

Fővárosi Bíróság
2. K. 31410/2008/7.

A MAGYAR KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN!

A Fővárosi Bíróság a Notebook. hu Kft. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest) alperes ellen verseny ügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indult perében meghozta az alábbi

ÍTÉLETET:

A bíróság az alperes Vj-175/2005/12. számú határozatát hatályon kívül helyezi.

A feljegyzett kereseti eljárási illetéket az állam viseli.

Kötelezi a bíróság az alperest; hogy tizenöt nap alatt fizessen meg a felperesnek 70.000.- (hetvenezer) forint perköltséget.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított tizenöt napon belül a Fővárosi Ítéltáblához címzett, a Fővárosi Bíróságon 3 példányban benyújtható fellebbezésnek van helye.

INDOKOLÁS

A felperes 2000-ben alakult, fő tevékenysége hordozható PC számítógépek és azok kiegészítőinek forgalmazása; illetve ehhez tartozó szerviztevékenység, piaci részesedése a magyarországi hordozható személyi számítógépek piacán 5-10% körül van. Egyik fő kereskedelmi partnere a Hewlett Packard (HP), amelynek üzletpolitikája nem engedi meg, hogy az új termékek mellett a "kifutott" termékek egymás mellett maradhassanak a polcokon: Ezért a felperes a HP új termékeket a Notebook.hu egyéb üzleteiben, a kifutott termékeket és eszközöket pedig a "HP Outlet"-ben forgalmazza.

A felperes 2005 augusztusában 180 db óriásplakátot helyezett el közterületeken, egy része augusztus 1. és 30, más része csak augusztus 16. és 30. között volt látható. A plakátokon

feltüntetett akció időtartama 2005 augusztus 1-től 2005 október 31-ig (illetve amíg a készlet) tartott.

A plakátok a HP notebook termékekről adtak tájékoztatást. A plakát szövege szerint: már 99.999 Ft+ ÁFA összegtől kaphatók a termékek a törökbálinti GL Outlet Center-ben, amely bolt Európa első outlet rendszerű HP szaküzlete, további információk a weben érhetőek el.

A HP Outlet bolt a hagyományos kereskedelmi csatornákon már nem értékesíthető, elfekvő termékeket forgalmazott, melyek 3+1 minőségi kategóriába sorolt felperes. Arany kategóriás termékek az eredeti új termékkel mindenben megegyezők voltak, beleértve a jótállást is. Az ezüst kategóriás termékek szintén az új termékkel megegyezők de a sérült csomagolásukat újracsomagolták, a termékekhez 1 év jótállás tartozott és a nemzetközi jótállás is érvényben maradt.

A bronz kategóriás termékek esetében a csomagolás megbontott volt, de a termékeket a franciaországi üzemben újratestelték, melynek eredményeként ha szükséges volt alkatrészt cseréltek benne. A boltba kerülő termékekről nem lehetett tudni, hogy cseréltek-e benne alkatrészt vagy nem. A specifikáció szerint minimális esztétikai hibák lehetnek rajta, kevésbé fontos tartozékok hiányozhatnak, a termék jótállása min. 90 nap, azon termékek esetében, amelyek Magyarországon nem kerültek egyébként forgalmazásra, high end kategóriájú notebook esetén 1 év. A platina kategóriájú termékek valójában nem "kifutott" új termékek voltak, és csak akkor kerültek a boltokba, ha az előző három ellátása akadozott.

A felperes törökbálinti üzletében 2005 júliusában az összes eladott notebook 43%-a, augusztusban a 65%-a bronz kategóriába tartozott, miközben valamennyi újraforgalmazott kategória eladása számottevően növekedett, az új termékeké viszont lényegében változatlan maradt. Az óriásplakáton megjelenített notebook stilizált kép volt. A felperes a plakátokon megjelenített 99.999 forintért nem csak bronz kategóriás termékeket kínált. Bronz kategóriában is kínált ugyanakkor olyan termékeket, melyeknek ára a 99.999 forintnál magasabb volt.

