



1026 Budapest, Riadó u. 5-11.  
Levélcím: 1534 Budapest, Pf. 958  
Telefon: (06-1) 472-8865  
KRID: 213396918  
Ügyszám: VJ/15/2023.  
Iktatószám: VJ/15-129/2023.

### Betekinthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a DLA Piper Posztl, Nemescsói, Györfi-Tóth és Társai Ügyvédi Iroda (1124 Budapest, Csörsz u. 49-51., cégkapu azonosító: 18098073) által képviselt **About You SE & Co. KG** (Domstraße 10, 20095 Hamburg, Németország) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult VJ/15/2023. számú versenyfelügyeleti eljárásban – tárgyalást követően – meghozta a következő

### h a t á r o z a t o t .

Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a vizsgált időszakban tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. § (1) bekezdésébe ütköző módon, amikor

- az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával 2019 áprilisától olyan ár- és kedvezményfeltüntetési rendszert alakított ki és működtetett, amely – az árképzési módszerére, a rendszeres akciókra és kedvezményes időszakokra, azok hosszára, a referencia árak érvényesülésének időtartamához képesti arányára, illetve az akciók és kedvezmények hosszát, ütemezését a jogszabályokkal való összhang megteremtése érdekében szabályozó árképzési, árfeltüntetési elvek, belső folyamatok, eljárásrendek hiányára is figyelemmel – nem biztosította azt, hogy a fogyasztók az elérhető árkedvezményről, annak létéről, mértékéről a teljes termékélelciklus folyamán valós tájékoztatást kaphassanak; és
- az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával 2022. júniustól a kampányok időtartamáról az idő fogyását kiemelő, másodpercenként folyamatosan visszafelé számoló órával tájékoztatja a fogyasztókat, valamint 2022. decembertől a termékek elérhetőségének korlátozottságát kiemelő üzeneteit a vásárlási folyamat egésze alatt (onnantól, hogy a fogyasztó érdeklődését fejezte ki az adott termék iránt) folyamatosan megjeleníti, miáltal pszichés nyomást gyakorol a fogyasztókra, illetve zavarja őket, így alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak a termékkel kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára.

Az eljáró versenytanács a jelen határozat közlésétől számított 60 nap elteltével megtiltja az eljárás alá vont vállalkozás számára a fenti jogsértő magatartások további folytatását, továbbá kötelezi a jelen határozat 3. sz. mellékletében foglalt kötelezettségek megvalósítására.

Az eljáró versenytanács továbbá kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást 505.000.000 Ft (azaz ötszázötmillió forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, melyet a kötelezett a Magyar

Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája<sup>1</sup> javára köteles megfizetni a határozat közlésétől számított 30 napon belül, befizetéskor a közlemény rovatban feltüntetve az eljárás alá vont nevét, a versenyfelügyeleti eljárás számát, a befizetés jogcímét (versenyfelügyeleti bírság). Ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, akkor az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet. A bírság (és az esetleges késedelmi pótlék) meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

Amennyiben az eljárás alá vont által kompenzációként teljesített összeg nem éri el annak a jelen határozatban meghatározott, becsült értékét, úgy a különbözetet is versenyfelügyeleti bírságként köteles az eljárás alá vont megfizetni, azzal, hogy ezen feltételes bírság összegéről és a fizetési határidőről az eljáró versenytanács az igazolási időszakot követően külön végzésben dönt.

A határozat ellen az átvételtől számított harminc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a [magyarorszag.hu](http://magyarorszag.hu) oldalon elérhető *Úrlap a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez*<sup>2</sup> ügyleírás használatával. A Gazdasági Versenyhivatal a keresetet az ügy irataival együtt továbbítja a közigazgatási perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező Fővárosi Törvényszéknek. A törvényszék eljárásában a jogi képviselő kötelező.

Az eljáró versenytanács továbbá meghozta az alábbi

### **v é g z é s t .**

Az eljáró versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon 2022. május 28-tól alkalmazott, több ár egyidejű, következtelen és követhetetlen jelölésekkel történő feltüntetésében megnyilvánuló árfeltüntetési- és akciótartási gyakorlatot vizsgáló részében az azzal kapcsolatos eljárás lefolytatása érdekében az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi CL. törvény 17. §-a alapján Budapest Főváros Kormányhivatala (1138 Budapest, Váci út 172-176.; KRID: 422374158) mint hatáskörrel és illetékességgel rendelkező hatóság részére átteszi.

E végzés ellen nincs helye önálló jogorvoslatnak.

## **I N D O K O L Á S**

### **I.**

#### **A versenyfelügyeleti eljárás tárgya**

1. 2023. június 13-án a Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) versenyfelügyeleti eljárást indított az ABOUT YOU SE & Co. KG (a továbbiakban: eljárás alá vont vagy About You) ellen, mivel azt észlelte, hogy a vállalkozás 2022. május 28-tól a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon népszerűsített termékek vonatkozásában alkalmazott árfeltüntetési- és akciótartási gyakorlata keretében valószínűsíthetően megtévesztő kereskedelmi gyakorlatot folytat, tekintettel arra, hogy az árelőnyt – több ár egyidejű, következtelen és követhetetlen jelölésekkel történő feltüntetésével – oly módon mutatja be, amely alkalmas arra, hogy a fogyasztót megtévesse az árelőny tekintetében. Az eljárás alá vont ezen magatartása alkalmas lehet arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, melyet egyébként nem hozott volna meg, és ezért az Fttv.

<sup>1</sup> Külföldről történő utalás esetén a versenyfelügyeleti bírságszámla adatai a következők: IBAN: HU88 10032000-01037557-00000000, SWIFT: HUSTHUHB

<sup>2</sup> [https://magyarorszag.hu/szuf\\_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd](https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd)

6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.
2. A GVH észlelte továbbá, hogy az eljárás alá vont vállalkozás 2022. június 26-tól kezdődően a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon elérhető termékekre vonatkozó akciós ajánlataival összefüggésben a teljes vásárlási folyamat alatt olyan, a termékek elérhetőségére vonatkozó sürgető jellegű tájékoztatásokat tesz közzé (például visszazámláló óra, „Már csak néhány darab elérhető!”, „Már csak 2 elérhető a méretedben!”, „Mindjárt elfogy! A kosaradban lévő termékből már csak egy darab elérhető!”), melyek tartalmuk és vizuális megjelenítésük révén összehatásukban valószínűsíthetően alkalmasak arra, hogy a fogyasztót sűrgessék a termék megvásárlására vonatkozó döntése meghozatalában. Az eljárás alá vont vállalkozás ezen magatartása alkalmas lehet olyan pszichés nyomásgyakorlásra, amely a döntési folyamat zavarása révén alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak a termékkel kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára és ezáltal alkalmas arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készítse, amelyet egyébként nem hozott volna meg. Ezzel az eljárás alá vont vállalkozás az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
  3. A GVH 2023. november 22-én a VJ/15-31/2023. számú végzéssel a versenyfelügyeleti eljárást kiterjesztette annak vizsgálatára, hogy az eljárás alá vont vállalkozás 2019 áprilisától kezdődően a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon eladásra kínált termékeket érintő akciótartási gyakorlatát és ehhez kapcsolódó kommunikációit (pl. jellemző ár meghatározása, kedvezmény valódisága) megfelelően alakította-e ki, és ezáltal az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával megsértette-e az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
  4. A vizsgálat 2024. március 19-én terjesztette jelentését a Versenytanács elé. Az eljáró versenytanács 2024. április 15-én megküldte az eljárás alá vont számára a VJ/15-66/2023. számú vizsgálati jelentést<sup>3</sup> észrevételezés, illetve nyilatkozattétel céljából a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 73. §-ának (3) bekezdése alapján. Az eljárás alá vont észrevételeit a VJ/15-76/2023. számú irat tartalmazza, melyet az eljárás alá vont a VJ/15-83/2023. számú nyilatkozatában pontosított, illetve egészített ki.
  5. Az eljáró versenytanács 2024. december 5-én közölte az eljárás alá vonttal előzetes álláspontját,<sup>4</sup> amelyre az eljárás alá vont észrevételeket tett. Az eljárás alá vont kérelmére továbbá az eljáró versenytanács 2025. január 23-án ügyfélmeghallgatást,<sup>5</sup> 2025. május 7-én pedig tárgyalást<sup>6</sup> tartott az ügyben. Ezen időszak alatt és ezt követően is számos adatkérés keretében igyekezett tisztázni az eljáró versenytanács [ÜZLETI TITOK].<sup>7</sup>

