

Fővárosi Bíróság
18.K.31.677/2010/3.

A M A G Y A R K Ö Z T Á R S A S Á G N E V É B E N !

A Fővárosi Bíróság a dr. Ócsai József ügyvéd által képviselt **Magyar Telekom Távközlési Zrt. (Budapest) felperesnek**, dr. László Ildikó Katalin ügyvéd által képviselt **Gazdasági Versenyhivatal (Budapest) alperes ellen**, versenyügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indított perében meghozta az alábbi

í t é l e t e t :

A bíróság a felperes keresetét elutasítja.

Kötelezi a bíróság felperest, hogy fizessen meg az államnak az illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt 900.000 (kilencszázezer) forint illetéket.

Kötelezi a bíróság felperest, hogy fizessen meg alperesnek - 15 napon belül - 25.000 (huszonötezer) forint perköltséget.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított 15 napon belül van helye fellebbezésnek, melyet a Fővárosi Ítéltáblához címezve, de jelen bíróságnál kell írásban 3 példányban benyújtani.

I n d o k o l á s :

Felperes jelentős piaci erővel bíró szolgáltatóként magyarországi vezetékes hangszolgáltatást, továbbá mobil-rádiótelefon, internet-hozzáférési, bérelt vonali, adathálózati és egyéb kommunikációs szolgáltatásokat nyújt, valamint mobiltelefonok és tartozékok értékesítésével foglalkozik.

2006-ban, az év első nyolc hónapjában - havonta változó kínálat - különféle készülékeket reklámozott televízió- és rádióreklámokban, sajtóhirdetéseken, szórólapokon, óriás-, kirakati-, és üzletéri plakátokon, illetve a sajtóban kuponos hirdetés útján. A készülékek értékesítését kísérő, az úgynevezett előfizetői fogyasztói kör felé irányuló tájékoztatás az alábbiak szerint valósult meg:

A reklám főüzenete jellemzően arról tájékoztatta a fogyasztókat, hogy milyen kezdőrészlettel, milyen időtartamú kamatmentes részletre, előfizetéssel vagy készülékváltással vásárolható meg a konkrét, megvásárlásra kínált készülék, majd az apró betűs részben tájékoztattott az ajánlat időtartamáról, valamint arról - az alperesi határozatban 5.1 és 5.2-vel jelölt Motorola L6, valamint a Nokia 6101 készülékekhez kapcsolódó kampányok kivételével - hogy a készülék megvásárlásakor kétéves hűségnyilatkozat aláírása szükséges, a készülék csak a T-Mobile Magyarország Rt. előfizetői kártyájával használható, és további feltételek az üzletekben, a telefonszámmal megjelölt és a felperes hálózatából ingyenesen hívható telefonszámon érhetőek el.

A Nokia 6280, valamint a Samsung Z400 készülék kampányokban a csillaggal kiegészített apró betűs részben tüntette fel azt, hogy a készülékek részletre történő megvásárlásához az általa kínált

egy évre szóló Net 1000 előfizetés, valamint két éves hűségnyilatkozat aláírása szükséges. A reklám ezen készülékek esetében általában úgy hangzott, hogy „vidd magaddal az internetet!” (Web'n'walk - a teljes internet a mobilodon -).

Alperes versenyfelügyeleti eljárást indított annak vizsgálatára, hogy a felperes a 2006. januárja és augusztusa között, az egyes mobiltelefon készülékeinek értékesítését segítő reklámjaiban a fogyasztókat megfelelően tájékoztatta-e, illetve tájékoztatásával, kommunikációs kampányaival megsértette-e a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) III. fejezetében foglalt rendelkezéseit.

