

## **Fővárosi Ítéltábla**

**2. Kf. 27. 058/2009/5. szám**

### **KÖZTÁRSASÁG NEVÉBEN**

A Fővárosi Ítéltábla a MALÉV Magyar Légiközlekedési Zrt. (Budapest) felperesnek a Gazdasági Versenyhivatal (Budapest, hivatkozási szám: Vj-147/2006.) alperes ellen versenyügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indult perében a Fővárosi Bíróság 2008. évi november hó 28. napján kelt 26.K.32.467/2007/13. számú ítélete ellen az alperes által 14. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott napon - tárgyaláson kívül - meghozta a következő

ítéletet:

A Fővárosi Ítéltábla az elsőfokú bíróság ítéletének fellebbezéssel nem támadott rendelkezéseit nem érinti, fellebbezett rendelkezéseit megváltoztatja és a felperes keresetét teljes egészében elutasítja; mellőzi a kereseti részilleték visszatérítésének lehetőségére vonatkozó rendelkezést.

Kötelezi a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 30.000 (azaz harmincezer) forint másodfokú perköltséget, valamint az államnak - az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására - 24.000 (azaz huszonnégyezer) forint fellebbezési illetéket.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

#### **Indokolás**

A felperes fő tevékenysége keretében menetrendszerű utasszállítóssal, áru fuvarozással és charter-üzemeléssel foglalkozó légitársaság. A felperes 2004-ben indította el "páratlan városok" elnevezésű reklámkampányát. A felperes 2005-2006. években bannereken közzétett marketing kommunikációiban - "páratlan városok, páratlan árak" - szlogennel népszerűsítette három európai városba kínált kedvezményes repülőjegyeit.

Az alperes a felperesi reklámtevékenység jogszerűségét vizsgálta a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban Tpv.) III. fejezete alapján. Eljárása eredményeként a 2007. március 27. napján kelt Vj-147/2006/25. számú határozatában a felperes terhére rótt jogsértések körében megállapította, hogy a "páratlan árak, páratlan városok" 2004-2006. - helyesen 2005-2006. - közötti banner kampányban alkalmazott páratlan jelző használatával a Tpv. 8.§-ának (2) bekezdés a) pontjába ütközően a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított. Ezért, és további öt jogsértés miatt a felperest összesen 30.000.000 forint bírság megfizetésére kötelezte. Határozatának indokolásában a 2005-2006. banner kampányban alkalmazott "páratlan" jelző használatával összefüggésben megállapította, hogy a páratlan szó jelentése a köznyelvben egy olyan szolgáltatást jelöl, melynél nincs jobb a piacon, azaz páratlan és egyedülálló. A hirdetésekkel érintett időszakokban a felperes által publikált, egy útra szóló repülőjegy áránál azonban jóval kedvezőbb ajánlatok is voltak a légi személyszállítási piacon, így a felsőfokú árujelző használatának valóságát a felperes nem tudta igazolni valamennyi versenytársa vonatkozásában. Az alperes a határozata 211. pontjában rögzítette a bírságkiszabás körében a Tpv. 78.§-a szerinti szempontok alapján mérlegelt tényezőket.

A felperes keresetében elsődlegesen az alperesi határozat hatályon kívül helyezését, másodlagosan a bírság összegének csökkentését kérte. A páratlan jelző használatával összefüggésben megismételte a versenyfelügyeleti eljárásban előadottakat. Hangsúlyozta, hogy a "páratlan városok, páratlan árak" szlogenjével nem elsőbbségi állítást közölt, hanem ezzel egy ár-értékarányt kívánt kifejezni. Ez arra vonatkozott, hogy a 2005-2006. közötti akciói rendkívülinek minősülnek - nem más piaci szereplők viszonyában -, hanem saját korábbi jegyáraihoz képest. A páratlan szó értelmezését tekintve különlegességet és rendkívüliséget fejez ki, de nem minősül felsőfokú árujelzőnek, így az nem jogsértő, ezért indokolt a bírság csökkentése.

Az alperes ellenkérelmében a felperesi kereset elutasítását kérte. A határozatában foglaltakat fenntartotta azzal, hogy a "páratlan városok, páratlan árak" 2005-2006. közötti banner kampányban alkalmazott "páratlan árak" szlogen használata a jogsértő. Ez a jelzős szerkezet a 2004. november-decemberi reklámokban nem szerepelt, ezért a határozata rendelkező részében elírás van, azonban a döntése indokolása (a határozat 204. pontja) helyesen tartalmazza a jogsértésként értékelt reklámszöveget, és ezt a bírságkiszabás körében is figyelembe vette.

