsolatba hozható az érintett honlap gazdasági érdekeivel, illetve a szolgáltatás igénybevételének ösztönzésével.
95. Szükséges továbbá megjegyezni, hogy egy adott piac meghatározó szereplője nyilvánvalóan olyan szlogent választ, amely a tényleges és potenciális fogyasztóira hatni képes, feljűk a szolgáltatásról a legfontosabbnak szánt üzenetet közvetíteni tudja. Jelen esetben – illetve hálózatos szolgáltatások esetében általában – a szolgáltatás elterjedtségére, használóinak számára utaló kommunikációk nem pusztán konkrét üzenet nélküli vállalkozás arculati (image-t vagy hangulatot közvetítő) reklámnak tekinthetők, hanem egyértelműen a szolgáltatás lényegi jellemzőjére vonatkoznak, a fogyasztók számára azt az üzenetet közvetítik, hogy itt kiemelkedően sok a hirdetés – azaz olyanok is lehetnek, amiket máshol nem láttak, így szükségtelenné válhat több más/kisebb oldalt végignézniük -, ekként kifejezetten alkalmasak a fogyasztói döntés befolyásolására.
96. Az elérhető ingatlanok kiemelkedő számára tett utalás egyre nagyobb érdeklődést generálhat, azt sugallja, hogy ezen a felületen különösen megéri hirdetni (apróhirdetéseket feltenni, kiemelésekért fizetni) és keresni. Minél magasabb ez a szám, annál nagyobb esélyét láthatja a fogyasztó annak, hogy a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon érdemes eladó/kiadó ingatlanok között keresni, vagy hirdetni, tehát nagyobb lehet a hajlandóság a szolgáltatás igénybe vételére.
97. Ez az üzenet tehát alkalmas a hirdetést feladók és a keresők döntésének befolyásolására, mivel nekik céljuk, hogy minél hamarabb és számukra minél jobb feltételekkel értékesítsék vagy megszerezzék az adott ingatlant és ebből bevételt realizáljanak vagy szükségletet elégítsenek ki, amit segíthet a felület népszerűsége, látogatottsága.
98. A fentiekre tekintettel megállapítható, hogy az eljárás alá vont kommunikációja alkalmas volt a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására.

## **Összegzés**

99. A fentiek alapján az eljáró versenytanács megállapította a Tptv. 76. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján, hogy a MAPSOLUTIONS a fenti (26. pont szerinti) gyakorlata révén megtévesztő módon tájékoztatja a fogyasztókat a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) weboldalon elérhető ingatlanok, illetve ingatlanhirdetések számáról. Az eljárás alá vont magatartásával megvalósította az Fttv. 6. § (1) bekezdés b) pontja szerinti tényállást, és ezzel megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

## **Jogkövetkezmény**

100. A jogsértés Tptv. 76. §-a (1) bekezdésének f) pontja alapján történő megállapításán túlmenően az eljáró versenytanács – az eset összes körülményének figyelembevételével – a Tptv. 76. §-a (1) bekezdésének l) pontja szerint a 78. § (8) bekezdése szerinti figyelmeztetést alkalmazott az arra vonatkozó kötelezettség előírása mellett, hogy az ügyfél alakítson ki a versenyjogi előírásoknak való megfelelést és a jogsértés megelőzését biztosító belső eljárásrendet, ún. megfelelési programot (az összes általa fenntartott portálra vonatkozóan), továbbá a program alapján vizsgálja felül a [www.otthonterkep.hu](http://www.otthonterkep.hu) portál aktuális tartalmát, kommunikációit, illetve a program bevezetését és

alkalmazását igazolja az összes általa fenntartott portálra vonatkozóan (a jelen határozat kézhezvételét követő, meghatározott időn belül).