## II.

### Az eljárás alá vont és az érintett piac

6. Az eljárás alá vont vállalkozás az ABOUT YOU Csoport tagja. Az ABOUT YOU Csoport (ABOUT YOU Holding SE, ABOUT YOU SE & Co. KG és annak konszolidációs körbe bevont leányvállalatai) egy nemzetközileg aktív e-kereskedelmi vállalkozáscsoport, két stratégiai üzleti részleggel.<sup>8</sup> Az ABOUT YOU SE & Co. KG online divatáruház képezi a vállalkozáscsoport B2C üzletágát, amelyet 2014. évben alapítottak és számos országban van online áruháza. Az Európai Bizottság 2025. július 1-jén jóváhagyta a Zalando SE About You Holding SE feletti

<sup>3</sup> Nem betekinhető irat. A betekinhető változat száma: VJ/15-67/2023.

<sup>4</sup> VJ/15-84/2023., betekinhető változat: VJ/15-85/2023.

<sup>5</sup> VJ/15-90/2023.

<sup>6</sup> VJ/15-99/2023.

<sup>7</sup> VJ/15-98/2023., VJ/15-102/2023., VJ/15-109/2023., VJ/15-111/2023.

<sup>8</sup> VJ/15-24/2023. számú adatszolgáltatás 8. pont

irányításszerzését. A Zalando SE nyilvános ajánlattételi dokumentumának 8. fejezete is megerősíti, hogy a tranzakció nem érinti az About You Holding SE működési és jogi függetlenségét, a két márka továbbra is egymással párhuzamosan fog létezni.<sup>9</sup>

7. A magyar online áruház 2019 áprilisában indult el, a mobil alkalmazás pedig ugyanezen év júliusában.<sup>10</sup> Az eljárás alá vont vállalkozás ismertségének növelésére 2019 szeptemberében intenzív népszerűsítési kampány indult. 2021 márciusában az eljárás alá vont vállalkozás VIP programot vezetett be, melynek keretében a tagok különböző előnyökhöz (gyorsabb szállítás, ingyenes szállítás és visszaküldés, VIP ügyfélszolgálat) juthattak. 2023 májusában megkezdődött az együttműködés a Magyar Postával mint második logisztikai partnerrel, majd 2023 szeptemberétől lehetővé vált a megrendelések gyűjtőhelyekre történő kiszállítása is.<sup>11</sup>
8. Az eljárás alá vont vállalkozás az egyik legismertebb (7. hely<sup>12</sup>) online kereskedő a magyar piacon a divat kategóriában értékesítő online kereskedők között, a nettó értékesítés alapján első helyen áll, amely 20-25%-os mértékű piaci részesedést<sup>13</sup> jelent.
9. Az eljárás alá vont részletesen ismertette az érintett piac kínálati oldalát.<sup>14</sup> Álláspontja szerint az érintett piac, amelyen versenyez, a tágabb értelemben vett non-food kiskereskedelmi piac, amelyet a versenyjogi gyakorlat esetenként termékcsoportok és/vagy forgalmazási csatornák mentén tovább szegmentál. Az About You tapasztalatai szerint az érintett piac szélesebb, mint a klasszikus divattermékek értékesítésének piaca, mivel nemcsak divatüzletekkel, hanem minden olyan üzlettel versenyez, amely divattermékeket árul. Emellett a fogyasztók szempontjából az online és offline üzletek szinte teljesen helyettesítők. Ennek megfelelően az eljárás alá vont versenytársainak tekinti a szélesebb termékportfólióval rendelkező online áruházakat (pl. eMag, Tchibo, Amazon, eBay, AliExpress), a divatcikkeket értékesítő webáruházakat (pl. Zalando, Answear, Fashiondays, Ecipo, H&M, Zara, CCC, Deichmann, Nike, Adidas, Tommy Hilfiger, stb.), a bevásárlóközpontokat (pl. WestEnd, Aréna, Árkád, Etele Pláza), valamint a különféle márkák offline üzleteit és a kis ruházati butikokat, illetve a divatcikkeket is árusító kiskereskedelmi áruházláncokat (pl. Tesco, Auchan, Aldi, Lidl).
10. Az eljárás alá vont vállalkozás [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalról történő termékértékesítéséből származó éves nettó árbevétele<sup>15</sup> az alábbiak szerint alakult:

Év	Éves nettó árbevétel (Ft)	Éves nettó árbevétel (Euro)
2019. év (áprilistól)	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2020. év	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2021. év	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2022. év	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2023. év	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]
2024. év (februárig)	[ÜZLETI TITOK]	[ÜZLETI TITOK]

11. Az About You vállalkozáscsoportjának a 2023.03.01-től 2024.02.29-ig tartó üzleti évben elért nettó árbevétele 1.935.200.000 euró volt, ami a 2024.02.29-én érvényes MNB középárfolyamon (393,89 HUF/EUR) átszámítva 762.255.928.000 Ft-nak felel meg.<sup>16</sup>

<sup>9</sup> VJ/15-110/2023.

<sup>10</sup> VJ/15-18/2023. számú adatszolgáltatás III/6. pont

<sup>11</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás 1. pont

<sup>12</sup> GKID 2022. évre vonatkozó publikációja szerint (<https://gkid.hu/2023/05/23/etoplista-2022/>)

<sup>13</sup> [ecommercedb.com](https://ecommercedb.com) weboldal 2022-re vonatkozó adatai szerint (divat kategóriában értékesítő online kereskedők között, nettó értékesítés alapján)

<sup>14</sup> VJ/15-18/2023. számú adatszolgáltatás 6. pont, VJ/15-52/2023. számú feljegyzés

<sup>15</sup> Az éves nettó árbevételeket havi bontásban a VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás E/18. számú melléklete és a VJ/15-56/2023. számú adatszolgáltatás E/25. számú melléklete tartalmazza.

<sup>16</sup> <https://annualreport-aboutyou.de/>

12. Az eljárás alá vont vállalkozással szemben korábban nem folyt versenyfelügyeleti eljárás.

### III.

#### A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

13. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) webáruház kommunikációja, az oldal népszerűsítése és tartalma. A versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált egyes magatartások:

- az árfeltüntetési és akciótartási gyakorlat kialakítása, működtetése során a megfelelő szakmai gondossággal járt-e el az annak eredményeként megjelenített árak jellemző árkénti funkcionálásának és a kommunikált kedvezmények valóságának biztosítása érdekében a webáruház működésének megindulásától, 2019 áprilisától,
- az árelőny kommunikációja, a többféle ár és árkedvezmény feltüntetése során a fogyasztók megtévesztésére alkalmas magatartást tanúsított-e 2022. május 28-tól,
- a sürgető jellegű üzenetek tekintetében a fogyasztói döntések torzítására alkalmas pszichés nyomást gyakorolt-e 2022. június 26-tól kezdődően.