Az elsőfokú bíróság ítéletével az alperes határozatát a Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 339.§-ának (2) bekezdés q) pontja és a Tpv. 83.§-ának (4) bekezdése alapján részben megváltoztatta, és a 2004-2006. (ténylegesen: 2005-2006.) banner kampányban alkalmazott "páratlan árak" használatára vonatkozó jogsértés megállapítását mellőzte, és a felperessel szemben kiszabott bírságot ezért 15.000.000 forintra mérsékelte. Ezt meghaladóan a felperes keresetét elutasította. Ítéletének indokolásában megállapította, hogy a felperes 2004. évben marketing kampányában a "páratlan városok" megjelöléssel népszerűsítette akciós útjait, amelyhez kapcsolta 2005-2006. években a "páratlan árak" szlogent. A fogyasztók - figyelemmel a kampány bevezetésére - már felismerhették, hogy a korábbi hirdetések folytatásaként a felperes reklámjaiban azt hangsúlyozta, hogy saját áraihoz képest nyújt kedvezményeket. A "páratlan" jelző nem felsőfokú árujelző, nem tartalmaz összehasonlító elemet, ezáltal nem hordoz piacelsőségi állítást sem. Ezen megállapítására figyelemmel a bírság összegét a felére csökkentette.

Az alperes fellebbezésében az elsőfokú ítélet megváltoztatásával a felperes keresetének teljes egészében történő elutasítását kérte. Hangsúlyozta, hogy tévedett az elsőfokú bíróság, amikor a "páratlan árak" szlogent tartalmazó reklámok vonatkozásában a jogsértés hiányát állapította meg, ezért a bírságösszeg mérséklésének sem volt helye. A "páratlan" jelző használatával kapcsolatosan a határozatában kifejtetteket tartotta fenn azzal, hogy ez azt jelenti, hogy a páratlan szolgáltatásnak nincs párja, vagyis egyedüli az adott piacon. Ezért ez az állítás - korlátozó megjelölés hiányában -, nem csak a felperes saját termékeivel szemben értendő. Megjegyezte, hogy amennyiben a felperes úgy vélte, hogy a páratlan állítás a saját korábbi szolgáltatásaival kapcsolatos viszonyzó, akkor azt meg kellett volna jelenítenie a reklámban is, hiszen ennek hiányában erről a fogyasztók nem értesülhettek: Helytelen következtetésre jutott így az elsőfokú bíróság, amikor azt állapította meg, hogy a 2005-2006. évben alkalmazott szlogenek kapcsán a 2004-es reklámkampány üzeneteit is figyelembe kell venni. Nem tartotta életszerűnek, hogy a fogyasztók a bannereken közölt állításokat a korábbi kampány viszonylatában értelmezték volna.

A felperes fellebbezést, illetve csatlakozó fellebbezést nem terjesztett elő, ellenkérelmében az elsőfokú bíróság ítéletének helybenhagyását kérte. Kiemelte, hogy a "páratlan árak" szlogennel nem azt közvetítette a fogyasztók felé, hogy a piacon a lehető legolcsóbb áron kapják meg a repülőjegyeket, hanem azt, hogy a korábban alkalmazott, saját áraihoz képest ez az akció ténylegesen rendkívülinek mondható, mivel jóval alacsonyabb áron kínált

lehetőséget az utazásra. Véleménye szerint szlogenjeiből minden fogyasztó számára egyértelmű volt, hogy a kedvezmény kizárólag az általa kínált korábbi árak tekintetében következett be, vagyis az árcsökkenés nem a piacon elérhető többi légitársaság jegyárai vonatkozásában értelmezhető. Hangsúlyozta, hogy a több évig tartó kampány üzeneteit nem lehet másként, mint teljes egészében értékelni azok szoros összefüggése miatt, mert azok azonos vagy hasonló struktúrában épültek fel. A "páratlan árak" szlogen nem szerepelt minden egyes hónapban a hirdetéseiben, ez a jogsértés időtartama szempontjából jelentőséggel bír, ezért a bírság összegének csökkentése mindenképpen indokolt.

Az alperes fellebbezése az alábbiak szerint alapos.

A másodfokú bíróság a Pp. 340.§-ának (5) és (6) bekezdése alapján tárgyaláson kívül, az alperesi fellebbezés és felperesi ellenkérelem korlátai között vizsgálódva azt állapította meg, hogy az elsőfokú bíróság a tényállást helyesen rögzítette, azonban az abból levont jogi következtetése a jogsértés részbeni hiánya és a bírság összegének mérséklése tekintetében nem volt helytálló. Az alperes fellebbezésében kifejtett érvek alkalmasak voltak arra, hogy az elsőfokú bíróság ítéletét a Fővárosi Ítéltábla megváltoztassa.

