



A KÚRIA
mint másodfokú bíróság
í t é l e t e

Az ügy száma: Kf.VI.37.735/2018/7.

A tanács tagjai: Dr. Sperka Kálmán a tanács elnöke, Dr. Vitál-Eigner Beáta előadó bíró,
Dr. Sugár Tamás bíró

A felperes: Magyar Telekom Nyrt. (1013 Budapest, Krisztina körút 55.)

A felperes képviselője: CMS Cameron McKenna LLP Ügyvédi Iroda (1053 Budapest,
Károlyi u. 12., ügyintéző ügyvédek: és)

Az alperes: Gazdasági Versenyhivatal (1054 Budapest, Alkotmány u. 5.)

Az alperes képviselője: Dr. Nacsa Mónika kamarai jogtanácsos

A per tárgya: versenyügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata

A fellebbezést benyújtó fél: az alperes

A fellebbezés száma: 8.

Az elsőfokú bíróság neve, határozatának kelte és száma: Fővárosi Törvényszék 2018.
április 11-én kelt 13.K.700.022/2018/7. számú ítélete

Rendelkező rész

A Kúria a Fővárosi Törvényszék 13.K.700.022/2018/7. számú ítéletét helybenhagyja.
Kötelezi az alperest, hogy 15 napon belül fizessen meg a felperesnek 3.000.000.-
(hárommillió) forint fellebbezési eljárási költséget.
A fellebbezési illetéket az állam viseli.

Az ítélet ellen felülvizsgálatnak nincs helye.

I n d o k o l á s

A fellebbezés alapjául szolgáló tényállás

- [1] Az alperes a 2017. január 17. napján kelt Vj/104-110/2015. számú határozatában megállapította, hogy a felperes
- a 2014. október 18-tól 2015. június 30-ig lebonyolított „Legnagyobb 4G hálózat” szlogenű
hat kampánya keretében nem tárgyilagosan hasonlította össze a saját és a versenytársai 4G
mobilinternet hálózatainak nagyságát (első jogsértés), valamint

Kf.VI.37.735/2018/7.

- a 2014. október 18. és 2014. december 31. között lebonyolított két kampánya során („Legnagyobb 4G kampány”, „4G rollout tél kampány”) egyes kommunikációs eszközein a fogyasztók megtevesztésére alkalmas módon használta a 4G mobilinternet hálózatából való letöltéssel kapcsolatban az „akár 150 MBit/s sebességgel”, illetve az „akár 150 MBit maximális sebességgel” állításokat (második jogsértés).