14. A [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon havonta több milliós számú munkamenetet kezdeményeztek a felhasználók a vizsgált időszakban (az asztali gépről, mobil böngészőből, illetve tabletről történő eléréseket is figyelembe véve, de ide nem értve a mobil alkalmazást): a 2019. évi indulást követően 2020-tól 2024. februárig havonta [ÜZLETI TITOK] körüli munkamenet volt jellemző, de akadt példa [ÜZLETI TITOK] feletti illetve [ÜZLETI TITOK] körüli értékre is.<sup>17</sup>

#### III.1. Árazással, árkedvezményekkel, azok feltüntetésével kapcsolatos gyakorlat

##### III.1.1. Árak feltüntetése, kedvezmények megjelenítése a weboldalon

15. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy nem rendelkezik weboldaláról archivált képernyőmentésekkel.<sup>18</sup>

16. Az eljárás alá vont a weboldalon egyidejűleg több árat is megjelenít, állítása szerint azért, hogy a fogyasztó számára az összes vonatkozó árinformáció teljes körűen elérhető legyen. Ezek részeként 2022. május 28-tól – a termékek eladási ára és egyégára, továbbá a szolgáltatások díja feltüntetésének részletes szabályairól szóló 4/2009. (I. 30.) NFGM-SZMM együttes rendelet (a továbbiakban: Árrendelet) rendelkezéseinek megfelelően – az elmúlt 30 nap<sup>19</sup> legalacsonyabb árát is feltünteti.

17. A [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon a fogyasztók számára kedvezményes áron eladásra kínált termékek adatlapjain jellemzően három vagy négy ár kerül feltüntetésre.

18. Három ár feltüntetése esetén a termékek piros színnel kiemelt eladási ára mellett szerepel egy áthúzással jelölt referenciaár, amely jellemzően a termék eredeti árát jelöli (amely általában legalább 1-3 hónapig volt érvényes). Az elmúlt 30 nap legjobb ára az eladási és az áthúzott ár alatt, azoknál lényegesen kisebb betűtípussal jelenik meg 2022. május 28-tól.

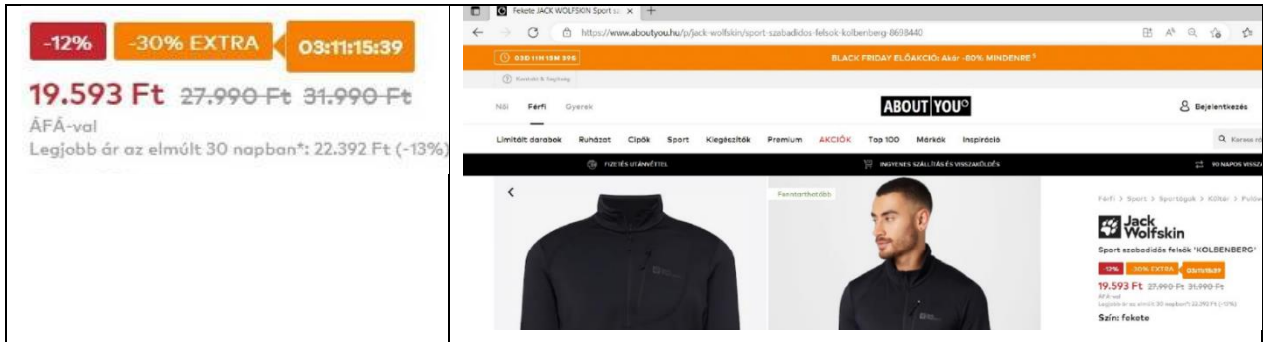


<sup>17</sup> VJ/15-24/2023. számú adatszolgáltatás 11. pont, VJ/15-69/2023. számú irat, VJ/15-76/2023.

<sup>18</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>19</sup> Az eljáró versenytanács pontosítja, hogy az Árrendelet megfogalmazása értelmében az akció kezdetét megelőző 30 nap legalacsonyabb árának feltüntetése szükséges.

19. Négy ár akkor látható, ha egy olyan termék válik egy kampány részévé, amely korábban már kedvezményesen került értékesítésre.<sup>20</sup> Ilyenkor egy második – a korábbi áthúzott árnál alacsonyabb, de az eladási árnál magasabb – áthúzott ár (a lenti példában 27.990 Ft) is feltüntetésre kerül az eladási ár és a korábbi referenciaár (azaz az eredeti ár) között, amely az eljárás alá vont előadása szerint a kampányt megelőzően érvényes kedvezményes árat jelöli.



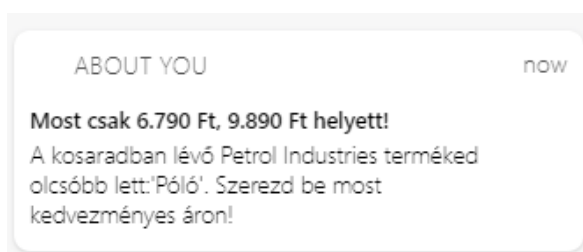
20. Az áthúzással jelölt árak jelentésével kapcsolatosan további információ nem kerül megjelenítésre a termékek adatlapján.
21. Egyes kedvezményesen hirdetett termékek esetében az akciós eladási ár magasabb, mint az elmúlt 30 nap legjobb áráként feltüntetett ár.
22. Az árak mellett megjelenítésre kerülnek azok a %-ban megadott kedvezményértékek is, amelyek az eladási ár és az egyéb referenciaár(ak), illetve az „elmúlt 30 nap legjobb ára” közötti eltéréseket fejezik ki. A kampány keretében kínált kedvezmények esetén a %-os érték és a kapcsolódó további feliratok a képernyő felső részén látható banner háttérszínével megegyező színnel (jelen esetben narancssárga) kerülnek kiemelésre, míg a kampányon kívüli kedvezmény %-os értéke piros háttérű feliratként látható. Az elmúlt 30 nap legalacsonyabb árából számított kedvezmény kiemelés nélkül, kisebb betűtípussal, zárójelbe téve szerepel a termék árához kapcsolódó legutolsó adatként.
23. Az About You kedvezmények nyújtására, illetve azok megjelenítésére vonatkozó gyakorlata az alábbiak szerint foglalható össze (az ún. „30 napos ár”-ral kapcsolatos információk csak 2022. május 28-tól kerülnek megjelenítésre).

<sup>20</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 1. pont

Értékesítés módja		Feltüntetett árak száma (db)	Feltüntetett árak	Feltüntetett kedvezmény-mértékek	Vissza-számláló óra
eredeti áron		1	eladási ár	n.a.	nincs
kedvez-ményes áron	kampányon kívüli kedvezménnyel	3	<b>eladási ár</b>	eredeti árból nyújtott kedvezmény	nincs
	korábban eredeti áron		<del>eredeti ár</del> elmúlt 30 nap legjobb ára	(elmúlt 30 nap legjobb árához viszonyított kedvezmény)	van
	kampány-kedvez-ménnyel	4	<b>eladási ár</b> <del>kampányon kívüli kedvezményes ár</del> <del>eredeti ár</del> elmúlt 30 nap legjobb ára	eredeti árból nyújtott kedvezmény a kampányon kívüli kedvezményes árból nyújtott további kedvezmény (elmúlt 30 nap legjobb árához viszonyított kedvezmény)	van

### III.1.2. Árkedvezményekre vonatkozó további kommunikációk

24. Az eljárás alá vont vállalkozás azon termékek esetében, amelyeket a fogyasztó már kosárba vagy kívánságlistára helyezett, az alábbi webes (fekete háttérű kép) illetve mobil (fehér háttérű képek) push üzenetek formájában értesítést küldi a fogyasztók számára, [ÜZLETI TITOK]. Az ezen értesítésekben szereplő magasabb ár is a termék eredeti ára.