A felperes és GL Outlet Kft. közt létrejött bérleti szerződés szerint az outlet egy olyan értékesítési lehetőség, amely a gyártók és más arra jogosult értékesítők részére lehetővé teszi,

hogyan az előző évek kollekción, kis mértékben hibás árukat, többletkészleteket és mintatermékeket csökkentett áron értékesítsenek. A szó angol elsődleges jelentése "kifutó, kimenő." Az ilyen típusú üzletek jellemzően ruházati termékek forgalmazására jöttek létre, de később egyre több műszaki cikk esetében is megjelent ez az értékesítési forma.

Az alperes az óriásplakátok vonatkozásában indított versenyfelügyeleti eljárást, melynek eredményeként 2006 február 9. napján hozott Vj-175/2005/12-es számú határozatával megállapította, hogy a felperes 2005 augusztus 1-től 2005 október 31-ig tartó akcióját meghirdető óriásplakátjain a notebook számítógépek outlet rendszerű értékesítésére a fogyasztók meggyőzésére alkalmas magatartással hívta fel a figyelmet. Mindezt 3 millió forint bírságot szabott ki felperessel szemben. Határozatának indokolásában az 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 8.§ (1) bekezdés, (2) bekezdés a.) pont és 9.§ rendelkezéseire hivatkozott. Megállapította, hogy az arany, ezüst illetve platina kategóriás termékek megfelelnek az "outlet" fogalmának, a bronz kategóriájú kis hibás és esetlegesen - valójában nem ismert mértékű hibával - javított termékek nem vonhatók ebbe a körbe. A felperesnek arról tájékoztatni kellett volna a fogyasztókat, hogy ezek esetében kisebb-nagyobb javításra kerülhetett sor. A csökkentett jótállási idő is arra utal, hogy e termékek esetében nagyobb a meghibásodási kockázat, továbbá a felperes óriásplakátjain épp egy bronz kategóriás termék ára van feltüntetve, mint legalacsonyabb outlet ár. Az értékesítési adatok azt mutatták, hogy épp e termékek forgalma nőtt jelentősen a reklámközlések hatására. Az alperes a jótállás időtartama tekintetében nem fogadta el felperes nemzetközi garancia érvényességére való hivatkozását, mivel életszerűtlen az a feltételezés, hogy a jótállásban vállalt 90 napnak a fogyasztó szempontjából semmi jelentősége nincs, hisz "ügyis él a nemzetközi garancia". Kifejtette alperes, hogy kis mértékben hibás termék alatt csak kisebb felületi sérüléssel hibák érthetők, ebbe a körbe nem vonhatók a működéssel összefüggő hibák, a meghibásodási kockázatok jelentős növekedéséről az óriásplakát semmilyen formában a fogyasztókat nem tájékoztatta. A GIB szótár szerint a szó jelentése "kifutó, kimenő" ami alátámasztja, hogy e körbe hibás javított termékek nem vonhatók. E termékek "javítottnak" minősülnek. A felperes a jogsértést azzal követte el, hogy a kifogásolt óriásplakátokon úgy jelenítette meg a bronz kategóriás termékeket is, hogy nem hívta fel a figyelmet az újratestelés következtében megnövekedett magasabb meghibásodási kockázatra, melyet külön súlyosított az, hogy a nevesített ár épp egy bronz kategóriás termékre vonatkozott. Mindezek alapján az ügyben

felmerült összes körülményt mérlegelve, így a megnövekedett forgalmat is figyelembe véve szabta ki alperes a bírságot.

