



A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a Bálint, Kállai és Kende Ügyvédi Iroda (Kende, Molnár-Bíró, Katona Ügyvédi Társulás; eljáró ügyvéd: dr. ; 1118 Budapest, Villányi út 47.) által képviselt **Citroën Hungária Kft.** (1194 Budapest, André Citroën u. 1.) felperesnek, dr. Bak László irodavezető által képviselt **Gazdasági Versenyhivatal** (1054 Budapest, Alkotmány u. 5.) alperes ellen, versenyügyben hozott határozat (hiv. szám: Vj/74-34/2013.) bírósági felülvizsgálata iránt indított perében meghozta az alábbi

### **í t é l e t e t :**

A bíróság a felperes keresetét elutasítja.

A tárgyi illetékteljegyzési jog folytán le nem rótt 1 500 000 (Egymillió-ötszázezer) forint kereseti illetéket a felperes az adóhatóság külön felhívására az állam javára köteles megfizetni.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított 15 (tizenöt) napon belül fellebbezésnek van helye, melyet a Fővárosi Törvényszéknek címezve, a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróságon kell írásban, három példányban benyújtani.

### **I n d o k o l á s**

A személygépjármű-, könnyűgépjármű-kereskedelem főtevékenységű, a Citroën márkájú gépjárművek kiskereskedelmi értékesítését végző felperes 2012 decemberében hirdette meg a különböző kommunikációs eszközein keresztül a Citroën Autócsere Programját.

Az alperes 2013. szeptember 23-án versenyfelügyeleti eljárást indított a felperessel szemben, mely eljárás kiterjedt a felperes Citroën Autócsere Program népszerűsítése során kifejtett teljes kereskedelmi gyakorlatára. Az alperes a 2014. június 30. napján kelt VJ/74-34/2013. számú határozatával megállapította, hogy a felperes 2012. december 1. és 2013. november 5. közötti időszakban alkalmazott kommunikációjával tisztességtelen magatartást tanúsított, amikor az említett program kereskedelmi kommunikációja során egyes kommunikációiban azt a benyomást keltette, hogy a megjelölt kedvezményekkel és garanciális feltételekkel (korábbi öreg gépkocsi leadásával, akár a meghirdetett legalacsonyabb áron, négy éves kiterjesztett garanciával) a gépjárművek megvásárolhatók. Ezzel a felperes megvalósította a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 6. § (1) bekezdés c) pontja szerinti tényállást (valótlan információ megjelenítése), amivel

megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat. A felperes továbbá megvalósította az Fttv. 7. § (1) bekezdésében foglalt megtévesztő mulasztás tényállását, amivel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat azáltal, hogy az általa közzétett kommunikáció nem tartalmazta a szükségszerű kapcsolatot a 4 éves garancia, mint elérhető kedvezmény, az árelőny, és a finanszírozási ajánlat között, valamint azt a tényt, hogy ténylegesen lízingszolgáltatás történik. Mindezen jogsértés megállapítása okán az alperes a további jogsértő magatartás folytatását megtiltotta, és a felperest 40 millió forint versenyfelügyeleti bírság megfizetésére kötelezte.

Határozatában rögzítette, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat címzettjei elsősorban azon fogyasztók, akik személygépkocsi vásárlását tervezik, tervezhetik, olyan, már gépjárművel rendelkező személyek, akik által használt gépjárművek gyártására 2002. december 31-ét megelőzően került sor. Azon fogyasztók esetében, akik tervezik a meglévő gépjárműveik lecserélését, a cserével elérhető árelőnyre is figyelemmel, a kommunikáció állításai alkalmasak lehetnek arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítsék, amelyet egyébként nem hozott volna meg. A fogyasztó ügyleti döntése kapcsán az alperes kiemelte, hogy a vizsgált kereskedelmi gyakorlat kapcsán a fogyasztók megtévesztésére a fogyasztók figyelmének felkeltésekor került sor. Márpedig ez a fogyasztó ügyleti döntésének minősülhet, mert a fogyasztó a kereskedelmi kommunikáció alapján dönt arról, hogy felkeresi-e a felperes honlapját, és itt a Citroën Autócsere Finanszírozás részleteivel kezd el foglalkozni, melyek alapján a kedvezményes árra, a meglévő régi gépjármű beszámítására vonatkozó közlés az ügyleti döntés befolyásolására képes volt. Az alperesi határozatban foglaltak szerint tehát az ügyleti döntés elválhat a szerződés megkötésének aktusától, egy fogyasztói döntési folyamat során több ügyleti döntés is meghozatalra kerülhet. A jog nem csak a fogyasztói döntés folyamatát, hanem az egyes szakaszait is védi, az ügyleti döntés torzítása pedig bármely szakaszban bekövetkezhet, így például akkor, amikor a fogyasztó a tisztességtelen kereskedelmi kommunikáció hatására módosítja a preferencia-sorrendjét, vagy olyan árut von be az alternatívák értékelési körébe, amely eddig nem volt ismert a számára. Az alperes hangsúlyozta továbbá, hogy ugyanezen megállapítások irányadók a mulasztással megvalósuló megtévesztés esetén is, amikor is a kommunikációs eszköz térbeli és időbeli korlátja önmagában nem vezet a jogértés alóli mentesüléshez, mint ahogyan az sem, ha a vállalkozás később biztosítja a szerződési feltételek teljes megismerését.