- [2] A két jogsértés miatt a felperest 600.000.000.- forint bírság megfizetésére kötelezte.
- [3] Indokolásában az első jogsértés körében megállapította, hogy a „Magyarország legnagyobb 4G mobilhálózata” szlogen formáját tekintve piacelsőségi állítás, a másik két versenytárs kilétének közismertségére és ezáltal a szolgáltatásuk felismerhetővé válására figyelemmel a reklámüzenet összehasonlító reklámnak minősül. Az összehasonlításban a szolgáltatás egyetlen eleme, a hálózati lefedettség jelent meg.
- [4] Érvelése szerint a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 10. § b) pontja alapján először azt kell vizsgálni, hogy az itt felsorolt első négy szempont objektíve, tényszerűen megvalósult-e az összehasonlítás során. Igenlő válasz esetén a második lépésben azt kell megvizsgálni, hogy az összehasonlító reklám objektív képet ad-e a fogyasztónak.
- [5] Az Európai Unió Bírósága (a továbbiakban: EUB) C-356/04. számú Lidl Belgium ügyben (a továbbiakban: Lidl ügy) hozott ítéletéből következően a felperesnek meg kellett volna jelölnie, hogy a fogyasztók hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről a reklám vagy annak hitelessége, illetve a tulajdonság ellenőrzése, ellenőriztetése végett. A felperes azonban a fogyasztók felé csak a lefedettségi térképeit kommunikálta, a másik két szolgáltató hálózatának lefedettségére vonatkozó térképek, vagy azok elérhetőségeire való utalás nélkül azonban az az összehasonlítás megállapítására alkalmatlan. A felperesi reklámokban ezért nem teljesült a fogyasztók általi ellenőrizhetőség kritériuma.
- [6] Önmagában az a körülmény, hogy 2014 októberétől 2015 júniusáig a felperes hálózatának országos lefedettségi mutatói valóban a legnagyobbak voltak, a piaci körülmények miatt nem teszik objektívvé az összehasonlítást a 4G hálózatok lefedettsége tekintetében. A 2014 októberében lezárult frekvenciakiosztási pályázat eredményei, a felperes és a Telenor között 2014 novemberében kötött frekvencia haszonbérleti szerződés, továbbá az a tény, hogy a Telenor 2015. június – júliusban az országos lefedettség körében közel került a felpereshez, majd 2015 végére utol is érte, valamint az, hogy a Vodafone az országos lefedettség tekintetében 2015 végére jelentősen megközelítette a felperes lefedettségét, azt jelenti, hogy valójában egy olyan tulajdonságra vonatkozó összehasonlító állítás történt, amely a szolgáltatás vonatkozásában – annak fogyasztók általi igénybevételének hosszára is tekintettel – nem meghatározó, nem jellemző. Nem minősülhet objektívnek az a közlés, hogy egy adott pillanatban egy mobilszolgáltató hálózatának lefedettsége a legnagyobb akkor sem, ha az a közlés pillanatában igaz volt, de egyébként objektíve megállapítható, hogy ez a helyzet csak viszonylag rövid ideig fog fennállni.
- [7] A második jogsértéssel kapcsolatban az alperes megállapította, hogy a felperes megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés b) pontjában foglalt magatartást, amivel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerinti tilalmat.
- [8] A bírság mértéke meghatározásánál az alperes a Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Versenytanács Elnökének 2/2015. számú Közleménye (a továbbiakban: Bírságközlemény) alapján a kommunikációs költségösszegeből indult ki. A második jogsértéssel összefüggésben súlyosbító vagy enyhítő körülményeket nem azonosított (312. pont). Az első jogsértés tekintetében részletezte az enyhítő és súlyosbító körülményeket. Az ezekre figyelemmel meghatározott bírságösszeg a kiszabható maximális bírság 1,2%-a.

A kereseti kérelem

- [9] A felperes anyagi- és eljárási jogszabálysértésekre hivatkozással kérte a határozat bírósági felülvizsgálatát.
- [10] Egyebek mellett állította, hogy az alperes tévesen értelmezte a Tpvt. 10. § b) pontjában foglaltakat. A mobilinternet esetében a lefedettség meghatározó és jellemző tulajdonság, reklámállítása tárgyilagos volt, egyébként pedig nem jogszabályi feltétel a fogyasztó általi közvetlen ellenőrizhetőség. Mindezen túl az alperes a kommunikációt olyan időszak tekintetében kérte számon, amelyre a reklám nem is utalt. Megjegyezte, hogy állítása a belátható jövőre nézve is valós volt.