Eljárása eredményeként a 2007. évi január 18. napján kelt **Vj-131/2006/27.** számú határozatában megállapította, hogy a vizsgált tájékoztatási anyagok egyes esetekben, így a Motorola L6, valamint a Nokia 6101 készülékkampányok esetében egyáltalán nem adtak tájékoztatást arról, hogy a kedvezményes áruvásárlás egyik feltétele kétéves hűségnyilatkozat vállalása, a további kampányokban pedig a hűségnyilatkozat vállalásának szükségességére való hivatkozás apró betűs tájékoztatásban jelent meg, amely a kézbe nem vett, vagy alaposan szemügyre nem vehető tájékoztatási eszközök esetében (televíziós reklám, kirakati és kisplakát, city-lightok, E-poszter esetén) a lényeges tulajdonság (hűségnyilatkozat) elhallgatásának minősül, továbbá a tájékoztatás módjából adódóan a szóban forgó információ nem jut (juthat) el a fogyasztóhoz. A Net 1000-es internet-előfizetés megkötésének szükségességét is a termék lényeges tulajdonságának tekintette a hűségnyilatkozathoz hasonlóan, ezért a Nokia 6280, valamint a Samsung Z400 készülékkampányokban e feltételnek a főszevegtől elszakított, apró betűs részekben történt megjelenítését ugyancsak kifogásolta, álláspontja szerint az ilyen módon megvalósult tájékoztatással felperes a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást folytatott. Alperes nem tett megállapítást az egyes készülékekhez kapcsolódó olyan kampányok vonatkozásában, amelyek rádióreklámokban, üzletéri plakátokon, kültéri plakátokon, szórólapokon, buszmatricákon és a sajtóban közreadott, továbbá forgalmazói tájékoztatási anyagok esetében, mert álláspontja szerint az apró betűs tájékoztatás nem volt része alapvetően a fogyasztók által észlelhetőeknek, az észlelt tájékoztatási tartalom már nem volt alkalmas arra, hogy annak alapján a fogyasztó képes legyen további tájékozódás nélkül fogyasztói döntés meghozatalára, illetve egyes tájékoztatások csak figyelemfelhívó jellegűek voltak, arra alapozva vásárlási döntést egy kellően körültekintő fogyasztó nem hozhatott.

Alperes határozatában összefoglalóan megállapította, hogy a felperes által kifogásolt magatartása a Tpv. 8.§ (2) bekezdés c) pontjában foglaltakra figyelemmel a Tpv. 8.§ (1) bekezdésbe ütközik és ezért jogsértő. A megállapítás mellett indokoltnak tartotta bírság kiszabását is a Tpv. 78. § alapján, 20 millió forint összegben, melyre vonatkozóan a bírságkiszabás szempontjait határozatában rögzítette.

Felperes keresetében elsődlegesen az alperesi határozat megváltoztatását, ezen belül annak megállapítását kérte, hogy felperes nem követett el jogsértést, másodlagosan a - bíróság ettől eltérő álláspontjára figyelemmel - a bírság kiszabásának mellőzését illetve mérséklését indítványozta, valamint perköltséget kért. Keresetében arra hivatkozott, hogy az alperes megállapítása és indokolása téves. A hűségnyilatkozat jogi természetét tekintve nem tulajdonság, hanem feltétel, mely hűségnyilatkozat mint jelentős kedvezményért cserébe a fogyasztó azt vállalja, hogy a meghirdetett időszakban igénybe veszi a felperes, mint szolgáltató szolgáltatását. A szolgáltatás alatt nem a forgalmazást érti, mindössze azt, hogy az előfizetői SIM kártya a vállalt időszakban az ügyfél érdekkörébe felmerülő okból ne kerüljön megszüntetésre. Hangsúlyozta keresetében, hogy a hűségnyilatkozási konstrukciót felperes mintegy másfél évtizede alkalmazza, tehát az az előfizetők