25. Az eljárás alá vont a weboldalon elérhető termékekkel kapcsolatos árelőny promotálása céljából számos további kommunikációs eszközt alkalmazott: [ÜZLETI TITOK]. Ezek költsége összesen [ÜZLETI TITOK] euró,<sup>21</sup> azaz [ÜZLETI TITOK] Ft volt 2022. május és 2023. július között.<sup>22</sup>
26. [ÜZLETI TITOK]



### III.1.3. Az eljárás alá vont akciótartási gyakorlata, az általa kínált kedvezmények meghatározása

27. Az eljárás alá vont vállalkozás a termékek eredeti (kedvezmény nélküli) árát [ÜZLETI TITOK].<sup>23</sup> Az eredeti ár a termék teljes értékesítési életciklusa alatt változatlan. A termék eredeti ára általában 1-3 hónapig érvényesül, mielőtt a termék első alkalommal kedvezményt kapna. A kedvezmények mindig a termék eredeti árán alapulnak, mivel ez az eredeti ár az az ár, amennyiért a terméket értékesíteni tervezi az About You (és amely így egyben a termék kezdeti értékét is megjeleníti).<sup>24</sup> A termék eredeti ára főszabály szerint csak abban az esetben változik, ha megváltozik a beszerzési ára.<sup>25</sup>
28. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint akciótartási gyakorlata alapvetően három típusú kedvezmény alkalmazásán alapul:<sup>26</sup>
- kampány keretében nyújtott kedvezmények,
  - kampányon kívüli kedvezmények,
  - egyéni kedvezmények.
29. A kampányok tipikusan előre meghatározott, korlátozott ideig (3-5 nap) tartanak, és a kampány keretében nyújtott kedvezmény az időkeret lejártá után megszűnik. 2023 januárja óta kedvezménykampányok esetén a termékek a különböző méretek alapján kerülnek megkülönböztetésre, és így a rendszer képes arra, hogy egy termék egyes méreteit bevegye a kampányba, míg más méreteket viszont nem.
30. Kampányon kívüli kedvezmény (ún. „sima kedvezmény”) esetében az [ÜZLETI TITOK] csökkenti.<sup>27</sup> A www.aboutyou.hu weboldalon elérhető termékek tehát nemcsak kampányok keretében kerülnek kedvezményesen értékesítésre, hanem kampányidőszakon kívül is. Ezek a kedvezményes értékesítési időszakok általában előre meg nem határozott ideig tartanak,<sup>28</sup> az eljárás alá vont vállalkozás nem alkalmaz általános szabályt arra vonatkozóan, hogy a kampányon kívüli kedvezmény pontosan milyen hosszú ideig legyen elérhető, de ez általában 4 hét (bár vannak olyan időszakok, amikor ez hosszabb). A teljesség kedvéért megjegyzendő, hogy a kampányon kívüli kedvezmény mértéke az idő előrehaladtával változhat, illetőleg a kampányon kívüli

<sup>21</sup> VJ/15-7/2023. számú adatszolgáltatás 3. pont

<sup>22</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 3. pont

<sup>23</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 2. pont

<sup>24</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás 6. pont

<sup>25</sup> VJ/15-54/2023. számú adatszolgáltatás 6. pont

<sup>26</sup> VJ/15-43/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>27</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 2. pont

<sup>28</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 1. pont

kedvezményrel kínált termékek esetében is előfordulhat, hogy utóbb ezek is részét képezik egy kampánynak. Az eljárás alá vont 1-2 hetente felülvizsgálja, hogy az alkalmazott kedvezményrel a termék mennyire teljesít jól, azaz hogy a kedvezmény mennyiben mozdítja elő a kérdéses termék értékesítését. Az értékesítési adatok fényében dönt arról az About You, hogy a kedvezményt növeli, csökkenti vagy megszünteti.<sup>29</sup>

31. Az egyéni kedvezményt (kedvezménykódot vagy ún. „voucher kedvezmény”-t)<sup>30</sup> az eljárás alá vont vállalkozás ügyfélszolgálatára biztosítja (pl. késedelmes kiszállítást követően ajándékként), illetve ide tartoznak a marketing célból adott kedvezménykódok is (például influenzszer kedvezménykód). Ezen kedvezménykódok a vásárlás végén kerülnek érvényesítésre. 2023 januárja/februárja óta az eljárás alá vont általános „voucher kedvezmények/kedvezmény kódok” helyett ún. személyes kedvezménykódokat ad (a fogyasztónak már nem kell beírnia a kedvezménykódot az érvényesítéshez, hanem az az About You fiókjához van rendelve és azt a fogyasztónak már csak érvényesíteni kell).
32. Az egyes kedvezmények alkalmazásának időzítése, a kedvezményrel érintett termékek körének és a kedvezmény mértékének meghatározása az eljárás alá vont vállalkozás komplex tervezési folyamatának eredménye.<sup>31</sup>
33. Az eljárás alá vont vállalkozás kedvezménykampányait [ÜZLETI TITOK].<sup>32</sup> Az eljárás alá vont vállalkozás 2022. május 28. és 2023. szeptember 11. között 75 (egymást szorosan követő) kampányt hirdetett meg, ebből 12 konkrét termékcsoporthoz irányult (aláhúzással jelölve a lenti táblában).<sup>33</sup>

A www.aboutyou.hu oldal kedvezménykampányai 2022. május 28. és 2023. szeptember 11. között		
Kezdő dátum	Záró dátum	Fő üzenet
02.05.2022	31.05.2022	ABOUT YOU WOOHOO! Celebrating 1 million customers with -20% EXTRA off EVERYTHING
03.06.2022	06.06.2022	EARLY SUMMER DEALS: Up to 50% EXTRA off
17.06.2022	19.06.2022	BIG WEEKEND SALE: Up to -60% EXTRA off
20.06.2022	23.07.2022	Discover our SUMMER SALE: Up to -70% off
24.06.2022	26.06.2022	-15% EXTRA off EVERYTHING on SALE
27.06.2022	30.06.2023	Discover our SUMMER SALE: Up to -70% off
01.07.2022	03.07.2022	BIG SUMMER SALE: Save up to -70% EXTRA
04.07.2023	05.07.2023	Discover our SUMMER SALE: Up to -70% off
06.07.2022	06.07.2022	<u>Denim Deal Day: -20% EXTRA off jeans on sale</u>
07.07.2022	07.07.2022	Discover our SUMMER SALE: Up to -70% off
08.07.2022	10.07.2022	<u>Up to -70% EXTRA off t-shirts &amp; tops</u>
11.07.2022	14.07.2022	SUMMER SALE plus -20% EXTRA from 30.000 HUF
15.07.2022	17.07.2022	SUMMER MUST-HAVES ON SALE: Up to 70% EXTRA off
18.07.2023	18.07.2023	SUMMER SALE plus -20% EXTRA from 30.000 HUF
19.07.2022	19.07.2022	SHOES SPECIAL: -20% EXTRA off shoes on sale
20.07.2022	20.07.2022	<u>SUMMER, SUN, DRESSES: -20% EXTRA off dresses on sale</u>
21.07.2022	21.07.2022	SUMMER SALE plus -20% EXTRA from 30.000 HUF
22.07.2022	24.07.2022	HOT DEALS INCOMING: Up to -70% EXTRA
25.07.2023	28.07.2023	SUMMER SALE plus -20% EXTRA from 30.000 HUF
29.07.2022	31.07.2022	FINAL SUMMER SALE: -30% EXTRA off EVERYTHING on SALE
05.08.2022	07.08.2022	DEAL DAYS: Up to 70% EXTRA off
08.08.2022	10.08.2022	WEEK KICK OFF SALE: Up to 70% EXTRA off

<sup>29</sup> VJ/15-18/2023. számú adatszolgáltatás 3. pont

<sup>30</sup> VJ/15-43/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>31</sup> VJ/15-43/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>32</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 7. pont

<sup>33</sup> VJ/15-52/2023. számú feljegyzés, VJ/15-18/2023. számú adatszolgáltatás E/8. számú melléklet. Az eljáró versenytanács az eljárás alá vont által megadott elnevezéseket, jelöléseket hivatkozva (ideértve azt is, hogy csak a 2023. április 6. utáni kampányokat adta meg magyar megnevezéssel, szlogenrel).