Az elsőfokú bíróság a felperes perbeli előadását elfogadva az ítéletében kifejtettek eredményeként jutott arra a következtetésre, hogy a felperes magatartása - a "páratlan árak" jelző használatával összefüggésben nem minősíthető jogsértőnek, erre tekintettel a bírság összegét mérsékelte. A másodfokú bíróság nem értett egyet az elsőfokú bíróság ítéleti megállapításaival, és az annak eredményeként levont következtetéseivel.

A reklámok az utazási szolgáltatások értékesítésében lényeges információs csatornaként működnek, ezt a felperes intenzív reklámkampányai egyértelműen igazolják. Versenyjogilag nem tilalmazott az akciók megtartása és az ezekről való tájékoztatás, de a reklámmal szemben támasztott versenyjogi követelmény az, hogy a reklámok terjedelmi korlátai között a termékek és szolgáltatások választására ösztönző közlések, szlogenek megfogalmazása legyen igaz, valós és fontos, és ne legyen alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. Így jogilag tilalmazott, hogy a reklám akár a termék egésze, akár lényeges tulajdonsága kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti: vagyis objektíve alkalmas legyen arra, hogy tévedésbe ejtse vagy tévedésben tartsa (Tpvt. 8.§ (2) bek. a) pont).

Ezeknek a versenyjogi követelményeknek egy reklámkampány valamennyi eleménél önállóan is teljesülnie kell oly módon, hogy az adott közlések tartalmukat, megfogalmazásukat tekintve a valóságnak megfelelően tájékoztassák a fogyasztókat, a vásárlói döntés meghozatalához feltétlenül szükséges információk átadásával. A reklámtól nyilvánvalóan nem várható el teljes körű termékleírás, bizonyos információk kiemelése - a terjedelmi korlátokra figyelemmel - szükségszerű. A reklámozó arról szabadon dönt, hogy reklámjában megjeleníti-e terméke valamely lényeges tulajdonságát, és ha igen, melyiket - azonban ha egy tájékoztatás a figyelemfelhíváson túl ilyen lényeges tulajdonságot mutat be, akkor azt ebben a körben teljes körűen kell tennie. Elsődlegesen ugyanis a reklámozó a felelősség, hogy a reklám terjedelmi korlátai között meghatározza az átlagfogyasztó számára a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét.

Amennyiben ezen feltétlenül szükséges információk átadása elmarad, sérül a fogyasztó döntési szabadsága. A fogyasztók tájékozott döntés meghozatalára való képességét feltétlenül biztosítani kell, ellenkező esetben a fogyasztók gazdasági magatartása jelentős mértékben torzulhat, ez pedig jogilag tilalmazott. Csakis a zavartalan döntési folyamat eredményeként születhet megfelelően tájékozott döntés. A hirdetésben megjelölt állításnak tehát igazodnia kell a tisztességes verseny követelményeihez, ezért igaznak, valósnak, pontosnak kell lennie, vagyis a valóságnak megfelelő módon tartalmaznia kell a tájékozott fogyasztói döntéshez szükséges releváns információkat. A reklámot megjelentető vállalkozásnak mindig előv kell járnia a fogyasztók tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelenül a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszon-maximalizálásra törekedjék, vagyis mindig a számára lehető legkedvezőbb megoldást válassza, és hogy ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének parttalan áthárítását a fogyasztóra.

Utal arra a másodfokú bíróság, hogy a jogsértés - mint az adott ügyben - nem csupán téves információk adásával, hanem valamely lényeges körülmény elhallgatásával, illetőleg hiányos tájékoztatással is megvalósítható. A Legfelsőbb Bíróság a Kf.II.27.254/1998/5. számú eseti döntésében kimondta, hogy a valós adatokat tartalmazó és előnyös tulajdonságokat kiemelő reklám is lehet félrevezető, ha elhallgat olyan adatokat, amelyek a közölt tulajdonságok értelmezéséhez elengedhetetlenül szükségesek. Amint arra a felperes is utalt (fellebbezési ellenkérelmének 3. oldalán), szlogenjeiből "egyértelműen következtethettek arra a