Az alperes összesen 15 féle hirdetést vizsgált, melyekkel kapcsolatban megállapította, hogy azok mindegyikében szerepelt az, hogy a fogyasztó „vásárlás” útján szerzi meg az új gépkocsit, amely szöveg a legelterjedtebb tulajdonszerzési módra (adásvételre) utal, miközben a valóságban azok csak lízing esetén voltak elérhetőek. A vásárlásra utalás a két televíziós reklám esetén – figyelemmel arra, hogy az apró betűvel került feltüntetésre – nem minősült észlelhető kommunikációnak. Az alperes megállapította, hogy a vásárlásra utalást azt sem módosítja, hogy a kommunikáció a „\*\* jelet követően tartalmazta a „Citroën Autócsere Programmal” kitélt, egyrészt mert az a televízió reklámok, plakátok, billboardok esetén nem érzékelhető, másrészt nem hordoz a lízing szerződésre utaló tartalmat. Az alperes arra az álláspontra helyezkedett, hogy a kereskedelmi kommunikáció fő üzenetei, a kezdő ár és a „cserélje le öreg autóját” kitétel egy ésszerűen eljáró fogyasztó számára nem jelentik azt, hogy a legnagyobb árelőny és a kiterjesztett garancia érdekében lízingszerződést kell kötnie, márpedig a legnagyobb árelőny, és a kereskedelmi kommunikációban megjelölt alapár elérésére a fogyasztónak akkor nyílt lehetősége, ha egyidejűleg élt a Roncsprémium és a Citroën Autócsere Finanszírozás (zárt végű pénzügyi lízing) nyújtotta lehetőségekkel, a lízingre ugyanakkor egyik hirdetés sem utalt.

A felperes kötelezettségvállalásával kapcsolatban az alperes a határozatában rögzítette, hogy nem látott lehetőséget a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetésére a kötelezettségvállalásra tekintettel,

figyelemmel arra, hogy a perbeli magatartás vonatkozásában kikristályosodott gyakorlattal rendelkezik.

A jogkövetkezmény tekintetében az alperes a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 78. §-ára, és „A bírság meghatározásának szempontjai a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolása esetén” elnevezésű 1/2007. Közlönyre (a továbbiakban: Közlöny) utalva rögzítette, hogy a bírság kiszabásának a célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen piaci magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság kiszabása során a jogsértő kommunikáció költségéből indult ki, és enyhe fokú súlyosító körülményként vette figyelembe, hogy a felperes magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható mércét, nem felel meg a társadalom értékeitének, továbbá a fogyasztók széles körének érintettségét, és a jogsértő kommunikáció időbeli elhúzódását. Közepes súlyú enyhítő körülményként értékelte, hogy a kedvezmények pénzügyi lízingkonstrukció melletti igénybevételéről a fogyasztó még a szerződéskötés előtt tudomást szerezhetett. Összességében megállapította, hogy a bírságösszeg jelentős mértékben alatta marad a törvényi maximumnak, így további korrekciót nem tartott szükségesnek.