Az elsőfokú ítélet

- [11] Az elsőfokú bíróság ítéletével az alperes határozatát részben megváltoztatta, az első jogsértés megállapítását és az arra eső bírságrészt mellőzte, egyben a fennmaradó második jogsértés miatt kiszabott bírság összegét 3.086.464.- forintban állapította meg. Ezt meghaladóan a felperes keresetét elutasította.
- [12] Indokolásában a Tpvt. 10. § b) pontjában és a Lidl ügyben hozott ítélet 44. és 45. pontjában foglaltakból – figyelemmel a 97/55/EK irányelv 7. preambulumbekzdésére is – azt a következtetést vonta le, hogy a termék jelentős, lényeges, ellenőrizhető és jellemző sajátosságainak együttes kritériumai biztosítják azt, hogy az összehasonlítás tárgyilagos legyen. Első lépésben tehát azt kell megvizsgálni, hogy a Tpvt. 10. § b) pontjában felsorolt négy ismérv tényszerűen megvalósult-e az összehasonlítás során (tárgyilagosság első szintje), azaz a reklámállítás lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonsága-e a 4G mobilinternet szolgáltatásnak. Ezt követően, a 84/450/EGK tanácsi irányelv (a továbbiakban: Irányelv) 3a. cikk (1) bekezdésének c) pontjára figyelemmel azt kell vizsgálni, hogy ezt a négy kritériumot teljesítő tulajdonságot tárgyilagosan hasonlították-e össze (tárgyilagosság második szintje). Ez utóbbi a szubjektív értékelésű összehasonlítások kizárására irányul.
- [13] A felek között nem volt vitatott, hogy a kifogásolt reklámállítás az áru lényeges tulajdonságára vonatkozott.
- [14] A Lidl ügyben rögzítetteket nem tartotta irányadónak, mert abban a vizsgálat tárgya az összehasonlítható termékválasztéokra vonatkozó csoportos összehasonlítás volt. Jelen esetben azonban az összehasonlítás egyelemű volt.
- [15] Érvelése szerint a beazonosítható, egyértelmű szolgáltatás (áru) esetében közömbös, hogy a reklámüzenet hitelességét ki és milyen módon ellenőrizheti, a jogszabályi követelmény ugyanis csupán a tulajdonság elvi ellenőrizhetőségének a biztosítása. Ezért a felperes nem járt el jogsértően azzal, hogy a kommunikációiban nem jelölte meg, hogy a fogyasztók pontosan hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről.
- [16] A piac versengő, dinamikus jellegéből véleménye szerint az következik, hogy a vállalkozások jogosultak az elért eredményeiket kommunikálni. Mindaddig ugyanis, amíg a versenyben elérendő cél a 100%-os lefedettség, addig a fogyasztó számára a pillanatnyi állapot is meghatározó és jellemző ismérv. A lefedettség már egy nem versengő, 100%-os lefedettségű piac esetében minősül nem meghatározó és nem jellemző tulajdonságnak. A piaci viszonyok várható változása, a versenytársak lehetséges eredményei nem teszik kétségessé a jelenre vonatkozó és a jövőre semmilyen módon nem utaló, egy esetleges előfizetés időszakára ígéretet nem tartalmazó kommunikáció tárgyilagosságát, különösen akkor, ha az egyes szolgáltatók közötti különbség az alperes által is ellenőrizhetően mérhető.
- [17] Megítélése szerint, bár az alperes a tényállást kellő mértékben feltárta, a konkrét reklámüzenet

Kf.VI.37.735/2018/7.

tekintetében téves következtetésre jutott, a felperes állításai a tárgyilagos összehasonlítás követelményét nem sértették meg.

- [18] A második jogsértés tekintetében az alperesi döntést megalapozottnak ítélte.
- [19] A bírságkiszabás körében a Tpvt. 78. § (3) bekezdésére és a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 339/B. §-ára utalással leszögezte, hogy a felperes nem jelölt meg olyan enyhítő körülményt, amely a bírság okszerűbb mérlegelését eredményezte volna.
- [20] Mivel a második jogsértés vonatkozásában a keresetet nem találta megalapozottnak, ezért az alperes által e jogsértés miatt kiszabott bírságösszeget az alperessel egyezően – az első jogsértés miatt kiszabott bírság teljes bírságösszegeből történő mellőzésével – állapította meg.