Felperes keresetében kérte az eljárás jogsértés hiányában történő megszüntetését, másodlagosan a határozat hatályon kívül helyezését, harmadlagosan a bírság mellőzését vagy mérséklését. Perköltség igénye volt. Álláspontja szerint az alperes megsértette a tényállás tisztázási és bizonyítási kötelezettségét, amikor a tényekkel ellentétesen állapította meg, hogy 99.999 Ft-os ár kizárólag bronz kategóriás termékeket jelölt. Kimutatást csatolt arra nézve, hogy ebben az időszakban az üzletben lévő 99.999 Ft nettó áru 90 darab termék közül 13 nem bronz, hanem ezüst kategóriás volt, melyek nem fogytak el, és az akció idején ezen termékek az óriásplakáton hirdetett áron elérhetőek voltak, ezért az óriásplakáton feltüntetett ár az alperes szerint is outlet kategóriás ezüst fokozatú termékekre vonatkozott, az óriásplakátok megtévesztő volta szempontjából pedig annak semmiféle jelentősége nincs, hogy a felperes milyen más típusú termékeket és milyen áron értékesített. Utalt arra is, hogy az alperes más ügyben kimondta, hogy nem megtévesztő a tájékoztatás ha korlátozott számban áll rendelkezésre a meghirdetett termék a meghirdetett áron, de a fogyasztók azt ténylegesen meg tudták venni.

Másodlagosan vitatta, hogy nem felelnének meg a bronz kategóriás termékek az outlet kereskedelemben szokásos tartalmának, a fogyasztók számára ismeretlen GIB szótárból nem lehet kiindulni, mivel az "outlet" szónak van főnévi alakja, amely egy önálló kereskedelemben szokásos jelentéstartalommal bír: E kategóriába tartoznak az újratesztelt bronz kategóriás termékek is, amelyek nem minősülnek javítottak; semmiféle különbség nincs meghibásodási kockázatot tekintve egy gyári új és egy bronz kategóriás termék között, a jótállás időtartama pedig kizárólag azon bronz kategóriás termékek esetén rövidebb, amelyeket a HP nem forgalmaz Magyarországon, a HP nem vállalta e termékek esetében a javítást, hanem 90 napra a termék cseréjét tette lehetővé, amely hosszabb idő, mint a szokásos 3 napos cserelehetőség.

Az alperes kérte felperes keresetének elutasítását, felperes perköltségben való marasztalását. A határozatában foglaltakat fenntartotta, nem vitatta, hogy 99.999 Ft-os óriásplakáton szereplő ár egyes ezüst kategóriás termékekre is vonatkozott.

A Fővárosi Bíróság 7K.31.534/2006/10. sorszámú ítéletével a felperes keresetét megalapozottnak ítélve az alperes határozatát hatályon kívül helyezte, és az alperest új eljárás lefolytatására kötelezte. Megállapította, hogy az alperes a tényállást tévesen állapította meg, így a határozata nem tartalmazott indokolást arra nézve, hogy felperes mivel valósította meg a bronz kategóriás termékek reklámkampányba való bevonását. Megállapította azt is a bíróság, hogy az alperes tényállási tisztázási kötelezettségét a jótállási idő vonatkozásában sem teljesítette. Előírta, hogy alperesnek a megismételt eljárásban elsőként a jótállási határidő vonatkozásában kell bizonyítást lefolytatni, és amennyiben ennek eredményeként megállapítható, hogy a bronz kategóriás termékek meghibásodási kockázata nagyobb, úgy állást kell foglalni abban a kérdésben, hogy a bronzkategóriás termékek a reklámkampányba bevonásra kerültek-e.