A határozat ellen a felperes keresettel élt, melyben elsődlegesen a határozat hatályon kívül helyezését, másodlagosan a határozat megváltoztatását és a bírság mellőzését, harmadlagosan a kiszabott bírság csökkentését, és az alperes perköltségben marasztalását, valamint kötelezését kérte sajtóközlemény kiadására, amelyben beszámol a jogszabálysértésekről és a felperes jó hírét helyreállítja. Ismertette a tényállás általa relevánsnak értékelt összefoglalását. Álláspontja szerint a társaság kereskedelmi kommunikációja megfelelt a vonatkozó jogszabályoknak, azzal nem sértette meg az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tilalmat, mert az apró betűs részben szereplő vásárlás szó vagy nem észlelhető a fogyasztó számára, vagy amennyiben észlelhető, akkor az is észlelhető, hogy az az Autócsere Programban az Autócsere Finanszírozással érhető el. Hangsúlyozta, hogy a fő üzenet a „Cserélje le” szlogen, amely nem utal adásvételi szerződésre. Állította, hogy a határozatban foglaltaktól eltérően 12 hirdetés szövege tartalmazta a vásárlás szót, a televíziós reklámokban pedig az nem volt észlelhető, ezért legfeljebb 10 jogellenes hirdetést lehetett volna megállapítani. Arra is hivatkozott, hogy a vásárlás szó tulajdonszerzésre utal, amely a zártvégű pénzügyi lízinggel is megvalósul, amely egyfajta halasztott adásvétel, a szerződés teljesítése automatikus tulajdonszerzést von maga után, a lízing pedig az átlagfogyasztó számára ismert és elterjedt tulajdonszerzési forma, így az átlagfogyasztó számára a vásárlás a lízinget is jelenti. Hangsúlyozta, hogy a zárt végű pénzügyi lízingnél az adásvétellel azonosan a fogyasztó azonnal birtokba veheti és használhatja a gépjárművet, a használat költségei őt terhelik, a fogyasztó pedig tulajdont szerez. A zárt végű pénzügyi lízingre a finanszírozás utal a kereskedelmi kommunikációban. Álláspontja szerint megalapozatlanul állítja az alperes, hogy elhallgatták azt, hogy a feltüntetett legalacsonyabb ár és a kiterjesztett garancia csak a cég által szervezett fizetési konstrukcióval volt elérhető, mert a teljes körű tájékoztatás időben és térben ugyanott elérhető, érzékelhető volt, és a finanszírozás érzékelhetőségének a hiánya, valamint a vásárlás szó jogellenes szerepeltetésének együttes megállapítása kizárt, mivel mindkettő ugyanott szerepelt. E körben hivatkozott a 2005/29/EK irányelv (a továbbiakban: Irányelv) 7. cikk (4) bekezdésére és a C-122/10. számú jogesetre. Előadta továbbá, hogy a kiterjesztett garancia a finanszírozás része, nem kereskedelmi szolgáltatás annak ingyenessége folytán. Arra is hivatkozott, hogy valamennyi hirdetésben feltüntette az akcióval kapcsolatos lényeges információkat, azaz, hogy a legalacsonyabb ár és a kiterjesztett garancia a Citroën Autócsere Finanszírozással együtt vehető igénybe, felhívta továbbá a fogyasztók figyelmét arra, hogy az ajánlat csak tájékoztató jellegű. Sérelmezte, hogy az alperes az üzleti döntés vonatkozásában eltért az eddigi töretlen joggyakorlatától (e körben idézte

az alperes Vj/79/2003. Suzuki, Vj/113/2004. Axon és Vj/123/2004. Summit ügyekben hozott döntéseiben foglaltakat), a határozatában tamponnal, és távközlési szolgáltatással kapcsolatos jogesetekre hivatkozott, amely eltér a perbeli, azaz a hosszútávra szóló gépjárműre vonatkozó esettől. Hangsúlyozta, hogy a perbeli eljárásban kifogásolt kereskedelmi kommunikáció a fogyasztók figyelemfelkeltését szolgálja, a gépjárművásárlás időben elhúzódó döntési folyamat, az pedig ellentmond a kialakult gyakorlatnak, hogy a fogyasztó üzleti döntésének legfőbb befolyásoló tényezője a reklám lenne. Kiemelte, hogy az Irányelv 2. cikk k) pontjából is következik, hogy üzleti döntés nem információ beszerzésével kapcsolatban meghozott döntés, hanem az arra vonatkozó döntés, hogy a fogyasztó megvásárolja-e a kereskedelmi kommunikációban szereplő terméket. Hangsúlyozta, hogy a fogyasztó üzleti döntése az első márkakereskedőnél történt érdeklődéstől a szerződés aláírásáig átlagosan két hetet vesz igénybe, amely alatt a teljes körű tájékoztatás mellett minden jogkövetkezmény nélkül visszaléphet a tulajdonszerzéstől. A kommunikációval megcélzott tájékozott fogyasztó álláspontja szerint tisztában volt a gépjármű finanszírozás jelentésével, így azzal, hogy annak további költségei vannak. A szűkítő feltételre vonatkozó információhoz való eljutás pedig biztosítva volt a vezérüzenetben, és az apró betűs részben is. Arra is hivatkozott, hogy eleget tett az Fttv. 7. § (2) bekezdésében foglaltaknak. A kötelezettségvállalás jogi álláspontja szerint iratellenes megállapításra hivatkozással került elutasításra, figyelemmel arra, hogy a perbeli ügyben kikristályosodott gyakorlatról nem lehet szó, a kötelezettségvállalás elfogadásának feltételei fennálltak. E körben arra hivatkozott, hogy az alperes megsértette a 3/2012. számú közleményében, valamint a közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 1. §-ában, és 4. § (1) bekezdésében foglaltakat.

A kiszabott bírsággal kapcsolatban kifejtette, hogy a televíziós reklámok esetében az apró betűs rész a határozat által is elismerten nem észlelhető, ezért a hirdetések költsége nem vehető figyelembe. Sérelmezte, hogy az alperes nem vette figyelembe a Közleményben foglalt enyhítő körülményeket, így azt hogy tájékoztatta az eljáró versenytanácsot arról, hogy a még egyértelműbb tájékoztatás érdekében módosításokat hajtott végre a honlapján, valamint a print illetve online hirdetéseiben, amelyeket a jövőben is alkalmazni fog. Nem értékelte továbbá, hogy a programmal kapcsolatban egyetlen panasz sem érkezett, továbbá azt a környezetvédelmi célkitűzést, hogy a korszerűtlen régi járművek helyébe korszerű járművek kerülnek forgalomba. Álláspontja szerint továbbá a vizsgált magatartás csekély súlyú, mert a nagy értékű, hosszabb használatra szánt áruk esetében kevésbé valószínű, hogy a reklám alapján vélelmezettnél kedvezőtlenebb feltételekkel megvásárolható áru helyett a fogyasztó egy másik árut vásárol a márkakereskedőnél. Másrészről az eljárás hivatalból indult, fogyasztói panaszról nincs információ, továbbá az elmúlt 20 évben a gépjárműszektort érintő bírságok mértéke meg sem közelíti a perbeli bírságot. Álláspontja szerint a határozat jogszabálysértő azon oknál fogva is, mert a további jogsértő magatartást megtiltotta, miközben maga rögzíti, hogy az eljárás alá vont a kereskedelmi gyakorlatát önként módosította.