A fellebbezés és ellenkérelem

- [21] Az alperes fellebbezésében elsődlegesen az elsőfokú ítélet megváltoztatását és a felperes keresetének teljes elutasítását, másodlagosan az ítélet hatályon kívül helyezését és az elsőfokú bíróságnak a per újabb tárgyalására és újabb határozat hozatalára való utasítását kérte.
- [22] Előadta, hogy az elsőfokú ítélet sérti a Pp. 215. §-át és 221. § (1) bekezdését, 339/B. §-át, továbbá a Tpvt. 10. § b) pontját, az Fttv. 6. §-át, 7. § -át és 14. §-át, valamint az Irányelvben, illetőleg az azt felváltó 2006/114/EK irányelvben (a továbbiakban: Irányelv2.) foglaltakat.
- [23] Érvelése szerint a meghatározó és jellemző ismérv esetén az vizsgálendő, hogy az adott tulajdonság nem csupán a fogyasztó szemszögéből, hanem objektíven, ténylegesen is érdemi, az adott árura jellemző, az áru igénybevétele szempontjából fontos, meghatározó legyen. Önmagában a 4G hálózat lefedettségi mértéke egy lényeges körülmény a fogyasztók számára. A felperes azonban nem tárgyilagosan a lefedettség mértékére vonatkozóan, hanem egy nem meghatározó, nem jellemző ismérvről, az aktuális lefedettségi állapotáról tájékoztatta a fogyasztókat annak ellenére, hogy maga tudta, hogy egy dinamikusan fejlődő piacról van szó, ahol belátható időn belül el fogja veszíteni piacelsőségét.
- [24] Álláspontja szerint valamennyi összehasonlító reklám tekintetében érvényesülnie kell annak a Lidl ügyben is megfogalmazott fogyasztóvédelmi célnak, miszerint a reklámozónak meg kell jelölnie, hogy a reklám címzettjei hol és hogyan szerezhetnek nehézség nélkül tudomást az összehasonlítás elemeiről az összehasonlítás hitelességének ellenőrzése vagy ellenőriztetése céljából. Az „összehasonlítás elemei” kifejezés értelmében a reklámozó kötelessége megjelölni azt is, hogy a saját termékét a versenytárs mely termékével hasonlította össze. A fogyasztóknak egy esetleges közigazgatási vagy bírósági eljárás hiányában is lehetőségük kell, hogy legyen a reklámban foglalt összehasonlítást ellenőrizni, amely független attól, hogy az összehasonlító reklám egy vagy több elemű összehasonlításon alapul.
- [25] A felperes kizárólag a saját lefedettségi térképét jelölte meg a fogyasztók számára, amely a versenytársak lefedettségi térképei hiányában önmagában alkalmatlan bármilyen összehasonlításra.
- [26] Ezen kívül a felperes által közzétett térkép nem tartalmaz semmilyen formában összesített adatokat, így még a versenytársak lefedettségi térképeinek ismeretében sem alkalmas a fogyasztók számára az összehasonlítás, az elsőfokú állítás ellenőrzésére. A fogyasztók a térkép alapján legfeljebb ránézéssel szerezhetnek információt a lefedettség mértékéről, ezzel a módszerrel viszont csak a szolgáltatók közötti néhány %-ot jelentősen meghaladó különbségek vehetők észre, de a dinamikusan fejlesztett hálózatok folytán a szolgáltatók között rövid idő alatt csökkenő, majd megszűnő, finom különbségek nem érzékelhetők.
- [27] Érvelése szerint nem elegendő, ha az ellenőrizhetőség csak elvi szinten teljesül, ugyanis hiába állítható, hogy valami matematikai úton ellenőrizhető lenne, így például a hálózati lefedettség nagysága, ha valójában nem léteznek számadatok, amelyek alapján matematikai úton

Kf.VI.37.735/2018/7.

ténylegesen ellenőrizhető a tulajdonság.