19.08.2022	21.08.2022	END OF SEASON SALE: 30% EXTRA off EVERYTHING on SALE
26.08.2022	28.08.2022	NEW SEASON SALE: 15% EXTRA on your new favorites
06.09.2022	06.09.2022	Final call for shirts: -20% EXTRA from 20000 FT on ALL* shirts
11.09.2022	11.09.2022	SHOES SPECIAL: -20% EXTRA off shoes on sale
17.09.2022	18.09.2022	NEW SEASON SALE: 15% EXTRA on your new favorites
20.09.2022	24.09.2022	ABOUT YOU Fashion Week: Up to -40% EXTRA
30.09.2022	03.10.2022	Up to -40% EXTRA off jackets!
06.10.2022	09.10.2022	Big Autumn SALE: Up to -40% EXTRA
21.10.2022	23.10.2022	Winter Essentials on SALE: -20% EXTRA off
28.10.2022	30.10.2022	Season Faves on SALE: -20% EXTRA off
31.10.2022	01.11.2022	Special offer: -20% EXTRA off EVERYTHING
04.11.2022	06.11.2022	Season Faves on SALE: -20% EXTRA off
10.11.2022	11.11.2022	Happy Singles' Day: Up to -55% off EVERYTHING*
15.11.2022	20.11.2022	PRE BLACK FRIDAY: Up to -80% EXTRA off EVERYTHING
26.11.2022	27.11.2022	BLACK WEEKEND: Up to -80% EXTRA off EVERYTHING
28.11.2022	28.11.2022	CYBER MONDAY: Up to -80% EXTRA off EVERYTHING
08.12.2022	11.12.2022	Xmas comes early: Up to -60% EXTRA off
15.12.2022	18.12.2022	Save -20% EXTRA on winter essentials
23.12.2022	27.12.2022	ABOUT YOU wishes merry Xmas: -20% EXTRA discount
29.12.2022	01.01.2023	Happy New Deals: Up to -60% EXTRA off
05.01.2023	08.01.2023	WINTER SALE Kick off: Up to -70% EXTRA
13.01.2023	15.01.2023	SALE on SALE: -10% EXTRA off EVERYTHING on sale
18.01.2023	25.01.2023	Winter Sale: Up to -70% EXTRA
25.01.2023	29.01.2023	BIG WINTER SALE: Up to -70% EXTRA off
30.01.2023	05.02.2023	Winter Sale: Up to -70% EXTRA
06.02.2023	09.02.2023	Winter Sale: Up to -70% EXTRA
09.02.2023	12.02.2023	Last call: Up to -70% EXTRA
14.02.2023	19.02.2023	Up to -70% EXTRA
23.02.2023	26.02.2023	Only this weekend: Up to -70% EXTRA off
09.03.2023	12.03.2023	New Season Deals: Up to -40% EXTRA off
17.03.2023	20.03.2023	Spring Kick Off: -15% EXTRA off
23.03.2023	26.03.2023	Spring essentials: Up to -40% EXTRA off
06.04.2023	10.04.2023	Kellemes húsvéti ünnepeket: Akár -40% EXTRA!
19.04.2023	19.04.2023	Megérkeztek a tavaszi dzsekik: akár -50% EXTRA!
20.04.2023	23.04.2023	Tedd magad boldoggá: Akár -50% EXTRA
26.04.2023	26.04.2023	CRAZY SHOE DAY: 20%, 30%, 40% & 50% EXTRA kedvezmény
28.04.2023	30.04.2023	Akár -50% a pólókra, felsőkre és farmerekre
04.05.2023	07.05.2023	Anyák napi akció: Akár 50% EXTRA kedvezmény
17.05.2023	21.05.2023	Tedd magad boldoggá: -30% EXTRA majdnem MINDENRE
24.05.2023	24.05.2023	CRAZY SHOE DAY: 20%, 30%, 40% & 50% EXTRA kedvezmény
25.05.2023	25.05.2023	A valaha volt legjobb hétvége: Akár -50% EXTRA
08.06.2023	11.06.2023	NYÁRI ALAPDARABOK: Akár -50% EXTRA
21.06.2023	25.06.2023	NYÁRINDÍTÓ: akár -50% EXTRA
29.06.2023	02.07.2023	AKCIÓ AZ AKCIÓBAN: Akár 60% kedvezmény + 20% EXTRA
05.07.2023	09.07.2023	NAGY NYÁRI AKCIÓ: -30% EXTRA
11.07.2023	11.07.2023	CRAZY SHOE DAY: -20%, -30%, -40%, -50% EXTRA
13.07.2023	15.07.2023	AKCIÓ AZ AKCIÓBAN: -20% EXTRA
15.07.2023	23.07.2023	VÉGSŐ NYÁRI AKCIÓ: Akár 60% EXTRA kedvezmény
26.07.2023	30.07.2023	-30% EXTRA MINDENRE
09.08.2023	13.08.2023	Emeld új szintre a stílusod: Akár -60% EXTRA
16.08.2023	20.08.2023	SZEZONVÉGI LEÁRAZÁS: Akár -60% EXTRA
24.08.2023	27.08.2023	ÚJ STÍLUSOK: -20% EXTRA MINDENRE
07.09.2023	11.09.2023	Akár -50% EXTRA MINDENRE az APPBAN

34. A táblázat adatai alapján megállapítható továbbá, hogy az érintett 441 napos időszak során összesen 283 nap volt kampánnyal érintett, és a kampányok időtartama 1 és 30 nap között alakult, az átlagos kampányidőtartam 3,77 nap volt. A kampányok közötti, kampánymentes időszakok hossza 0 és 13 nap között változott, az átlagos időtartam 2,96 nap volt. Az egymást közvetlenül követő kampányok különösen a 2023. nyári időszakban voltak jellemzőek.

35. Nyilatkozata szerint az eljárás alá vont vállalkozás [ÜZLETI TITOK]:<sup>34</sup>  
[ÜZLETI TITOK]<sup>35</sup>
36. Az eljárás alá vont előadása szerint [ÜZLETI TITOK]. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint felmerülhet olyan eset, hogy egy termék két egymást követő kampánynak is része, azonban ez a gyakorlatban nagyon kis százalékban fordul elő.<sup>36</sup>
37. Előadása szerint az eljárás alá vont vállalkozás<sup>37</sup> egy árképzési algoritmus segítségével választja ki azokat a termékeket, amelyek – akár egy kampány keretében, akár azon kívül – kedvezményt kapnak. Az algoritmus működése során figyelembe veszi az összes előre meghatározott, rögzített szabályt és ezáltal – az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint – ellenőrizhető is a szabályok megfelelő alkalmazása.
38. [ÜZLETI TITOK]<sup>38</sup>
39. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint számos információt figyelembe vesz és számos előrejelző funkciót használ az optimális árendedmények meghatározásához. Az algoritmus által figyelembe vett kritériumok kapcsán előadta,<sup>39</sup> hogy 1-3 hónapig tartó eredeti áron való értékesítést követően [ÜZLETI TITOK].
40. Az About You a kampányon kívüli kedvezmény meghatározásakor [ÜZLETI TITOK].<sup>40</sup>
41. [ÜZLETI TITOK]
42. Az eljárás alá vont vállalkozás által benyújtott adatok<sup>41</sup> alapján az About You akciótartási gyakorlata kapcsán megállapítható, hogy 2022-ben és 2023-ban
- az adott hónapban eredeti áron hirdetett termékek aránya átlagosan [ÜZLETI TITOK], illetve [ÜZLETI TITOK] volt,
  - ugyanazon termék megszakítás nélküli kedvezményes értékesítésének átlagos időszaka [ÜZLETI TITOK] nap, illetve [ÜZLETI TITOK] nap volt,
  - a leghosszabb megszakítás nélküli kedvezményes időszak pedig [ÜZLETI TITOK] nap, illetve [ÜZLETI TITOK] nap volt.
- A fentiekkel kapcsolatban az About You hangsúlyozta, hogy mivel árkampányai rendkívül gyakran különböző termékcsoportokat céloznak meg (pl. míg az egyik kampány a télikabátokra vonatkozik, addig a következő kampány a farmerekre), így még ha az adatok alapján úgy tűnik is, hogy átlagosan a termékek 30-40%-a jelenik meg kedvezmény nélkül és 60-70%-a le van árazva egy hónapon belül, ez nem azt jelenti, hogy mindig ugyanazon termékek kapnának kedvezményt, hiszen a leárazott termékek köre mindig változik. Ugyanakkor előfordult már, hogy egy termék két egymást követő kedvezménykampánynak is része volt.<sup>42</sup>
43. Az About You előadása<sup>43</sup> szerint akciótartási gyakorlatában a vizsgált időszakban [ÜZLETI TITOK] történt változás. [ÜZLETI TITOK]