A felperes az előkészítő irataiban – a fentiekén túl – arra hivatkozott, hogy a hirdetések tartalmazták, hogy „A jelen hirdetésben szereplő és a [www.citroen.hu](http://www.citroen.hu) honlapon részletezett kedvezmény a CITROËN AUTÓCSERE Program és az annak a részét képező Citroën Autócsere Finanszírozás során, együttesen igénybe vehető, listaárból levonandó kedvezmények összegét jelenti... A jelen ajánlat tájékoztató jellegű és nem teljes körű, részletekért forduljon az akcióban részt vevő márkakereskedésekhez...”. Ezek az információk álláspontja szerint kellő tájékoztatást adnak a kereskedelmi kommunikációval megcélzott, már gépjárművel rendelkező fogyasztóknak arról, hogy a főüzenetben szereplő maximális kedvezmény, vagyis a legalacsonyabb ár és a kiterjesztett garancia csak az autófinanszírozás részeként vehető igénybe, amely lízing útján történő gépjárművásárlásra utal. Kérte, hogy a bíróság az eredeti fényképes hirdetések vizsgálatával mérlegelje, hogy a vásárlás szó

ennyiben megtevesztő a cseréhez képest, illetve, hogy mennyiben érzékelhető a vásárlás szó, míg a fent idézett szövegrész miért nem. Ismételten hangsúlyozta, hogy az apró betűs részekben megtalálható volt a Citroën Autócsere Finanszírozásra, mint szűkítő feltételre vonatkozó utalás, amely az ésszerűen eljáró, már gépjárművel rendelkező fogyasztó számára a lízingre, mint a legelterjedtebb gépjármű tulajdonszerzést eredményező finanszírozási módra utal. Ennek alátámasztására csatolta a Magyar Lízingszövetség tájékoztató jellegű nyilatkozatát, amely szerint a 2013. évben forgalomba helyezett és finanszírozott gépjárművek közül összesen 57%-ra kötöttek pénzügyi lízingszerződést. Statisztikai adatokra hivatkozással kifejtette, hogy egy átlagos magyar fogyasztó tisztában van a pénzügyi lízing fogalmával, sokuknak pedig csupán ez az egyetlen tulajdonszerzési konstrukció kerülhet számításba egy olyan értékű ingó vagyontárgy tulajdonának megszerzése esetében, mint egy személygépjármű. Ismételten utalt a keresetlevelében megjelölt alperesi döntésekre, és arra, hogy ezen eljárások mindegyikét jogsértés hiánya miatt megszüntette az alperes azzal, hogy a nem mindennapi szükségletet kielégítő, nagyobb értékű és hosszabb használatra szánt áruk esetében a fogyasztói döntések meghozatalát nem képes érdemben befolyásolni a figyelemfelkeltés funkcióját betöltő reklám, ugyanis egy nagy értékű áru megvásárlása előtt a potenciális vásárló több helyről szerzi be a döntése alapjául szolgáló információt. A fogyasztók gyakorlatának, illetve egy tipikus gépjármű-értékesítés fázisainak részletezése és megismerése érdekében, továbbá, hogy a márkakereskedésben hányan érdeklődtek, és hányan kötöttek szerződést és milyen tájékoztatást kaptak az üzleti döntés meghozatala előtt, a felperes ügyvezetője, Balkányi György tanúkénti kihallgatását indítványozta.

Az alperes a kereset elutasítását kérte, fenntartva a határozatában foglaltakat.

A felperes keresete az alábbiakban kifejtettek szerint nem alapos.

A bíróság mindenekelőtt rögzíti, hogy a felek között nem volt vitatott az, hogy a vizsgált kommunikációk közül egyik sem tartalmazta a lízing konstrukcióra történő utalást. A felperes állításával ellentétben tényként állapítható meg továbbá, hogy a határozat mellékletét is képező, összesen 15 – a felperes által szolgáltatott adatokon alapuló, azaz a honlap, és a PR cikket is magában foglaló – kommunikációból kizárólag egy, a 3. számú hírlevél nem tartalmazta a „vásárlás” kifejezést. Ez utóbbi kapcsán a határozat 67. pontja – a 46. pontban helyesen megállapítottakhoz képest – tévesen tartalmazza azt, hogy valamennyi kommunikációban szerepelt a vásárlás kifejezés, ez azonban az ügy érdemére nem hatott ki az alábbiakban is kifejtettek okán.