A Fővárosi Ítéletőktábla a 2008. március 19-én hozott 2Kf.27.460/2007/7. végzésével a Fővárosi Bíróság 7K.31534/2006/10. ítéletét hatályon kívül helyezte és az elsőfokú bíróságot a per újabb tárgyalására és újabb határozat hozatalára utasította azzal, hogy a pert az elsőfokú bíróság másik tanácsa tárgyalja; a felek másodfokú eljárásban felmerült költségét 10.000-10.000 forintban állapította meg. A másodfokú bíróság indokolásában rámutatott arra, hogy amennyiben az elsőfokú bíróság a Legfelsőbb Bíróság KK.31. számú állásfoglalásában foglaltakra figyelemmel helyezi hatályon kívül a közigazgatási határozatot, akkor a határozat anyagi jogszerűsége körében nem foglalhat állást. A másodfokú bíróság megállapította, hogy az elsőfokú bíróság nem indokolta, hogy mely releváns tényállási elemek hiányoznak az alperes határozatából, ugyanakkor a felperes sem bizonyította, hogy alperes a történeti tényállást tévesen állapította meg. Megállapította, hogy téves az a kiindulási pont, hogy az alperes határozatának tényállás azért lenne hiányos, mert alperes az ezüst kategóriás termékekre vonatkozó felperesi érvelést figyelmen kívül hagyta. A jótállás és a jogsértés megítélése kapcsán a másodfokú bíróság álláspontja szerint azt kell vizsgálni, hogy a bronz termékek specifikációjában szereplő tulajdonságok az áru lényeges tulajdonsága-e, arról a fogyasztókat kellett-e tájékoztatni. Megállapította, az elsőfokú bíróság nem vizsgálta azt, hogy a felperes által bronz kategóriába sorolt termékek reklámozása az outlet rendszerű értékesítés keretében jogszerű volt-e. A másodfokú bíróság előírta, hogy a megismételt eljárásban érdemben kell vizsgálni az alperesi határozat jogszerűségét a felperesi kereset és az alperesi ellenkérelem korlátai között. Nem mellőzheti az elsőfokú bíróság az ítéleti tényállás megállapítását, amely a pertörténet szükség szerinti ismertetésén túl az általa

megállapított azon tényeket, körülményeket, eseményeket jelenti, amelyek a per alapjául szolgáló ügyben felmerültek, történtek, és amelyek alapján a jogvita elbírálható.

A bíróság megállapította, hogy a kereset alapos.

A bíróság az alperes határozatát a Tpvt. 83.§ és a Pp. 324.§ (2) bekezdés a.) pontja alapján vizsgálta felül, figyelembe véve az alábbi jogszabályhelyeket:

8. § (1) Tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. E törvény alkalmazásában fogyasztó: a megrendelő, a vevő és a felhasználó.

(2) A fogyasztók megtévesztésének minősül különösen, ha

a) az áru ára, lényeges tulajdonsága - így különösen összetétele, használata, az egészségre és a környezetre gyakorolt hatása, valamint kezelése, továbbá az áru eredete, származási helye, beszerzési forrása vagy módja - tekintetében valótlan tény vagy valós tény megtévesztésre alkalmas módon állítanak, az árut megtévesztésre alkalmas árujelzővel látják el, vagy az áru lényeges tulajdonságairól bármilyen más, megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak;

9. § A használt kifejezéseknek a mindennapi életben, illetőleg a szakmában elfogadott általános jelentése az irányadó annak megállapításánál, hogy a tájékoztatás a fogyasztók megtévesztésére alkalmas-e.

Felperes kereseti kérelmében elsődlegesen arra hivatkozott, hogy az "outlet" rendszerű értékesítés és a meghibásodási kockázat egyaránt olyan szempont, mely a jogsértés megállapíthatósága szempontjából irreleváns. Mindezt a bíróság akként értékelte, hogy felperes álláspontja szerint az alperes a tényállást olyan körben tárta fel, mely annak megítéléséhez, hogy a vizsgált plakátok a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolására alkalmasak voltak-e, irreleváns. Ennek indokát felperes abban jelölte meg, hogy a plakáton hirdetett áron az alperes által nem kifogásolt specifikációval rendelkező termékek is kaphatók voltak. A bíróság a felperes kereseti kérelmének ezen részét akként interpretálta, hogy a felperes érdemben vitatta azt, hogy bronz kategóriás termékeket vont volna be a kampányába. A bíróság megállapította, hogy a kereseti kérelem érvrendszerét tekintve egymástól független volt, mert felperes - az outlet rendszer és a meghibásodás vizsgálatának relevanciáját vitatva-elsődlegesen azt állította, hogy bronz kategóriás termékeit nem vonta be a kampányába. erre nézve hivatkozott a készletadatokra. Másodlagosan - amennyiben a - bíróság nem fogadja el az elsődleges érvelést - fejtette ki álláspontját az outlet rendszerű értékesítés és meghibásodás