körében teljes-körüen ismertnek tekinthető, az ésszerűen eljáró és tudatos fogyasztó nem gondolhatta alappal azt, hogy úgy vásárolhat meg egy egyébként jelentős értéket képviselő terméket (akár 0 forintért), hogy ahhoz semmilyen feltétel ne lenne kapcsolva. E körben idézte a jogirodalom ésszerűen eljáró átlagos fogyasztóval kapcsolatos fogalmát. Arra is hivatkozott felperes, hogy minden reklám kivétel nélkül tartalmazta azt a kitételt, hogy a további feltételekről az üzletekben érdeklődhet a fogyasztó. A felperes által kínált szolgáltatás a mai technikai színvonal mellett olyan bonyolult és szerteágazó, hogy nem várható el a felperestől, mint szolgáltatótól a szolgáltatás bonyolultságára és összetettségére tekintettel az, hogy a reklámok mindenre kiterjedő tájékoztatást tartalmazzanak, ezek a reklámok sokkal inkább figyelemfelhívó reklámnak minősülnek, és a tájékoztatás minden esetben tartalmazta az ügyfélszolgálat telefonszámát. Nem értett egyet az alperesi állásponttal azért sem, mert álláspontja szerint az a tény, hogy a szolgáltatás csak SIM kártyával vehető igénybe, ugyanolyan vagy talán még fontosabb feltétel, mint a hűségnyilatkozat. Az előbbire viszont minden alkalommal felhívta a figyelmet. Utalt arra, hogy alperes a perbelitől eltérő tartalommal is döntött más esetekben.

Az internet szolgáltatással kapcsolatban pedig arra hivatkozott, hogy a reklámok főszövegében szereplő felhívás „vidd magaddal az internetet!” egyértelművé tette a fogyasztó számára, hogy a szolgáltatás igénybevételéhez az internet előfizetésre, illetve adatsomagra mindenképpen szükség van. A jelen szolgáltatási színvonalon egyetlen reklám sem alkalmas arra, hogy annak kizárólagos figyelembevételével minden további tájékozódás nélkül a fogyasztó megfelelően körültekintő fogyasztói döntést tudjon hozni. A határozat azon hivatkozásával kapcsolatban, amely szerint az apró betűs részek észlelhetetlenné teszik a fogyasztó számára az abban foglaltakat, azt adta elő, hogy sem a Tpvt., sem egyéb, ezen reklámokra vonatkozó jogszabály nem jelöli meg pontosan, hogy milyen betűméret és betűtípus az, ami elfogadható lenne.

A bíróság összegét méltánytalannak és aránytalannak tartotta, figyelemmel arra, hogy a vizsgált 18 kampányból két esetben talált alperes olyan magatartást, amelyet jogsértőnek minősített, továbbá a határozat írásba-foglalására és kiküldésére a kihirdetését követően mintegy három év múlva került sor, ilyen módon a kiszabott bírság az alapvető feladatát (visszatartó erő) már nem tudta betölteni.

Alperes ellenkérelmében a kereset elutasítását kérte, valamint perköltséget. Arra hivatkozott, hogy határozata jogszerű és megalapozott, határozatában kifejtett álláspontja pedig megfelel a kialakult joggyakorlatnak. E körben több, a Fővárosi Bíróság és a Fővárosi Ítélőtábla által hozott, hasonló jogkérdésben született ítéletre hivatkozott. A hűségnyilatkozattal kapcsolatban fenntartotta azt az álláspontját, amely szerint a hűségnyilatkozat vállalása az áru lényeges tulajdonsága. E körben a már említett bíróságok is több alkalommal állást foglaltak. Azzal a felperesi kereseti kérelemmel és megállapítással kapcsolatban, amely szerint minden reklám tartalmazta a további tájékozódás lehetőségére történő konkrét utalást kifejtette, hogy a következetes bírói és alperesi gyakorlat szerint a jogsértés a megtévesztésre alkalmas információk közreadásával megvalósult, a reklám jogszerűségét aszerint kell megítélni, hogy azt hogyan, milyen tartalommal jelenik meg, és azt az érvelést, hogy a fogyasztók még az előfizetői jogviszony létrejötte előtt további tájékoztatást kapnak a szolgáltatásról, elfogadhatatlannak tartotta. Nem tartotta megalapozottnak a felperesi érvelést az ésszerűen eljáró, tudatos fogyasztó vonatkozásában sem, e körben is utalt következetes joggyakorlatra. Az internetes előfizetés szükségességével kapcsolatban fenntartotta a határozatában foglaltakat, amely szerint a hűségnyilatkozathoz hasonlóan a Net 1000 előfizetés megkötésének szükségessége is a termék lényeges tulajdonsága, és erről felperes a fogyasztók megtévesztésére alkalmas módon adott tájékoztatást. Az általa hivatkozott felhívás (további feltételek, részletek az üzletekben) alkalmatlan volt annak orvoslására, hogy a reklámok nem nyújtottak reális képet a felperes ajánlatáról.