- [28] Ezen kívül a jogalkotó nem „ránézésre” alapozott következtetést várt el, az ellenőrizhetőségnek számszerűsíthető, azaz nem szubjektív adatokon kell alapulnia. Ellenkező esetben a Tpvt. 10. § b) pontjában megfogalmazott fogyasztóvédelmi cél kiüresedne. A lefedettségi térkép jellegénél fogva alkalmatlan az összehasonlításra.
- [29] Állította, hogy az elsőfokú ítélet önellentmondásos és nem tesz eleget az indokolási kötelezettségnek, ezen kívül túlterjeszkedik a kereseti kérelmen. Nem indokolta meg ugyanis megfelelően, hogy miért vizsgálendő a felek kérelme ellenére a reklám valóságtartalma, az, hogyan illeszkedik a Tpvt. 10. § b) pontjához.
- [30] Jogértelmezése szerint, abból, hogy nincs előírva, kinek és milyen módon kell tudnia az ellenőrzést elvégezni, az következik, hogy mindenki számára ellenőrizhetőnek kell lennie a tulajdonságnak, amelyen az összehasonlítás alapul. Jogszabálysértő egy olyan értelmezés, amely az ellenőrizhetőség körében egy későbbi hatósági eljárásra hagyatkozik, és megelégszik azzal, ha az állítás hitelességének ellenőrzésére csak a hatóság képes.
- [31] Ezen kívül az ítélet nem tartalmazza, hogy mi alapján határozta meg a bíróság a második jogsértés tekintetében a bírság összegét. Az ítéletből nem állapítható meg, hogy a bíróság vizsgálta-e a bírság kiinduló összegét, kizárólag azt vizsgálta-e meg, illetve megvizsgált-e súlyosbító, enyhítő körülményeket, korrekciós tényezőket, vagy a bírság maximumhoz való illeszkedést.
- [32] Amennyiben csak a kiinduló összeget vette figyelembe, akkor többek között nem vizsgálta meg azt, hogy a kiszabott bírság kellő mértékű elrettentő erőt képvisel-e, eleget tesz-e a speciális és generális prevenciók célkitűzéseinek. Az ítéletben részletes indokolást kellett volna adni arról, hogy milyen szempontokat, milyen tényezőket mérlegelt a bírság összegének megállapításakor.
- [33] A felperes fellebbezési ellenkérelmében az elsőfokú ítélet helybenhagyását kérte.
- [34] Előadta, hogy a mobilinternet előfizetések esetében lényeges tulajdonság a 4G-vel lefedett hálózat nagysága, az aktuális piaci elsőség meghatározó döntési támpont, még akkor is, ha a termék használati ideje alatt esetlegesen más szolgáltatók is elérhetik ugyanazt a lefedettséget. A 4G lefedettség alakulása szolgáltatóként bárki számára elérhető információ, maga az alperes is ellenőrizni tudta ezt a tulajdonságot. A „Legnagyobb 4G hálózat” állítás semmilyen szubjektív értékítéletet nem tartalmaz, az egy pusztán ténymegállapítás, amely a tárgyilagos összehasonlítás követelményének megfelel.
- [35] Állította, hogy a Tpvt. 10. § b) pontjában meghatározott lényeges, meghatározó és jellemző tulajdonság egyetlen kritériumot takar. Az alperes nem tudott észszerű definíciót vagy kézzel fogható elhatárolási pontokat azonosítani e három követelmény esetében. A határozatában is önkényesen választotta le a lényeges kritériumot, elismerve annak teljesülését, majd a meghatározó és jellemző tulajdonságokat egyben kezelte.
- [36] A törvény szerinti ellenőrizhetőség az összes felmerülő jogértelmezési módszer szerint elvi ellenőrizhetőséget jelent.
- [37] A Tpvt. követelményéből nem olvasható ki, hogy a jelenre vonatkozó reklámállításnak a jövőre nézve is valósnak kellene lennie, az pedig különösen nem, hogy ez jelentené a meghatározó és a jellemző tulajdonság teljesülését az összehasonlító reklámok esetében. Állította, hogy ugyanakkor a kifogásolt szlogen megfelel az egyébként minden jogszabályi alapot nélkülöző alperesi többletkövetelménynek is, a korábbi piacelsőségét ugyanis nem veszítette el, a 2018. április 5-ei időállapot szerint is még mindig neki volt a legnagyobb területi lefedettsége.
- [38] Életszerűtlen az az elvárás, miszerint egy tartós fogyasztásra szánt termék vagy szolgáltatás teljes élettartama alatt igaz legyen egy adott pillanatra vonatkozó kampányállítás, amennyiben ugyanis az állítás jövőbeni változásaira, illetve annak pusztán lehetőségére is tekintettel kellene

Kf.VI.37.735/2018/7.

lenni a meghatározó kritérium megítélésekor, akkor valamennyi olyan összehasonlító reklám automatikusan jogszerűtlenné válna, amely esetében egyáltalán felmerülhet, hogy egy adott jövőbeni időpillanatban esetleg már nem lesz igaz. Ez esetben a legjobb műszaki cikkek gyártója e kiválóságát gyakorlatilag nem tehetné közzé.