fogyasztók, hogy kizárólag a felperes által kínált korábbi árak tekintetében következett be jelentős változás, árcsökkenés, nem pedig a piacon elérhető többi légitársaság jegyárai vonatkozásában". A másodfokú bíróság álláspontja az, hogy nem várható el a fogyasztótól, hogy évek múltán pontosan visszaemlékezzen egy - általa esetlegesen nem ismert - korábbi felperesi reklámkampányban tett állításokra, a jelen kampány szlogenjeit azzal összehasonlítva együttesen értelmezze, és így alakítsa ki tudatos fogyasztói döntését. A felperes a perbeli reklámjaiban egyáltalán semmiféle utalást nem tett akciós ajánlata értelmezési körére vonatkozóan. Így a fogyasztók alappal vélhették úgy, hogy az ígért "páratlan ár" - a Tpv. 9.§-a alapján, a kifejezést a mindennapi életben elfogadott általános jelentése szerint értelmezve - nemcsak a felperes korábbi ajánlataihoz képest "kivételes, rendkívüli" számukra (amint arra a felperes a fellebbezési ellenkérelmének 2. oldalán hivatkozott), hanem - a felperesi megszorító kitétel hiányában - az érintett piacon kínált valamennyi szolgáltatás tekintetében is.

Mindezekre figyelemmel nem volt elfogadható az az elsőfokú bírósági megállapítás, amely szerint a felperes a "páratlan" jelzöt csupán korábbi és jelenlegi szolgáltatásai ár-értékarányának kifejezésére használta. A Fővárosi Ítélet tábla álláspontja szerint az alperes a jogsértést e körben is helyesen állapította meg.

Az alperes a versenyjogilag releváns fogyasztói döntés meghozatala tekintetében vizsgálta a felperes európai városokba meghirdetett akciós útjaival kapcsolatos bannereken közölt tájékoztatásokat 2004. novembere és 2006. júliusa közötti időszakban. Az alperes a határozata 204. pontjában egyértelműen rögzítette, hogy a fogyasztók megtévesztésére alkalmasnak minősített valamennyi olyan reklámot, melyben a felperes a "páratlan árak" jelzős szerkezetet használta. Ehhez képest a határozat rendelkező részében a teljes szlogent feltüntette, és tévesen jelölte meg a jogsértéssel érintett időtartamot. Az alperes a peres eljárásban ezen elírások tényét el is ismerte. Ezzel összefüggésben a másodfokú bíróság utal a Tpv. 44.§-a alapján alkalmazandó közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 122.§-ában foglaltakra azzal, hogy az alperesnek határozata kijavítására saját hatáskörében jogszerű lehetősége volt/van. A másodfokú bíróság úgy ítélte meg, hogy a jogsértések miatt kiszabott bírságösszeget ez a körülmény nem befolyásolta.

Az alperes döntésében rögzítette a bírságkiszabás menetét és azt, hogy a felperesnél milyen enyhítő és súlyosító körülményeket vett figyelembe, mely határozati megállapítások és egyéb tényezők mérlegelésével állapította meg a bírság összegét. A Tpv. 78.§-a szerinti szempontokat így az alperes számbavette, azokat súlyuknak, nyomatékuknak megfelelően értékelt. Az eset összes körülményére, így különösen a jogsértő felperes piaci helyzetére és magatartása felróhatóságára, a jogsértőnek értékelt magatartás kiterjedtségére is tekintettel a másodfokú bíróság úgy ítélte meg, hogy a felperessel szemben kiszabott bírság mértéke eltúlzottnak nem tekinthető, a törvényes speciál- és generálpreventív célokkal arányban áll, azok eléréséhez szükséges és egyben elégséges is, annak enyhítésére a Fővárosi Ítéltábla jogszerű lehetőséget nem látott:

Mindezek folytán a másodfokú bíróság a Pp. 253.§-ának (2) bekezdése alapján az elsőfokú bíróság ítéletének nem fellebbezett rendelkezéseit nem érintette, fellebbezett rendelkezését megváltoztatta és a felperes keresetét teljes egészében elutasította.

A alperes fellebbezése sikerre vezetett, ezért a felperes a Pp. 78.§-ának (1) bekezdése alapján köteles az alperes másodfokú perköltségének megfizetésére, míg a bírósági eljárásban alkalmazandó költségmentességről szóló 6/1986. (VI. 26.) IM rendelet 13.§-ának (2) bekezdése alapján köteles a kereseti és a fellebbezési illeték viselésére.

A felperes a tárgyi illetékfeljegyzése jog ellenére keresetlevelén a tételes illetéket (16.500 forint) leróta, és miután pervesztes lett, az elsőfokú bíróság ítéletének a kereseti részilleték visszatérítésének lehetőségére vonatkozó rendelkezését a másodfokú bíróság mellőzte.

Budapest, 2009. évi június hó 4. napján