Nem fogadta el alperes a felperesnek az ellentétes döntésekre történő utalását, hivatkozott e körben arra, hogy a perbeli határozat felülvizsgálatának nem tárgya egy korábbi alperesi határozattal történő

összehasonlítás, továbbá az alperesi koherens gyakorlat bemutatásával kapcsolatban korábbi határozatából is idézett. Fenntartotta a határozatában foglaltakat az apró betűvel szerepeltetett közlések megítélése körében is. A per folyamán kifejtette, hogy a reklámok nem figyelemfelhívó reklámok voltak.

A bírságkiszabással kapcsolatban pedig előadta, hogy a jogszabálynak megfelelően járt el, a reklámköltséget mint az egyik tényezőt vette figyelembe más súlyosító és enyhítő körülmények mellett, melyeket a határozat tartalmazott. Nem vitatta azt a tényt, hogy a határozat a kihirdetését követő mintegy három évvel került felperes részére megküldésre, ezt azonban nem tartotta hátrányosnak felperesre nézve arra tekintettel, hogy a bírság megfizetését csak a határozat kézbesítését követően kell teljesíteni. Miután felperes nem jelölte meg az arányosság körében, hogy milyen mértékű bírságot tartana aránytalannak, fenntartotta a határozatában foglaltakat.

Felperes keresete nem megalapozott.

A bíróság a keresetet a Tpv. 83.§ (1) bekezdése, valamint a Pp.324.§ (2) bekezdés b) pontjában foglaltak alapján vizsgálta felül - a kereseti kérelem korlátai között -, a tényállást a peres felek nyilatkozatai, valamint a csatolt iratok alapján állapította meg.

Közigazgatási határozatok bírósági felülvizsgálata során a bíróság akkor helyezheti hatályon kívül (változtathatja meg) a közigazgatási szerv határozatát, ha a határozathozatal idején anyagi jogszabálysértés, vagy az ügy érdemére is kiható súlyos eljárási szabálysértés történt (Legfelsőbb Bíróság KK. 31. számú állásfoglalás).

A Tpv. 8.§ (1) bekezdése szerint tilos a gazdasági versenyben az üzletfeleket megtéveszteni.

A (2) bekezdésben foglaltak alapján az üzletfelek megtévesztésének minősül különösen, ha

a) ha 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,

b) elhallgatják, hogy az áru nem felel meg a jogszabályi előírásoknak vagy az áruval szemben támasztott szokásos követelményeknek, továbbá, hogy annak felhasználása a szokásostól lényegesen eltérő feltételek megvalósítását igényli,

c) az áru értékesítésével, forgalmazásával összefüggő, az üzletfél döntését befolyásoló körülményekről - így különösen a forgalmazási módról, a fizetési feltételekről, a kapcsolódó ajándékokról, az engedményekről, a nyerési esélyről - megtévesztésre alkalmas tájékoztatást adnak.

A Tpv. 77.§ (1) bekezdés d) pontja szerint a Versenytanács megállapíthatja a vizsgált magatartás törvénybe ütközését.