vonatkozásában. A bíróság a megismételt eljárásban ennek megfelelően - igazodva a felperes kereseti kérelméhez - azt vizsgálta, hogy a jogsértés megállapíthatósága szempontjából volt-e jelentősége annak, hogy az outlet rendszerben felperes bronz terméket értékesített, illetve volt-e jelentősége az ilyen kategóriájú termékek műszaki specifikációjának. A bíróság egyetértett a felperessel abban, hogy a per tárgya kizárólag annak megítélése, hogy az óriásplakáton hirdetett adattartalom alkalmas volt-e a fogyasztói döntés tisztességtelen befolyásolására. E körben kizárólag azt kellett elbírálni, hogy a reklámban közölt információk hatására a felperes üzletét felkereső fogyasztó 99.999 forintos áron a Tpv. 9.§ szerint értelmezhető outlet kritériumainak megfelelő minőségű termékhez hozzájuthatott-e vagy sem. A bíróság álláspontja szerint a felperes által alkalmazott kategorizálásnak csak annyiban van jelentősége, hogy az alperes az ezüst kategóriás termékcsoporthoz nézve nem kifogásolta az outlet rendszerű értékesítést, ezt a bíróság - kereseti kérelem hiányában - mint a felek egyező előadását elfogadta. Felperes a perben bizonyította, alperes pedig nem vitatta, hogy a reklámkampány idején a felperesnél a fogyasztó outlet minőségű notebook-ot vásárolhatott a plakáton szereplő áron. A bíróság a megismételt perben szükségesnek tartotta annak tisztázását, hogy a felperes árképzése szempontjából volt-e relevanciája a termék kategóriáknak. A bíróság a Pp. 163.§ (2) bekezdése alapján a megismételt eljárásban releváns tényként állapította meg azt, hogy a bronz kategóriában is voltak a plakáton megjelölt árnál magasabb áron elérhető termékek; következésképpen alperes az ár tekintetében a bronz termékeket nem vonta be kampányába (a bronz és ezüst kategóriák megkülönböztetése az ár szempontjából nem volt lehetséges). A bíróság azt is megvizsgálta, hogy megállapítható-e az, hogy a plakáton megjelenített termék kifejezetten bronz kategóriás volt; a felperes erre vonatkozó nyilatkozata - mely szerint a plakáton stilizált termék szerepelt - és az alperes ezt nem cáfoló nyilatkozata alapján a Pp. 163.§ (2) bekezdése alapján a bíróság azt is megállapította, hogy felperes a reklám képi megjelenítésével sem vonta be a bronz termékeket a kampányába.

A bíróság álláspontja szerint - a felperes elsődleges érveinek elfogadása esetén - nincsen relevanciája annak, hogy a bronz termékcsoporthoz műszaki specifikációi megfelelnek-e az outlet hétköznapi fogalmának, mert a fogyasztói döntést nem befolyásolja tisztességtelenül az a tájékoztatás, amely alapján a fogyasztó a tájékoztatás minden elemének megfelelő kínálattal találkozhat. A bíróság álláspontja szerint sem jogpolitikai megfontolásból, sem a Tpv. III. fejezetének nyelvtani értelmezése alapján nem lehet arra a következtetésre jutni, hogy versenysértő az a reklám, amely pontos, objektív és igaz, de a fogyasztó a vállalkozás