- [39] A Lidl ügyel összefüggésben hangsúlyozta, hogy jelen esetben egyelemű összehasonlításról van szó. Megjegyezte, hogy az ellenőrzést mind a fogyasztó, mind a hatóság könnyűszerrel megtehetette.
- [40] Azzal is érvelt, hogy az alperes az őt terhelő bizonyítási kötelezettség ellenére semmivel sem támasztotta alá azt a feltételezését, miszerint belátható időn belül elveszíti piacelsőségét.
- [41] A bírságösszeg meghatározása nem jogszabálysértő, annak feltárása és indokolása jogszerűen, éppen az alperesi eredeti bírságkiszabási logikát nem felülírva történt.

A Kúria döntése és jogi indokai

- [42] A fellebbezés nem alapos.
- [43] A Kúria az elsőfokú bíróság ítéletét a Pp. 253. § (3) bekezdése alapján a fellebbezési kérelem és a fellebbezési ellenkérelem keretei között vizsgálta.
- [44] A Kúria szerint az elsőfokú bíróság a pontosan és törvényesen megállapított tényállásból helytálló jogi következtetést vont le.
- [45] A Kúria elsődlegesen rögzíti, hogy az elsőfokú bíróság vizsgálta a közigazgatási eljárás teljes anyagát, a felek perbeli nyilatkozatait, beadványait, a bizonyítékokat a Pp. 206. § (1) bekezdésnek megfelelően egyenként és a maguk összességében is értékelte. Ezekre figyelemmel helytállóan tárta fel a jogvita elbírálásához szükséges tényállást, a vonatkozó jogszabályi rendelkezések helyes értelmezésével jogszerűen jutott arra a következtetésre, hogy a felperes keresete részben alapos, az alperes határozata az első jogsértés tekintetében jogszabálysértő. Kifejtett indokait a Kúria maradéktalanul osztja, azok megismétlése nélkül a fellebbezésben foglaltakra utalással a következőket hangsúlyozza.
- [46] A Tpvt. 10. § b) pontja értelmében az összehasonlító reklámban az összehasonlításnak az áruk lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságára kell vonatkoznia, és tárgyilagosnak kell lennie.
- [47] Az alperes és az elsőfokú bíróság is helytállóan jutott arra a következtetésre, hogy a Tpvt. 10. § b) pontjában foglalt rendelkezés a tárgyilagosság tágabb szintjére utal. Ennek megfelelően egyrészt az áruk olyan lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonsága hasonlítható össze, amely tulajdonságok objektív érdemi összevetést tesznek lehetővé, másrészt pedig magát az összehasonlítást is tárgyilagosan kell elvégezni, azaz az egyes tulajdonságok egybevetése nem alapulhat szubjektív értékítéleten.
- [48] A Kúria – a felperes érvelésével szemben – elfogadta azt az alperesi állítást is, miszerint a törvényben meghatározott lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonság nem egyetlen kritériumot takarnak, azaz e fogalmak nem szinonimái egymásnak. A jogi norma nem szépirodalmi mű, ezért ha az egyes tényállási elemek hasonló tartalommal is bírnak, azt, hogy a jogalkotó nem szinonimákat használ, és a tényállási elemek között különbség tehető és teendő, feltételezni kell. Adós maradt ugyanakkor az alperes ezen különbözőségek bemutatásával. Amennyiben a Tpvt. 10. § b) pontjában foglaltak megsértéséhez az alperes szankciót fűz, akkor pontosan be kell mutatnia, hogy mit ért lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonság alatt, hol van a határ az egyes fogalmi kritériumok között.
- [49] Az alperes emellett következetlen is volt annyiban, amennyiben bár különböző tulajdonságoknak tartotta a felsorolt négy elemet, ennek ellenére – minden ténybeli, illetve jogi indok nélkül – mégis összevonta a „meghatározó” és a „jellemző” szempontokat. Nem adott választ arra, hogy miért különül el a négyes felsorolásból a lényeges és az ellenőrizhető

Kf.VI.37.735/2018/7.

elem, ugyanakkor miért összetartozó a meghatározó és a jellemző feltétel.