Fenti jogszabályhelyből (Tpv. 8.§-a) egyértelműen megállapítható, hogy a jogalkotó a tisztességes gazdasági verseny érdekében tiltja a fogyasztók megtévesztését, a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolását, és a jogszabályban (8.§ (2) bekezdés a,b,c pontjaiban) meghatározza azokat a magatartásformákat, amelyek fogyasztók megtévesztésére alkalmasak. Felperes az alperes által kifogásolt reklámkampányaiban, azok kommunikációiban nem, vagy nem

teljes-körű tájékoztatást adott a hűségnyilatkozatra, illetve egyes készülékekhez kapcsolódóan az internet előfizetésre, mint az áru lényeges tulajdonságára vonatkozóan, illetve a tájékoztatást egyes reklámokban olyan betűformában, a tájékoztatás lényeges és főüzenetét tartalmazótól eltérő, apró betűs formában jelentette meg, amely a fogyasztói döntés szempontjából nem volt közvetlenül észlelhető, illetve nem volt ténylegesen meghatározó.

Felperes sem az eljárás során, sem a per folyamán nem vitatta, hogy reklámjaiban nem minden esetben tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy a reklámozott áron (egyéb feltételek mellett kedvező részletre) történő vásárlás egyik feltétele a hűségnyilatkozat vállalása, illetve, hogy egyes reklámüzeneteiben a főüzenethez képest kisebb betűformában közölte ezt, továbbá ugyanilyen formában közölte a határozatban szereplő két készülékhez kapcsolódó marketing kommunikációban, hogy a vásárlás egyik feltétele az internet előfizetés megkötése. A jogszabályból eredően nem kétséges az, hogy felperest terheli az a felelősség, hogy a fogyasztó számára közölje a fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges információt, tájékoztatást, amely a reklámozott termékkel kapcsolatban a fogyasztói döntést befolyásoló lehet. Abban egyetértett a bíróság felperessel, hogy a reklámtól nem várható el teljes-körű termékleírás és valamennyi szerződési feltétel megjelenítése, mert a reklám terjedelmi korlátaira figyelemmel csak bizonyos, kiemelt információk közölhetők a fogyasztóval és az sem vitatható, hogy a felperes által kínált készülékvásárlási konstrukció összetett, miután a készülékek a megvásárlásukhoz kapcsolódó szolgáltatással együtt tekinthetők a felperes által reklámozott terméknek, ez azonban nem mentesíti felperest attól, hogy megfeleljen a tisztességes tájékoztatásra vonatkozó feltételeknek, és a reklámokban közölt üzeneteivel ne tévessze meg a fogyasztót. A kialakult és töretlen jogalkalmazói gyakorlat szerint a reklámmal szemben támasztott versenyjogi követelmény az, hogy legyen igaz, valós és pontos, és ne legyen alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyására.

A Tpv. 8.§ (1) és (2) bekezdése alapján tilos a termék egésze vagy akár lényeges tulajdonsága kapcsán a fogyasztó megtévesztése, tehát tilos a termékről olyan hamis képet adni, amely alkalmas arra, hogy a fogyasztó tévedésbe ejtse, vagy tévedésben tartsa. A perbeli reklámüzenetek a fogyasztók megtévesztésére azért voltak alkalmasak, mert hiányosságuk kellő alapot szolgáltatott arra, hogy az átlagfogyasztóban téves képzetek alakuljanak ki a bemutatott kedvezményes szolgáltatás igénybevételének tartalmáról, korlátairól. Ilyen tartalom a kötelező kétéves hűségnyilatkozat, illetőleg internet előfizetés mint a kedvezményes részletfizetési lehetőséggel megvásárolható készülékekhez kapcsolódó olyan lényeges feltételek, amelyek alkalmasak a megalapozott fogyasztói döntés befolyásolására. A hűségnyilatkozat illetőleg internet előfizetés alkalmazása kétségkívül a kedvezményes vásárláshoz kapcsolódó feltétel, de mint ilyen tekintendő a termék lényeges tulajdonságának, figyelemmel arra, hogy a készülékeknek a reklámban megjelölt feltételekkel történő megvásárlása a hűségnyilatkozathoz illetve az internet előfizetéshez kötött. Olyan szükséges információnak minősülnek, hogy azok elmaradása, vagy az árközléstől eltérő betűméretben, tehát a fogyasztó által közvetlenül nem észlelhető módon történő feltüntetés, a fogyasztót súlyosan megtévesztő magatartásnak minősül.