A bíróság az egyes reklámokat tételesen vizsgálta, és megállapította, hogy a kommunikációkban az alábbi főüzenetek, illetve képi illusztráció melletti üzenetek jelentek meg: „Cserélje le öreg autóját most! A Citroën több mint egymillió forintot ad érte!” (televíziós reklámok, bannerek, 1. és 4. számú sajtótermék, plakát, billboard, hírlevelek); „Citroën Autócsere Program, Cserélje le öreg autóját most! Hozza be hozzánk 10 évesnél idősebb autóját, és vigyen haza új Citroënt akár 1 millió forint kedvezménnyel!\*" (honlap); „...A Citroën Autócsere Programja komplex ajánlat, amelynek keretében 2012. december 1-étől bármely magánszemély több mint 1 000 000 forint kedvezményben részesül új Citroën C3, C3 Picasso, C4 vagy Berlingo személygépkocsi vásárlásakor. A kedvezményt 4 év garancia és kedvező finanszírozás-ajánlat teszi teljessé. Az akció minden részletre kiterjedő leírása a [www.citroen.hu](http://www.citroen.hu) honlapon található meg.”, „Az akció lényege, hogy azok az ügyfelek, akik 10 évesnél idősebb járműveiket leadják megsemmisítésre valamelyik magyarországi Citroën márkakereskedésben, akár egymillió forintos kedvezményt kaphatnak új Citroën C3, C3 Picasso, C-Elysée, C4 és Berlingo személygépkocsi vásárlásakor.” (2., 3. és 5. számú sajtótermék). A televíziós reklámok, a plakát, és billboard esetében az apró betűs részben, illetve a bannerek és honlap esetében a \*-gal jelölt tájékoztatóban, továbbá az 1. és a 4. számú

sajtótermékben szerepelt a vásárlás kifejezés, valamint az is, hogy a hirdetésben szereplő, és a honlapon részletezett kedvezmény a Citroën Autócsere Program és az annak részét képező Citroën Autócsere Finanszírozás együttesen igénybe vehető, listaárból levonandó kedvezmények összegét jelenti, továbbá az 1. és 4. számú sajtótermékek azt is tartalmazták, hogy az ajánlat tájékoztató jellegű, nem teljes körű, részletekért forduljon az akciókban részt vevő márkakereskedésekhez. A vizsgált kommunikációk (tv reklám, banner, honlap, 1. sz. sajtótermék, plakát, billboard) „cserélje le” szlogenje mellett a kedvezményes árra és a régi autó beszámítására való utalás is megjelent.

Az alperes kettős jogsértést állapított meg. Egyrészt egyes kommunikációk kapcsán az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt megtévesztő állítást, azaz a vásárlás állítását, és/vagy egyes kommunikációk kapcsán az Fttv. 7. §. (1) bekezdésében foglaltak megsértését, azaz az elhallgatást róta a felperes terhére. Azokban az esetekben, ahol az apró betűs rész miatt a vásárlás szó nem észlelhető, így a tv reklámok, a billboard és a plakát esetén az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerinti jogsértésről van szó, hiszen a lízingszerződésre vonatkozó utalás hiányában a feltüntetett legalacsonyabb ár és a kiterjesztett garancia lízingszerződéshez kötöttsége a kommunikációból nem volt megismerhető. Márpedig a kommunikáció lényeges jellemzőjének minősül az, hogy a meghirdetett kedvezményhez hogyan, milyen áron lehet hozzájutni, azonban a lízing konstrukcióra való utalás teljes hiányában a fogyasztó ehhez az információhoz a felperes állításával ellentétben, időben és térben ugyanott sem fért hozzá. Mindezek alapján a felperes megalapozatlanul hivatkozott arra, hogy a Tv reklámok esetén a vásárlás szó észlelhetősége miatt a reklám költsége nem vehető figyelembe, tekintettel arra, hogy ezen esetekben a jogsértés nem a vásárlásra vonatkozó megtévesztő állítás volt.