- [50] A hálózati lefedettség, a „legnagyobb 4G hálózat” állítás az összehasonlító reklámban meghatározott feltételeknek megfelel. A reklámüzenet valóban statikus állapotot tükröz, ám az alperes semmivel nem támasztotta alá azt, hogy mi zárná ki a vállalkozás kimagasló teljesítményének kommunikálását. Az alperesi érvelés elfogadása azzal a következménnyel járna, hogy mindazokon a területeken, ahol a piac dinamikusan változik, az egyes termékek műszaki tulajdonságai folyamatosan fejlődnek, az adott tulajdonság tekintetében piacvezető társaság a versenytársakhoz képest elért jobb teljesítményét nem tudná reklámozni.
- [51] Az alperes nem fejtette ki álláspontját arra nézve sem, hogy a reklámozóknak milyen távra kellene előre gondolkodniuk, hol a határ, mi az, ami még pillanatnyi előnynek minősül, és mikortól statikus a piaci kép.
- [52] Az alperes nem részletezte, hogy az általa vizsgált 8 hónap időtartam alatt a felperesi folyamatos piacelsőség – még az általa elvárt hűségidő tekintetében is – miért minősül csupán pillanatnyinak. Ezen kívül semmivel nem támasztotta alá, hogy ezt az állapotot miért is kellene a hűségidő viszonylatában vizsgálni.
- [53] A határozatból nem derül ki, az alperes mi alapján állította azt, hogy a közlés pillanatában igaz piacelsőségi állítás csak viszonylag rövid ideig fog fennállni, továbbá hogy a felperes maga is tisztában volt azzal, hogy a helyzet belátható időn belül változni fog. Ez azért is lett volna különösen fontos, mert az alperes válasz nélkül hagyta azt a felperesi érvelést, miszerint még a 2018. április 5-i időállapot szerint is piacvezető volt. Nem cáfolta tehát, hogy a 4G területi lefedettség tekintetében a felperes továbbra is első a hazai piacon.
- [54] A piac gyors fejlődése a fogyasztó előtt ismert, a fogyasztó igénye az aktuálisan legmagasabb teljesítményhez igazodik. Számára a „most” a fontos, nem pedig az, hogy esetleg más szereplő mennyi idővel később tud hasonló színvonalú szolgáltatást nyújtani.
- [55] Az alperes azt sem rögzítette, hogy pontosan milyen mélységű információt kellett volna adnia a felperesnek a versenytársak jelenlegi állásáról. A határozatból nem állapítható meg, hogy milyen jogszabályi alapon, milyen részletesen kellett volna a frekvenciapályázat eredményét, illetve a Vodafone és a Telenor elért értékeit kommunikálni, illetve milyen időtávra kellett volna a versenytársak piaci teljesítményét közölni.
- [56] A fentiek alapján a Kúria az eljárt bírósággal egyezően jutott arra a következtetésre, hogy a tárgyilagosság követelménye nem sérült azáltal, hogy a felperes a vizsgált reklámokban nem jelenítette meg, hogy a kommunikációja pusztán pillanatnyi elsőségi állítás.
- [57] A Kúria az ellenőrizhetőség tekintetében is maradéktalanul egyetért az elsőfokú bíróság által kifejtett indokokkal. A normaszöveg az „ellenőrizhető” kifejezést használja, ezt sem a hatóságok, sem a fogyasztók vonatkozásában nem konkretizálja. Helytálló az az alperesi érvelés, miszerint az ellenőrizhetőség itt azt jelenti, hogy bárki számára ellenőrizhetőnek kell lennie az összehasonlított tulajdonságoknak. E követelményt a felperesi reklám teljesíti, az állítása bárki által leellenőrizhető. A törvény szövegéből nem vonható le az a következtetés, hogy a felperesnek az ellenőrizhetőség tekintetében részletes tájékoztatást, mintegy információhalmazt kellett volna közvetítenie.
- [58] Az előzőekre tekintettel nincs jelentősége a lefedettségi térképekkel kapcsolatos alperesi előadásnak.
- [59] A Lidl ügy a Kúria szerint sem irányadó jelen esetben, mert az EUB abban az ügyben nem egyetlen elem összehasonlításának ellenőrizhetőségéről foglalt állást. Az egyetlen elem, a 4G hálózat lefedettségének összehasonlíthatósága tekintetében nem vehetők figyelembe a fogyasztói kosár összehasonlíthatóságával kapcsolatos ítéleti megállapítások.
- [60] A bírságszabás körében a Kúria is jelentőséget tulajdonított az alperesi határozat 312. pontjában foglaltaknak, nevezetesen a második jogsértéssel összefüggésben az alperes súlyosbító vagy enyhítő körülményeket nem azonosított. Ez azt jelenti, hogy az alperes a