A perbeli reklámok - felperesi előadással ellentétben - nem figyelemfelhívó jellegűek voltak, mert azokban a termék lényeges tulajdonságára vonatkozóan megtörtént a tényszerű adatok (részletfizetés feltételei, a konkrét ár, kezdőrészlet) közlése.

Az a tény, hogy a reklám tartalmazta minden esetben, hogy további feltételek, teljes-körű tájékoztatás az üzletekben elérhető, nem teszi jogszerűvé a tájékoztatást, figyelemmel részben a fent kifejtettekre, továbbá arra, hogy a reklámnak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges, releváns információkat tartalmaznia kell, a fogyasztó minden esetben a reklámmal kerül közvetlen

kapcsolatba (hallás, látás útján), az ekkor megjelentetett információknak feltétlen biztosítani kell a megalapozott fogyasztói döntéshez szükséges feltételeket.

Az ésszerűen eljáró, tudatos fogyasztó fogalmi meghatározására helytállóan utalt keresetében felperes, az ebből levont következtetésével azonban a bíróság nem ért egyet.

A fent kifejtettekből is következik, hogy a reklám terjedelmi korlátai között a tájékoztatást úgy kell meghatározni, hogy az az átlagfogyasztó számára követhető és értelmezhető legyen. A tisztességes és nem megtévesztő, tehát tilalmazott tájékoztatás feltétele, hogy a fogyasztó a döntését megalapozó lényeges és releváns információk birtokába kerüljön a reklámban megjelenő tájékoztatással. Csak ebben az esetben biztosítható, hogy a fogyasztó döntési szabadsága ne sérüljön, a zavartalan döntési folyamat eredménye pedig a tisztességes gazdasági verseny. Nem vitatottan a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során tájékozódjon, illetőleg a legkedvezőbb megoldást válassza, továbbá ésszerű mértékű információ keresést folytasson, az azonban nem várható el, hogy a reklámkampányban nem azonosan megjelenő, de alapvető, az ajánlat valós tartalmához tartozó információhoz csak úgy jusson hozzá, hogy a reklámozó által megadott további lehetőséggel éljen, azaz az üzletben tájékozódjon további részletekről. Mind a hűségnyilatkozat, mind az internet előfizetés tekintetében megtévesztő módon valósult meg a reklámban megfogalmazott tájékoztatás, illetve egyes kampányokban hiányzott, az alperes ezért jogszerűen állapította meg a jogsértést. Annak nincs perbeli jelentősége, hogy az értékesítéshez szükséges felperesi SIM kártyáról minden esetben tájékoztatta a felperes a fogyasztókat, mert ez nem azonos a másik két feltétellel, a tájékoztatás, a reklámszöveg alapján megállapítható, hogy mind a hűségnyilatkozási konstrukcióra, mind az internet előfizetésre történő felhívást felperes maga is fontosnak tartotta, csak nem a megfelelő formában, nem a fogyasztó által közvetlenül és azonnal észlelhetően a főüzenet részeként, ennek megfelelő betűméretben jelenítette meg. A betűméretet valóban nem írja elő jogszabály, azt azonban igen, hogy ne legyen megtévesztő a fogyasztó tájékoztatása. Az pedig, hogy a lényeges és alapvető, s a fogyasztói döntést befolyásoló információ nem a főüzenettel egyként, konkrét esetben a rövid ideig látható, észlelhető reklámban nem egyforma betűvel, hanem csak apró betűvel jelenik meg, alkalmas arra, hogy a fogyasztót megtéveszse.