---

<sup>34</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>35</sup> [ÜZLETI TITOK] (VJ/15-18/2023. számú adatszolgáltatás 4. pont)

<sup>36</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 8. pont

<sup>37</sup> VJ/15-40/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>38</sup> VJ/15-43/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>39</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>40</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás.

<sup>41</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás E/16. számú melléklet

<sup>42</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>43</sup> VJ/15-44/2023. számú adatszolgáltatás 9. pont

### III.1.4. Ártörténeti adatok alakulása

44. Az eljárás alá vont vállalkozás benyújtotta a vizsgálat által kért ártörténeti adatokra vonatkozó táblázatait,<sup>44</sup> amelyben feltüntette mind az aktuális értékesítési árat („red price”), mind az áthúzással jelölt referencia árat, azaz az eredeti árat („black price”).<sup>45</sup> Tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont vállalkozás 2022 decemberében bevezetett adattárolási szabályzata<sup>46</sup> értelmében az eljárás alá vont vállalkozás az adatokat főszabály szerint 2 évig tárolja, azt követően azok automatikusan törölődnek az About You rendszeréből, az ártörténeti adatok az adatszolgáltatás időpontjában csak 2021 végéig / 2022 elejéig visszamenőleg álltak rendelkezésre.<sup>47</sup>
45. Az eljáró versenytanács által a megjelölt termékek 1-1 változatának ártörténeti adataiból készített diagramok (ld. a jelen határozat 1. sz. mellékletét) alapján megállapítható, hogy a referencia árak hosszabb-rövidebb ideig valóban érvényesültek (azokban az időszakokban, amikor nincs külön kedvezményes ár feltüntetve a diagramokon). Hosszabb időszakok jellemzően a kedvezménynyújtás megkezdését megelőzően látszódnak, az első akciót / leértékelést követően azonban az eredeti ár csak viszonylag kevesebb alkalommal és általában rövidebb időszakokra érvényesült, az esetek nagyobb részében a szinte folyamatos akciózás / kedvezmény-kommunikáció tűnik meghatározónak. A termékek zöménél az eredeti ár összességében is a megfigyelési időszaknak csak kisebb részében érvényesült tényleges eladási árként. Vannak olyan termékek is, amelyeknél kezdetben sem érvényesült hosszabb ideig az eredeti ár, azonban ennek oka a rendelkezésre álló adatok alapján nem rekonstruálható, elképzelhető, hogy az állt ennek a háttérben, hogy az ártörténeti adatokkal érintett időszak kezdete nem esik egybe a termék bevezetésével, azaz a megfigyelési időszak kezdetén a termék már a kedvezményezett kategóriába tartozott. Azon termékeknél, ahol az időszak közben is vannak olyan intervallumok, amikor az eredeti ár érvényesült, feltehetőleg arról van szó, hogy a több éves megfigyelési időszak alatt több szezon is eltelt, így a „szokásos” árképzési metódus (azaz a szezon elején magasabb, majd kedvezményesebb ár) többször ismétlődött.
46. Az About You a vizsgálat felhívására számlákat is csatolt az ártörténeti táblázatban szereplő termékek eredeti áron történő értékesítésének igazolására (a megjelölt 20 termékből 10-re vonatkozóan). Megjegyezte ugyanakkor, hogy a fogyasztók általában előnyben részesítik a leárazott termékeket, és ez az oka annak, hogy nem minden termék esetében tudott az eredeti áron történő értékesítésről számlát bemutatni. Hangsúlyozta, hogy ez nem jelenti azt, hogy e termékeket ne kínálta volna eredeti áron a webáruházban, ezt az ártörténeti táblázat igazolja, így ezen termékek eredeti árai is ténylegesen alkalmazott árak tekinthetők.<sup>48</sup>
47. Az eljárás alá vont vállalkozás a vizsgálat rendelkezésére bocsátotta továbbá általános megfelelési programjának 2021. május 11-én kelt, angol nyelvű verzióját („Compliance Management Concept”),<sup>49</sup> mely dokumentumban ismertetésre kerül az About You megfeleléségi célkitűzése és stratégiája, vállalati kultúrája, alapértéke, megfeleléségi kockázati szempontjai (például: korrupció elleni küzdelem, trösztellenes politika, adatvédelem, vállalati felelősség, üzleti partnerek megfelelése, IT biztonság stb.), kockázatértékelési folyamata, belső vizsgálatának lépései és munkavállalói részére megfeleléségi képzésének koncepciója. Az About You hangsúlyozta, hogy nincsen olyan jogi követelmény, amely arra kötelezné, hogy az árak kialakítása és ellenőrzése tekintetében külön megfelelési programmal rendelkezzen.<sup>50</sup>

<sup>44</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás E/17. számú melléklet, VJ/15-54/2024. számú adatszolgáltatás E/23. számú melléklet.

<sup>45</sup> VJ/15-54/2024. számú adatszolgáltatás

<sup>46</sup> VJ/15-36/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>47</sup> Az eljárás alá vont jelezte, hogy [ÜZLETI TITOK] adatok nem feltétlenül mutatják a termékek árának pontos változását. (VJ/15-47/2023.)

<sup>48</sup> VJ/15-54/2023. számú adatszolgáltatás 7. pont

<sup>49</sup> VJ/15-43/2023. számú adatszolgáltatás E/20 melléklete

<sup>50</sup> VJ/15-38/2023. számú adatszolgáltatás 3. pont

48. A vizsgálat a fentiekén túlmenően a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációk rögzítése érdekében az eljárás megindításakor és azt követően több alkalommal készített a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon elérhető, akcióval érintett termékekről és a vásárlási folyamat lépéseiről, az annak során megjelenő készletinformációkról képernyőmentéseket.<sup>51</sup>
49. A vizsgálok a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon elérhető akciós termékek közül – különböző termékkategóriákból (pl.: szoknya, kabát, farmer, ruha, cipő) – véletlenszerűen kiválasztottak összesen 20 db női és férfi ruházati terméket, melyekre vonatkozóan (2023. június 30. napjától kezdődően) folyamatosan figyelemmel kísérték az árfeltüntetést és az eljárás alá vont vállalkozás akciótartási gyakorlatának változásait. Ennek során rögzítésre kerültek a kiválasztott 20 termék termékadatlapjairól a – Consumer Protection Cooperation Network rendszeren belül működő E-Lab<sup>52</sup> keretei között fejlesztett – Price Reduction Tool (a továbbiakban: PRT) nevű eszköz útján készült képernyőmentések.<sup>53</sup> A PRT a vizsgálok által megadott aloldalakra szintén a vizsgálok által megadott időintervallumban minden nap képernyőmentést készített, az azon szereplő eladási és referenciaárakat összegyűjtötte és táblázatba rendezte, továbbá ezekből az adatokból diagramot készített.
50. A vizsgálok a képernyőmentések alapján rendelkezésre álló adatokat táblázatba foglalva rendszereztek (ld. vizsgálati jelentés 4. számú melléklete), annak érdekében, hogy az egyes termékek esetében jól nyomon követhető legyen az alkalmazott árak változása, valamint a kedvezmények, azok típusainak (kampányos vagy kampányon kívüli) alakulása. Az adatok alapján készült alábbi kimutatás fényében megállapítható, hogy az eljárás alá vont gyakran változtatja az eladási árakat, és az egyes változtatások alkalmával gyakorta eltérő árakat / kedvezményeket alkalmaz.