Kf.VI.37.735/2018/7.

mérlegelésnél vizsgálta a Pp. 78. § (3) bekezdésében meghatározott körülményeket, ám a második jogsértésre nézve az alapösszegtől való eltérésre nem látott lehetőséget.

- [61] Az alperes kizárólag az első jogsértéssel kapcsolatban határozott meg olyan szempontokat, amelyek az alapösszegtől való eltérést indokolták. Az alperes nem hivatkozott arra, hogy a saját mérlegelése jogszabálysértő lenne, a felperes sem terjesztett elő arra nézve fellebbezést, hogy a második jogsértés tekintetében más bírságösszeg lenne indokolt.
- [62] Az elsőfokú bíróság éppenhogy elfogadta az alperes mérlegelését, azt követve határozta meg a fennmaradó jogsértésre jutó bírságösszeget. Az ítélet indokolásából egyértelműen kitűnik, hogy miként járt el a bírság megváltoztatása körében. Az indokolási kötelezettségét e körben sem sértette meg.
- [63] Az eljáró bíróság a kereseti kérelmen nem terjeszkedett túl, kizárólag a keresetben megjelölt jogszabálysértéseket vizsgálta. Még akkor is a Tpv.-nek való megfelelést értékelte, ha rögzítette azt – az egyébként senki által sem vitatott – tényt, miszerint a felperesi reklámállítás valós. Ezt a tényt az elsőfokú bíróság éppen annyira vizsgálta, amennyiben az az alperes által felrótt jogsértéshez kapcsolódik, azzal szorosan összefügg.
- [64] A fentiekre figyelemmel a Kúria az elsőfokú bíróság ítéletét a Pp. 253. § (2) bekezdése alkalmazásával helybenhagyta.

A döntés elvi tartalma

- [65] *A Tpv. 10. § b) pontjában meghatározott jelentős, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságok nem szinonimák, hanem más-más tartalommal bíró önálló tényállási elemek. Az összehasonlító reklámban a jelentős, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonság összehasonlításának tárgyilagosságnak kell lennie.*
- [66] *Nem minősül pillanatnyi elsőégi állításnak a dinamikus fejlődő piacon a legalább 8 hónapig tartó piacelsőség megőrzése.*

Záró rész

- [67] A Kúria a fellebbezést a Pp. 340. § (5) bekezdése szerint tárgyaláson bírálta el.
- [68] A pervesztes alperes a Pp. 78. § (1) bekezdésének megfelelően köteles a felperes fellebbezési eljárási költségét megfizetni.
- [69] A tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt fellebbezési illetéket a személyes illetékmentességben részesülő alperes helyett az állam viseli a bírósági eljárásban alkalmazandó költségmentességről szóló 6/1986. (VI.26.) IM rendelet 14. §-ára alapozottan.
- [70] Az ítélet elleni felülvizsgálatot a Pp. 271. § (1) bekezdés e) pontja zárja ki.

Budapest, 2019. május 8.

Dr. Sperka Kálmán s.k. a tanács elnöke, Dr. Vitál-Eigner Beáta s.k. előadó bíró, Dr. Sugár Tamás s.k. bíró