101. Figyelemmel egyrészt a vizsgált kereskedelmi gyakorlat jellegére (azonos szlogeneket alkalmaz az eljárás alá vont hosszabb ideig), másrészt arra, hogy ugyan az eljárás alá vont a jelen ügyben kifogásolt szlogen közvetlen használatával felhagyott, azonban (lásd a 85. pontot) a portál jelenleg sem feltétlenül teljes mértékben a fogyasztói döntéseket segítően, körültekintően és egyértelműen tájékoztatja a fogyasztókat, így az eljáró versenytanács szerint indokolt, hogy az eljárás alá vont ne pusztán a későbbiekre, az új kommunikációkra és kampányokra nézve alakítson ki és alkalmazzon megfelelési programot, de a program kidolgozását követően vizsgálja felül a portál aktuális tartalmát is – ekként igazolva a program működését.
102. Az eljáró versenytanács jelen esetben a bírságszankció helyett a fenti intézkedéseket megfelelő szankciónak tekintette, mivel a figyelmeztetés alkalmazásának Tpv. 78. §-ának (8)-(9) bekezdése szerinti feltételei teljesülnek:
- az eljárás alá vont KKV-nak minősül,
  - első esetben előforduló jogsértésről van szó,
  - nem az EUMSz. 101. vagy 102. cikkébe ütközik a magatartás,
  - nem sérülékeny (koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportjához tartozó) célcsoporttal szemben megvalósuló jogsértésről van szó,
  - az eljárás alá vont versenyfelügyeleti eljárás során tanúsított magatartása alapján feltételezhető, hogy a vállalkozás jövőbeni magatartásának jogszerűsége, az újabb jogsértés elkövetésétől való tartózkodása így is biztosítható.
103. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a megfelelési programokkal kapcsolatos elvárásokat a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, 12/2017. számú közleményének (a továbbiakban: Közlemény) egyes pontjai részletezik (lásd a VI.2. fejezetet, különösen pedig a 85-86., illetve a 78-81. pontokat), továbbá az egyes, figyelmeztetéssel zárult versenyfelügyeleti eljárásokban hozott döntések ismertetik.<sup>65</sup> Egy-egy vállalkozás mérete, tevékenységi köre, üzleti modellje alapvetően meghatározza, hogy milyen mélységű, terjedelmű és típusú megfelelési programot alkalmaz, azonban az egyes általános alapelveket mindegyik programban érvényesíteni szükséges.
104. A megfelelési programok kidolgozásának alapvető célja a jogszabályi rendelkezések vállalati gyakorlatba ültetésére és rendszerszerű követésére való törekvés. A megfelelési stratégiának mindenekelőtt arra kell irányulnia, hogy felhívja a vállalkozás figyelmét tevékenysége uniós és/vagy hazai versenyjogi szabályokkal való lehetséges ütközésére és ismertesse, hogy ezek hogyan kerülhetők el, illetve miként kezelhetők a vállalkozás valamennyi szintjén, a munkavállalói szinttől kezdve a felsővezetői szintig. A megfelelési program biztosítja a vállalkozás számára a jogsértések elkerüléséhez, illetve gyors és hatékony kezeléséhez szükséges lépéseket.
105. A megfelelési stratégiát a vállalat szervezeti struktúrájának valamennyi szintjén terjeszteni kell és a vállalatban belüli egyértelmű kommunikáció érdekében a stratégiát írásba is kell foglalni. A megfelelési program ideális esetben általános ismertetést nyújt a vonatkozó fogyasztóvédelmi, illetve versenyszabályokról, azok céljáról, valamint kifejti ezek végrehajtásának módját is, emellett útmutatást ad a különös kockázatot jelentő területekre vonatkozóan, gyakorlati tanácsokkal összegzi mind az

<sup>65</sup> Lásd pl. a VJ/46/2017. számú, figyelmeztetéssel zárult versenyfelügyeleti eljárás utóvizsgálatában hozott döntést.

európai uniós, mind pedig a hazai jogszabályi tilalmakat, ezeket figyelmeztető jelzésekkel, illetve versenyhatósági vagy bírósági joggyakorlatból vett példákkal látja el. A tilalmak felsorolása jelentheti az egyértelműen jogellenes magatartások bemutatását, a figyelmeztető jelzések pedig olyan helyzetekre hívhatják fel a vezetők és alkalmazottaik figyelmét, amelyekben fennáll a versenyjogi szabályokba ütközés lehetőségének kockázata.

106. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a megfelelési program megfelelő támogatottságot kell, hogy élvezzen a vállalat vezetőinek részéről, a jog tiszteletben tartására a vállalat működését meghatározó alapelvként kell tekinteni. A sikeres megfelelési stratégia alapvető jellemzője, hogy világos jelentéstételi mechanizmusokat kell tartalmaznia, így amennyiben a vállalkozás alkalmazottja vagy vezetője észlel, vagy akár csak gyanít valamilyen jogsértést, a programban pontos útmutatást kell találnia arról, milyen lépéseket kell tennie.
107. A megfelelési törekvések során továbbá jelentős szerep jut a vállalkozás által alkalmazandó jogszabályokról szóló képzéseknek. Amennyiben a vállalkozás olyan ágazatban folytatja tevékenységét, amelynek bizonyos területei különös kockázatokat rejtnek magukban – ha például valamely tevékenység kapcsán korábban már számos versenyjogi jogsértést követtek el – az azt jelenti, hogy ezen a területen különösen körültekintően kell eljárni.
108. Az eljáró versenytanács felhívja a figyelmet továbbá arra is, hogy határozatában nem pusztán (több portálra vonatkozó) megfelelési program megvalósítását és alkalmazását, hanem azok – határidőn belüli – igazolását is előírta, amely igazolás kiterjed egyrészt a kialakításra kerülő általános gyakorlat (belső eljárásrend), másrészt az új eljárásrend szerinti, az [otthonterkep.hu](http://otthonterkep.hu) portálra vonatkozó felülvizsgálat, mint tényleges megfelelési intézkedés részletes bemutatására.
109. Amennyiben az eljárás alá vont határidőben nem tesz eleget igazolási kötelezettségének és így a figyelmeztetéssel egyidejűleg előírt intézkedések teljesítése nem lesz ellenőrizhető, a Gazdasági Versenyhivatal mérlegelni fogja az utóvizsgálat, illetve a végrehajtás elrendelésének szükségességét.
110. Továbbá amennyiben hatástalan lesz a megfelelést célzó, újabb jogsértéseket megelőzni hivatott figyelmeztetés és a Gazdasági Versenyhivatal ismét a versenyjogi elvárásoknak nem megfelelő kereskedelmi gyakorlatot valószínűsít, új versenyfelügyeleti eljárást is indíthat az eljárás alá vont ellen, amelyben – jogsértés megállapítása esetén – már nem lesz lehetőség figyelmeztetés alkalmazására. Az eljáró versenytanács felhívja az eljárás alá vont figyelmét, hogy ha a jövőben olyan kereskedelmi gyakorlatot tanúsít, amellyel a jelen határozatban foglalt kötelezést (illetve az erre tekintettel kialakított belső eljárásrendjét) is megsérti, az az adott esetben – az ügy összes körülményeitől is függően – a bírság összegét növelő súlyosító körülmény is lehet (lásd a Közlemény 39. pontját). Ugyanakkor, egy esetleges későbbi magatartás értékelésekor, a megfelelési program betartása – a megfelelés érdekében tett konkrét, érdemi és igazolható erőfeszítés – enyhítő körülmény is lehet (lásd a Közlemény 76-82. pontjait).

## VIII.

### Eljárási kérdések

111. A Tpv. 80/I. § szerint a jogorvoslatra az adott fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. §-a szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél - az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével - a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
112. A közigazgatási per szabályait a közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg.

113. A Kp. 29. § (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. § (1) bekezdése szerint az elektronikus ügyintézés és a bizalmi szolgáltatások általános szabályairól szóló 2015. évi CCXXII. törvény (a továbbiakban: E-ügyintézési tv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan - az E-ügyintézési tv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon - nyújthat be a bírósághoz.
114. Az E-ügyintézési tv. 9. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és annak jogi képviselője.
115. A Kp. 39. § (1) bekezdése szerint a keresetlevelet - ha törvény eltérően nem rendelkezik - a vitatott közigazgatási cselekmény közlésétől számított harminc napon belül kell a vitatott cselekményt megvalósító közigazgatási szervhez benyújtani.
116. A Kp. 39. §-ának (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.

Budapest, 2019. május 14.

dr. Kőhalmi Attila s.k.  
versenytanácsstag

dr. Szoboszlai Izabella s.k.  
előadó versenytanácsstag

Váczi Nóra s.k.  
versenytanácsstag