A másik jogsértés ahhoz kötődik, amikor a vásárlás szó észlelhető volt, azaz a Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglaltak szerint megtévesztő állítás történt. A felperes az érvelését gyakorlatilag arra alapította, hogy a fogyasztók egyrészt a Citroën Autócsere Finanszírozás szlogenből, így elsődlegesen a finanszírozás szóból a lízingre következtethettek, figyelemmel a perbeli pénzügyi konstrukció elterjedtségére, népszerűségére, másrészt arra, hogy a vásárlás szóból – az előbbieken kifejtettek okán is – a fogyasztók nem szükségszerűen az adásvételre következtetnek. Állította, hogy az átlagfogyasztó számára a vásárlás a lízinget is jelenti, figyelemmel arra, hogy tulajdonszerzés a zártvégű pénzügyi lízinggel is megvalósul, amely egyfajta halasztott adásvétel. Ezen felperesi állítás kapcsán azt kellett vizsgálni, hogy a fogyasztókhoz eljuttatott tájékoztatást (kommunikációt) a vásárlók hogyan érthették, az milyen üzenetet közvetített. A bíróság megállapította, hogy a felperes alaptalanul azonosította a finanszírozás szót a lízinggel ez utóbbi elterjedtségére, népszerűségére hivatkozással. A finanszírozás ugyanis egy tágabb fogalom, az csak az anyagi fedezet megteremtését jelenti, de önmagában nem utal a lízing, mint a megjelölt kedvezmények eléréséhez szükségképpen igénybe veendő pénzügyi konstrukcióra. Nem változtat ezen a tényen a felperes által a Magyar Lízing Szövetségtől származó tájékoztatás sem, ugyanis a lízingre vonatkozó statisztikai adatok, annak elterjedtsége nem pótolja a kommunikáció azon hiányosságát, hogy a fogyasztók pontos tájékoztatást kapjanak a megjelölt kedvezmény igénybevételéhez szükséges lízingről. Mindezek okán a bíróság mellőzte a felperes ügyvezetőjének a tanúként történő kihallgatását, figyelemmel arra, hogy az átlagfogyasztókra vonatkozó vizsgálat nem statisztikai alapú vizsgálat, azt nem a felperes ügyvezetőjének észlelése alapján kell megítélni. Ennek folytán nem volt annak jelentősége, hogy a felperesnél hányan érdeklődtek, és abból hány szerződéskötésre került sor, mint ahogyan annak sem, hogy a fogyasztók a márkakereskedőnél milyen tájékoztatás kaphattak. Ez utóbbi kapcsán ugyanis nem volt vitatott, hogy a márkakereskedésben, avagy a szerződés megkötése előtt a fogyasztók tájékozódhattak arról, hogy a finanszírozás valójában mit takar.

A bíróság kiemeli, hogy elsődlegesen a tájékoztatást adó, a fogyasztó felé kommunikáló vállalkozást terheli azért a felelősség, hogy meghatározza a fogyasztó számára a tájékozott ügyleti döntés

meghozatalához elengedhetetlenül szükséges információk körét. Amennyiben ezen információk átadása elmarad, sérül a fogyasztó döntési szabadsága, ugyanis csak zavartalan döntési folyamat eredményeként születhet megfelelően tájékozott döntés. E döntés kapcsán a bíróság hangsúlyozza, hogy az ügyleti döntést a felperes tévesen azonosította a szerződés megkötésének aktusával, és hivatkozott e körben az alperes Vj/79/2003. Suzuki, Vj/113/2004. Axon és Vj/123/2004. Summit ügyekben hozott döntéseire. Helyesen hivatkozott arra az alperes, hogy a fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, és ezáltal a felperes által hangsúlyozott végső ügyleti döntést (a szerződés megkötésének aktusát), hanem egyes szakaszait is védi a jog. A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások tilalmának már a figyelemfelkeltéskor is érvényesülnie kell. Azaz nem csak az olyan magatartás jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra. A figyelemfelkeltés – a perbeli esetben a kedvezményes ár, a meglévő gépjármű beszámításának kedvező eredményére vonatkozó közlés és/vagy a lényeges, azaz a megjelölt kedvezmény és a lízing kapcsolatára való utalás elhallgatása – pedig kétség kívül ezen magatartások körébe tartozik, hiszen ennek hatására azonosíthat, és vonhat be a a fogyasztó egy új árut a szoba jöhető alternatívák körébe, és kereshet fel olyan márkakereskedést, amely eddig nem szerepelt a lehetséges megoldások között, illetve módosíthat a preferenciáin. A bíróság e helyütt utal az Fttv. 2. § h) pontjában meghatározott ügyleti döntés fogalmához fűzött törvényi indoklásra, mely szerint az jóval tágabb fogalom annak köznapi értelménél, és - az irányelvi szabályozás szerint - szándékoltan eltávolodik a fogyasztó gazdasági döntéseinek szigorúan a magánjog szerinti szerződési akarat kifejezéseként való értékelésétől. Az indoklás alapján, nem csupán a szerződéskötésig, arra vonatkozóan hozott fogyasztói döntés tekintendő ügyleti döntésnek, hanem a fogyasztó valamennyi, az áruhoz kapcsolódó gazdasági döntése. E tekintetben a bíróság hangsúlyozza, hogy a figyelemfelkeltés jogsértő módon történő befolyásolása tekintetében nincs különbség a kommunikációval érintett áru tekintetében, a fent meghatározott követelménynek éppúgy érvényesülnie kell a nagy értékű, hosszabb használatra szánt áruk esetében, mint egy mindennapos használati tárgy esetén, melynél fogva a felperes nem megalapozottan hivatkozott az alperesi gyakorlat megváltozására. A bíróság azt is hangsúlyozza, hogy a bírósági felülvizsgálat a törvényeknek és más jogszabályoknak való megfelelés ellenőrzésén alapul, ezért a más személyek között, más ügyben korábban tett megállapítások az adott egyedi ügy jogi megítélése tekintetében nem bírnak jelentőséggel. Pontosan azon oknál fogva pedig, hogy a perbeli esetben a döntéshozatali folyamat egy szakaszának sérelméről van szó, nem foghatott helyt az a felperesi érvelés, hogy a reklámjaiban tájékoztatta a fogyasztókat arról, hogy a részletekről további tájékoztatást kaphatnak a márkakereskedőknél (honlapon), mert a tájékoztatás már megvalósult a jogsértő információ közreadásával akkor is, ha utóbb mód van a teljes körű valós információ megismerésére. Azt az alperes által sem vitatott tényt pedig, hogy a fogyasztók még a szerződéskötést megelőzően tudomást szerezhettek a lízingszerződés megkötésének szükségességéről az alperes a bíróság kiszabása körében értékelte. Önmagában ez utóbbi tény tehát a felperes állításával ellentétben nem teszi a jogsértést csekély súlyúvá, mert az utóbb történt tájékoztatás a jogsértő reklám közreadását nem annullálja.