kínálatában olyan termékeket is megtalál, amely valamely ok miatt nem felel meg a tájékoztatásnak. A bíróság álláspontja szerint a perbeli esetben az alperes által vizsgált kritériumok (kiterjesztett garancia, meghibásodás) nem versenyjogi, hanem fogyasztóvédelmi szempontúak voltak. A bíróság tényként állapította meg, hogy a fogyasztó - a felperes által alkalmazott kategóriáktól függetlenül - az óriásplakát minden közlésének megfelelő paraméterekkel rendelkező áruhoz jutott a felperesnél. Az a körülmény, hogy a felperes esetlegesen outlet rendszerbe nem illeszkedő termékeket is kínált, az óriásplakát tartalmának versenyjogi relevanciája szempontjából közömbös. Az alperes álláspontjának következetes érvényesítése esetén pl. valamennyi olyan gépjárműkereskedő versenyjogsértést követne el, amelyik alapfelszereltséggel adott áron adott típusú új gépkocsit reklámoz kiterjesztett garanciával, de a fogyasztó ténylegesen azt tapasztalja, hogy a meghirdetett áron nem csak az adott típusú új - a reklám szerinti kiterjesztett garanciájú - gépjárművet vásárolhatja meg, hanem lehetősége van ugyanolyan típusú gépkocsikat használtan, rövidebb jótállási idővel, de extra felszereltséggel is vásárolni a reklámban közölt áron, vagy akár annál magasabb áron is. Ez esetben az új autó reklámja nyilvánvalóan nem lehet megtévesztő arra alapítottnak, hogy a kereskedő a kampányába a- használt gépkocsikat is bevonta. A perbeli eset tényállása és jogi megítélése az előbbi példától nem különbözik. A felperes kereseti kérelmének elsődleges indokai azért megalapozottak, mert a reklámba felperes nem vonta be egyik kategóriába tartozó termékét sem. Felperes a reklámban azt állította, hogy 99.999 forintért kínál olyan notebookot, mely az outlet rendszerű értékesítésbe illeszkedik; a reklám tartalma tárgyilagos és igaz volt. Az óriásplakáton nem bronz termék fényképe szerepelt, és bronz kategóriában is volt 99.999 forintnál drágább termék, ily módon az sem volt megállapítható, hogy felperes kizárólag a bronz termékekre megállapított árat jelölte volna meg plakátján kifejezetten a bronz, outlet rendszeren kívüli termékei kelendőségének fokozása miatt.

A bíróság a felperes kereseti kérelmének elsődleges indokait osztva megállapította, hogy az alperes által vizsgált plakátokon a fogyasztói döntések autonómiáján keresztül a felperes versenytársainak érdekei sem sérültek. A bíróság megállapította, hogy az alperes a megfelelő körben feltárt tényállásból a jogsértés megállapíthatósága vonatkozásában téves jogi következtetést vont le, ezzel határozata a Tptv. 8.§ (1) bekezdés és (2) bekezdés a.) pont rendelkezéseivel ellentétes.

A bíróság a felperes keresetének helyt adva a Pp.339.§.(1) bekezdése alapján alperes határozatát hatályon kívül helyezte.

A bíróság a pervesztes alperest kötelezte a Pp.78.§ (1) bekezdése alapján, a 32/2003. (VIII.22.) IM rendelet 3.§.(3) bekezdése szerint meghatározott 70.000 forint perköltség megfizetésére. A perköltség mértékét a bíróság Fővárosi Ítéltábla által megállapított másodfokú perköltség figyelembe vételével a felperes által készített írásbeli beadványok tartalma, annak relevanciája, a perben tartott tárgyalások száma és azok időtartama, az ügy kisebb fokú komplexitására figyelemmel állapította meg.

A le nem rótt kereseti és fellebbezési eljárási illetéket a 6/1986(VI.26) IM rendelet 14.§.-a alapján az állam viseli.

Az ítélet ellen a fellebbezés lehetőségét a Pp. 340.§ (2) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2008. október 31.

Jogerős: 2008. december 21.