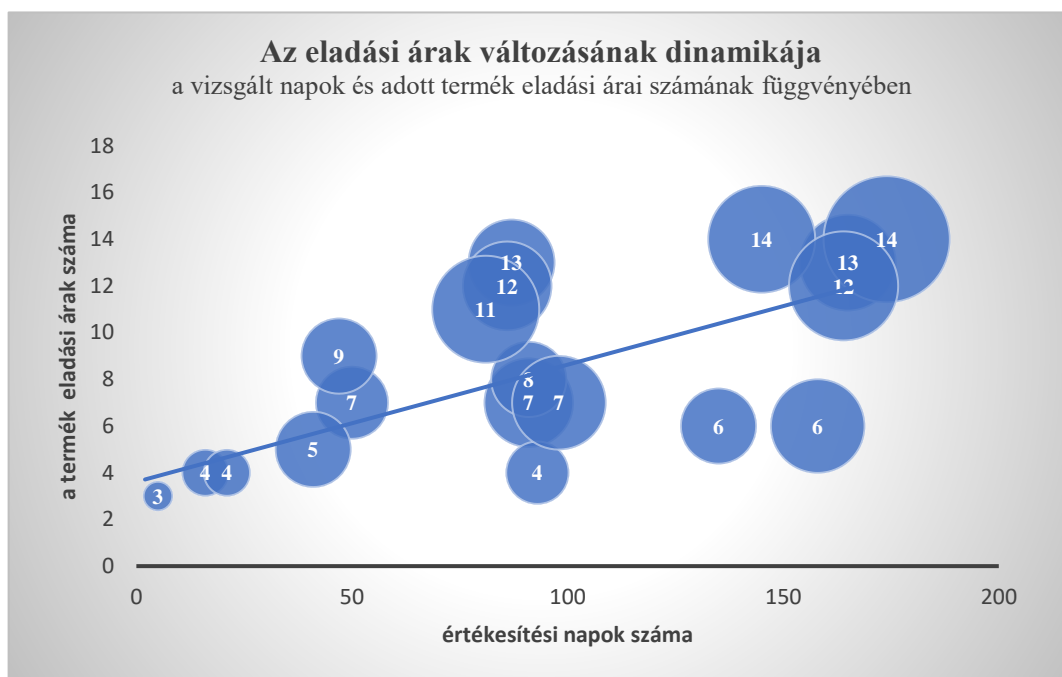
termék	vizsgált időtartam	képernyő-mentésekkel igazolt napok száma	eladási árak száma	árváltozások száma
Mango szoknya	2023.06.30.- 2023.09.28.	91	7	18
Marika sportnadrág	2023.06.30.-2023.09.28.	87	13	17
Only átmeneti kabát	2023.06.30.-2023.09.09.	50	7	12
We fashion pulóver	2023.06.30.-2023.07.01.	2	1	
Levis farmer	2023.06.30.-2023.09.28.	91	8	13
Puma rövidszárú sportcipő	2023.06.30.-2023.09.28.	41	5	13
Calvin Klein farmer	2023.06.30.-2023.09.28.	86	12	18
Denim culture póló	2023.06.30.-2023.12.27.	158	6	20
Boss black ing	2023.06.30.-2023.07.06.	5	3	2
Spyder szabadidőfelső	2023.06.30. - 2023.11.18.	135	6	13
Crocs klumpa 5105471	2023.06.30.-2023.12.27.	165	13	21
Vila ruha	2023.06.30.-2023.09.28.	93	4	9
Vero moda tunika	2023.06.30.-2023.12.27.	174	14	36
Denim culture blúz	2023.06.30.-2023.09.29.	16	4	5
Only blézer	2023.06.30. -2023.11.21.	145	14	26
Only blézer Carolina	2023.06.30. -2023. 12.10.	164	12	27
Only öltöny mellény	2023.06.30.-2023.09.28.	21	4	5

<sup>51</sup> VJ/15-53/2023., VJ/15-58/2023.

<sup>52</sup> Az Európai Bizottság azon projektje, hogy a tagállamoknak segítséget nyújtson az interneten történő bizonyítékgyűjtéshez. Az e-Lab egy távoli asztal hozzáféréssel elérhető felületet, ahol különböző programok érhetőek el.

<sup>53</sup> A képernyőmentéseket a VJ/15-39/2023. számú beemelő feljegyzés melléklete (CD) tartalmazza.

Crocs klumpa 6889097	2023.06.30.-2023.10.13.	98	7	20
Tommy Hilfiger póló	2023.06.30.-2023.10.19.	47	9	13
Burton zakó	2023.06.30.-2023.10.20.	81	11	26
<b>átlag</b>		<b>87,5</b>	<b>8</b>	<b>16,5</b>



51. A vizsgálat által készített táblázat adatai alapján (az áralakulást a jelen határozat 2. sz. melléklete diagramokon is ábrázolja) megállapítható továbbá, hogy a vizsgálat által kiválasztott termékek közül

- 4 termék esetében a referencia ár soha nem érvényesült tényleges eladási árként a megfigyelt időszakban (Puma sportcipő, Denim Culture póló, Burton zakó, Spyder szabadidőfelső),
- 2 termék esetében csak egyszer, kifejezetten rövid ideig, azaz néhány napig érvényesült (Marika sportnadrág, Tommy Hilfiger póló),
- 4 termék esetében több alkalommal is érvényesült ugyan, de alkalmanként ugyancsak nagyon rövid ideig, azaz néhány napig, és összességében is csak az időszak kisebb részében (Only átmeneti kabát, Vero Moda tunika, Only blézer Carolina, Calvin Klein farmer), és
- csak 6 termék esetében érvényesült legalább egyszer valamelyest hosszabb ideig, azaz 20-30 napig (Mango szoknya, Levis farmer, Vila ruha, Only blézer, kétféle Crocs klumpa).