A kötelezettségvállalás kapcsán a felperes a 3/2012. számú közleményben, valamint a Ket. 1. §-ában, és 4. § (1) bekezdésében foglaltak megsértésére hivatkozott. A bíróság ezzel kapcsolatban egyrészt kiemeli, hogy a már említett jogszerűségi felülvizsgálat okán a felülvizsgálat terjedelme a jogszabályi keretekhez, és nem a közleményben foglaltakhoz igazodik. A kötelezettségvállalás elfogadására vonatkozó jogszabályi kötelezettsége az alperesnek nincs, ilyen törvényi rendelkezésre a felperes maga sem hivatkozott. A perbeli esetben az alperes értékelte a felperes kötelezettségvállalás iránti nyilatkozatát, és széles körű mérlegelési jogkörében eljárva megindokolta, hogy azt miért mellőzi. A kikristályosodott gyakorlat kapcsán a bíróság a fentiekben

már kifejtette, hogy a védett jogtárgy a fogyasztói döntés teljes folyamata, melynek kapcsán a figyelemfelhívás körében nincs különbség a kommunikációval érintett áruk között, ezért az alperes a kialakult gyakorlata kapcsán jogszerűen hivatkozott a felperes által kifogásolt döntésekre, köztük olyan döntésre is, amely kifejezetten autóértékesítési piacra vonatkozott. A kötelezettségvállalás elfogadására vonatkozó kötelezettség hiányában pedig a határozat jogszabálysértő voltát még az sem alapozhatja meg, ha annak elfogadására vonatkozó kizáró ok nem merül fel. A Ket. alapelvi rendelkezéseinek megsértésére a határozat jogszabálysértő volta pedig csak nyilvánvaló esetben alapítható, amely alapelvi rendelkezések megsértése a kötelezettségvállalás elfogadására vonatkozó törvényi kötelezettség hiányában szóba sem kerülhetett.

A bírság kiszabására vonatkozó felperesi érvek kapcsán a bíróság az alábbiakat állapította meg.

A bírságot a ténylegesen elkövetett jogsértés súlyához, jellegéhez, valamint az adott ügyben feltárt enyhítő és súlyosító körülményekhez igazodóan, mérlegeléssel kell kiszabni, aminek főbb szempontjait - példálózó jelleggel - a Tpvt. 78. § (3) bekezdése határozza meg. Ennek értelmében a bírság 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 fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg. Az alperes az idézett jogszabályhely alapján köteles mérlegelni, melynek során figyelembe veheti a bírságszámítás körében kiadott Közleményét, amely az egyes szempontok szerinti súlyozásban nyújt támpontot a bírság kiszabása során. A bíróság, amely jogszerűségi felülvizsgálatot végez, a kiszabott bírságösszeget a jogszabályoknak való megfelelés tekintetében vizsgálja felül, e jogszabályok pedig a perbeli esetben a Tpvt. fent megjelölt paragrafushelye, és a a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 339/B. §-a. Az alperesnek tehát a Tpvt. 78. § (3) bekezdésében meghatározott szempontok közül azokat kellett megjelölnie, és indokolnia, amely szempontok enyhítő, vagy súlyosító relevanciával bírtak, és ezen mérlegelési szempontok érvényesítése alapján kellett vizsgálni, hogy összességében a kiszabott bírság nem haladja-e meg a törvényben meghatározott, maximálisan kiszabható bírságösszeget.