A Tpv. 78.§ (1) bekezdése szerint az eljáró Versenytanács bíróságot szabhat ki azzal szemben, aki a törvény rendelkezéseit megsérti. A bíróság összege legfeljebb a vállalkozás előző üzleti évben elért nettó árbevételének 10%-a lehet.

A (3) bekezdés szerint a bíróság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztói érdekek sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

A Pp. 339/B. §-a szerint a mérlegelési jogkörben hozott közigazgatási határozat akkor tekintendő jogszerűnek, ha a közigazgatási szerv a tényállást kellő mértékben feltárta, az eljárási szabályokat betartotta, a mérlegelés szempontjai megállapíthatóak, és a határozat indokolásából a bizonyítékok mérlegelésének okszerűsége kitűnik.

A bíróság mérséklésével kapcsolatban a felperes nem bizonyította, hogy az alperes a Pp. 339/B. § rendelkezését megsértve határozta volna meg a bíróság összegét. Az alperes határozatából megállapítható, hogy a bíróság kiszabásakor a jogsértőnek minősített piaci magatartást vette figyelembe, az ügyben releváns enyhítő és súlyosbító körülményeket feltárta és határozatában

helyesen utalt arra, hogy mit vett figyelembe, azokat súlyuknak megfelelően értékelte, okszerűen mérlegelte és ennek indokairól kellő részletességgel számot adott. Mivel a bírság kiszabása a jogsértő piaci magatartás miatt történt, irreleváns felperes arra történő hivatkozása, hogy a vizsgált reklámkampányok közül csak kettőben állapított meg jogsértést alperes, a jogsértő magatartás miatt alkalmazandó jogkövetkezmény alkalmazása szempontjából közömbös az a tény, hogy az azonos időben vizsgált más kampányokban jogszerű magatartást tanúsított felperes. A bírság mértékének megállapításakor a jogszabályban foglaltakat betartotta, a bírság mértékét az előző évi nettó árbevételhez igazította, annak töredékében határozta meg.

A bíróság osztotta azt az alperesi álláspontot, amely szerint a reklámozás költségeire fordított és felperes üzleti titkát képező összeg nagysága csak egy figyelembe vehető szempont, mérlegelhető körülmény a többi, alperes által feltárt enyhítő és súlyosító körülmény körében. A bírság összegének ehhez történő arányosítása nem jogszabályi előírás, a reklámköltség nagysága önmagában meghatározó nem lehet, ezt, a felperes által üzleti titoknak minősített adatot megismerve sem találta a bíróság eltúlzottnak az alperes által kiszabott bírság mértékét, figyelemmel a többi körülményre. Abban pedig egyetértett alperessel, hogy a nem vitatottan későn, mintegy három évvel később írásba foglalt határozat a bírságkiszabás körében nem súlyosbította felperes helyzetét, hiszen a bírság mértékével tisztában volt, annak megfizetésre azonban csak az alperesi határozat közlését követően került sor.

A bíróság a fentiek alapján a keresetet elutasította és a felperest a tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt kereseti illeték megfizetésére kötelezte a 6/1986.(VI.26.) IM sz. rendelet 13.§ (2) bekezdése alapján. A kereseti illeték mértékét az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (Itv.) 43.§ (3) bekezdésben foglaltak alapján a 39-42.§-ok szerint állapította meg.

A perköltségre vonatkozó rendelkezés a Pp.78.§.(1) bekezdésén alapul, ennek összegét a bíróság a Pp. 79. §. (1) bekezdése alapján a bírósági eljárásban megállapítható ügyvédi költségekről szóló 32/2003. (VIII. 22.) IM rendelet (a továbbiakban: IM r.) 3. §. (1) bekezdése szerint állapította meg, figyelemmel az alperes nyilatkozatára, valamint az általa kifejtett munkára.

Az ítélet elleni fellebbezést a Pp. 340.§ (2) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2010. október 6.

dr. Réthy Edit sk.
bíró