A felperes által a bírságkiszabás körében figyelembe venni kívánt szempontok a jogsértés tényéhez, súlyához, hatásához kapcsolódtak, amelyek a fent részletezettek szerint megvalósuló jogsértés okán nem bírtak relevanciával. A felperes e körben hivatkozott arra, hogy tájékoztatta az eljáró versenytanácsot arról, hogy a még egyértelműbb tájékoztatás érdekében módosításokat hajtott végre a honlapján, valamint a print illetve online hirdetéseiben, amelyeket a jövőben is alkalmazni fog. A bíróság ezzel kapcsolatban hangsúlyozza, hogy az a tény, hogy a felperessel szemben eljárás indult, és ennek hatására (következményeként) felhagy a jogsértő magatartással, illetve kvázi a reklámozási gyakorlatát a törvényi elvárásokhoz igazítja, a bírság mérséklését nem eredményezheti. Úgyszintén nem értékelhető enyhítő körülményként a felperes azon környezetvédelmi célkitűzése, hogy a korszerűtlen régi járművek helyébe korszerű járművek kerüljenek forgalomba, ez ugyanis a jogsértés súlya tekintetében semmilyen relevanciával nem bír, a felperes a saját jogsértő magatartása folytán alappal nem hivatkozhat arra, hogy egyébként a gépjárművei reklámozása kapcsán környezetvédelmi szempontok is vezérelték. A panaszok hiánya enyhítő körülményként szintén nem vehető figyelembe, az a felperesi állítás pedig, hogy az eljárás panasz hiányában hivatalból indult, szintén nem bír relevanciával, ugyanis a panasz egy jelzés a hatóság felé, amely egy esetleges jogsértésre hívja fel a figyelmet, de nem befolyásolja azt, hogy az eljárás mindenképpen hivatalból indul. Végezetül a bíróság vizsgálta a felperes más ügyekben kiszabott bírságokra vonatkozó hivatkozását, mellyel kapcsolatban ismételt arra mutat rá, hogy a bírság összegét a Tpvt. 78. § (3)

bevezetésének alkalmazása során nem más ügyekben kiszabott bírságokhoz kell arányosítani, hanem azt az egyedi, azaz a perbeli ügyben elkövetett jogsértés súlyához, a feltárt súlyosító és enyhítő körülményekhez kell igazítani, a más ügyekben az esetleges versenytársakkal szemben kiszabott bírságok összege nem mérlegelési tényező, különös figyelemmel arra, hogy a hivatkozott egyedi ügyek tényállásának egyezőségére a felperes nem is hivatkozott.

Összességében tehát a felperes maga sem vitatta, hogy az alperes – a gyakorlatának is megfelelően – jogszerűen indult ki a bírság kiszabása során a jogsértő magatartás reklámköltségéből, melynek során a fentiekben kifejtettek szerint jogszerűen vette figyelembe a felperes által sérelmezett két televíziós reklám költségét is, figyelemmel arra, hogy ez a ráfordítás is a jogsértő magatartáshoz kapcsolódott. Tényként állapítható meg, hogy a felülvizsgált határozat a bírság meghatározása kapcsán figyelembe vett körülményeket, és azok súlyozását is részletesen meghatározza. Az pedig a felek között szintén nem volt vitatott, hogy a kiszabott bírságösszeg jóval a törvényi maximum alatt marad, melynek folytán a bíróság a bírság kiszabása körében előadott felperesi érveket sem találta megalapozottnak.

Végezetül a bíróság a felperes jogsértő magatartással való felhagyásra vonatkozó kötelezés kapcsán előadott érveit vizsgálta, és azt megalapozatlannak tartotta, figyelemmel arra, hogy a megállapított jogsértés következményeként a kereskedelmi gyakorlat esetleges megváltoztatásából nem következik az, hogy a jogellenes gyakorlat egyszeri és megismételhetetlen, ezért a jövőre vonatkozó eltiltás semmiképp sem lehet jogsértő, vagy szükségtelen előírás.

A bíróság a fentiek alapján a felperes keresetét, mint alaptalant a Pp. 339. §-a alapján elutasította és a felperest az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján feljegyzett, 42. § (1) bekezdés a) pontjában meghatározott kereseti illeték megfizetésére kötelezte, a 6/1986. (VI. 26.) IM rendelet 13. § (2) bekezdése alapján.

A bíróság az alperes részére perköltséget nem állapított meg, figyelemmel arra, hogy ügyvédi, illetve jogtanácsosi képviselő hiányában a Pp. 75. § (2) bekezdésében foglalt készkiadás és munkadíj nem volt érvényesíthető, a Pp. 75. § (3) bekezdése szerinti útiköltség és keresetkiesés pedig a szervezeti képviselő alperesnél nem merült fel.

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

Budapest, 2015. év június hó 9. napján

dr. Varga Eszter s.k.  
bíró

FŐVÁROSI KÖZIGAZGATÁSI ÉS  
MUNKÁSDOLYVETŐI KÖZVETŐ  
KÖZVETŐ  
Budapest, József Nádor utca 10.



TÉRTIVEVÉNYES

GAZDASÁGI VERSENYHIVATAL  
INFORMATIKAI ÉS IRATIRÁNYÍTÁSI IRODA  
IRATIRÁNYÍTÁSI CSOPORT

ÉRKEZETT: 2015 JÚL 09.

G-VH  
Közvetítői Iroda  
Budapest  
Közvetítői u. 5.  
1054

R

BUDAPEST 15 POSTA



RL 1255 002 788 072 8