### III.2. Korlátozott elérhetőségre vonatkozó üzenetek

#### III.2.1. Korlátozott készletre vonatkozó információk

52. Az eljárás alá vont vállalkozás a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon mind az akciós, mind az akcióval nem érintett, korlátozott számban elérhető termékekkel<sup>54</sup> kapcsolatosan – a vásárlási folyamat egyes fázisaiban – az alábbi figyelemfelkeltő tájékoztatásokat jelenítette meg:

<sup>54</sup> VJ/15-24/2023. számú adatszolgáltatás 5. pont

Vásárlási folyamat szakasza, tájékoztatás helye	Tájékoztatás tartalma	Képi ábrázolás
Termék aloldalon a „Kosárba tesz” gomb alatt sárga színnel	„Már csak néhány darab elérhető!”	
Termék aloldalon a méret kiválasztását követően, illetve a kosárba helyezést követően a „Kosárba tesz” / „Már a kosárban” gomb alatt sárga színnel	„Már csak 2 elérhető”	
A termékek közötti további nézelődés során a képernyő jobb felső sarkában a „Kosár” ikonra mutató felugró ablakban	Óra ikon + „Mindjárt elfogy! A kosaradban lévő termékből már csak 1 db elérhető.”	
A kosár megnyitásakor a kosárban lévő termékek felsorolása előtt vagy után	Felkiáltó jel ikon + „A termékek nincsenek lefoglalva”	
A kosár megnyitásakor a termék kosárban látható képén a háttértől eltérő színnel	„Csak 1 darab”	

53. Az eljárás alá vont vállalkozás az alacsony termékkészletre vonatkozó vizsgált tájékoztatásokat a vizsgálat által feltárt formájukban [ÜZLETI TITOK] alkalmazza, mind az akciós, mind az akcióval nem érintett termékeket érintően.<sup>55</sup>

<sup>55</sup> VJ/15-24/2023. számú adatszolgáltatás 4. pont

Alacsony készletre vonatkozó tájékoztatásokat az About You már a magyar weboldal indulása, azaz 2019 áprilisa óta alkalmaz, azonban a korábbi változathoz képest több jelentős változás is történt:

54. A fenti tájékoztatások az alábbi esetekben jelentek meg a fogyasztók számára az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint.

- *„Már csak néhány darab elérhető”:*

- ha a fogyasztó rákeres egy konkrét méretre, és abból a méretből már csak 5 darab vagy annál kevesebb elérhető (de nem 0);
- ha egy termék összes létező méretéből (S, M, L, XL, XXL) legalább a méretek fele (pl. S, M, L,) alacsony készleten (0-5 db) van;
- ha a felhasználó több méretre szűrt rá és abból legalább egy alacsony készleten (0-5 db) van.

- *„Már csak 2 elérhető!”:*

Ha a fogyasztó által kiválasztott méretből már csak 2 darab maradt raktáron.

- *„Már csak 2 elérhető a méretedben!”:*

Azon bejelentkezett felhasználók esetén, akik a méret kereső funkciót használják, és elfogadják az eljárás alá vont vállalkozás által felajánlott méretet („A Te Méreted”), majd ezt kiválasztják, és ha abból a méretből már csak 2 darab elérhető, a fenti információt olvashatják.

- *„Mindjárt elfogy! A kosaradban lévő termékből már csak egy darab elérhető”:*

Ha a kosárban lévő legalább egy termékből 5 vagy annál kevesebb darab (de nem 0) érhető el, előfordul, hogy az eljárás alá vont vállalkozás értesítést küld a felhasználónak annak érdekében, hogy tisztában legyen vele, hogy a kosárba helyezett termék alacsony készleten van, mivel a kosárba helyezett termékek nem tekinthetők lefoglaltak (vagyis a kosárba helyezett termék is el tud fogyni).

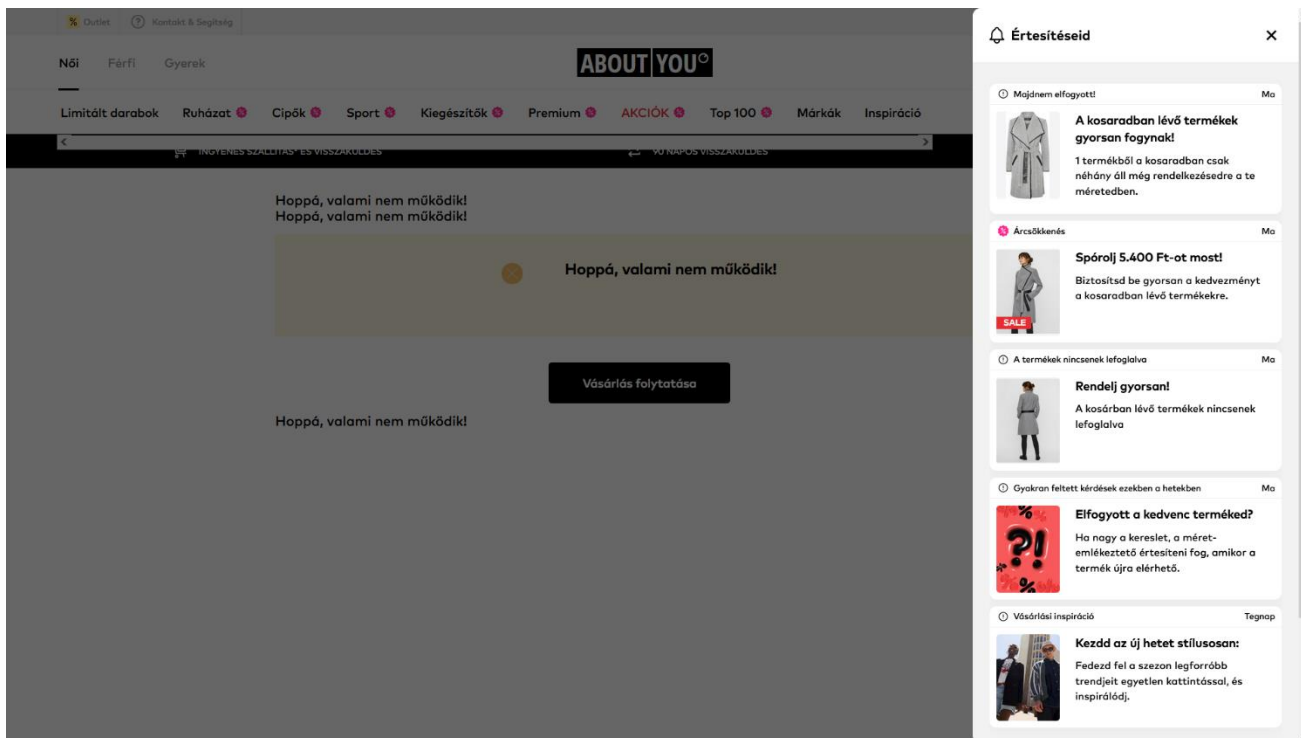
55. Az eljáró versenytanács észlelte, hogy a jobb felső sarokban található eszközök sora az eljárás folyamán kibővült – többek között – egy „Értesítéseitek” funkcióval, amit egy harang ikon jelöl. Az ikonra kattintva egyedi, a kosárba helyezett termékekkel kapcsolatos tájékoztatások és általános információk is olvashatóak. A kosárba helyezett, korlátozott elérhetőségű termékekkel kapcsolatban az About You több üzenetet is megjelenít, így az elérhető darabszámra, az elérhető kedvezmény mértékére vonatkozó információkat, valamint arra utaló figyelmeztetést, hogy a kosárba helyezett termékek nincsenek lefoglalva. Ezek megfogalmazása kapcsán az eljáró versenytanács kiemeli, hogy számos, az elérhetőség korlátaira emlékeztető és a mielőbbi vásárlásra felhívó megfogalmazást tartalmaznak: „gyorsan fogynak”, „csak néhány áll még rendelkezésedre”, „spórolj most”, „biztosítsd be gyorsan a kedvezményt”, „rendelj gyorsan”, „a kosárban lévő termékek nincsenek lefoglalva”.

---

- megváltozott az alacsony készletről történő tájékoztatás helye (pl. korábban csak a méretválasztás opció mellett került feltüntetésre, jelenleg pedig a termék fotóján egyfajta matricaként is megjelenik, valamint a termékoldalon kívül elhelyezésre kerül más oldaltípusokon is, mint például a kategória oldal);

- hozzáadásra került a webshopban értesítések megjelenítése, abban az esetben, ha a kívánságlistára helyezett valamely termék válik alacsony készletűvé;

- felülvizsgálásra került az a logika, aminek mentén a webshopban megjelennek az értesítések alacsony készlethiány esetén.

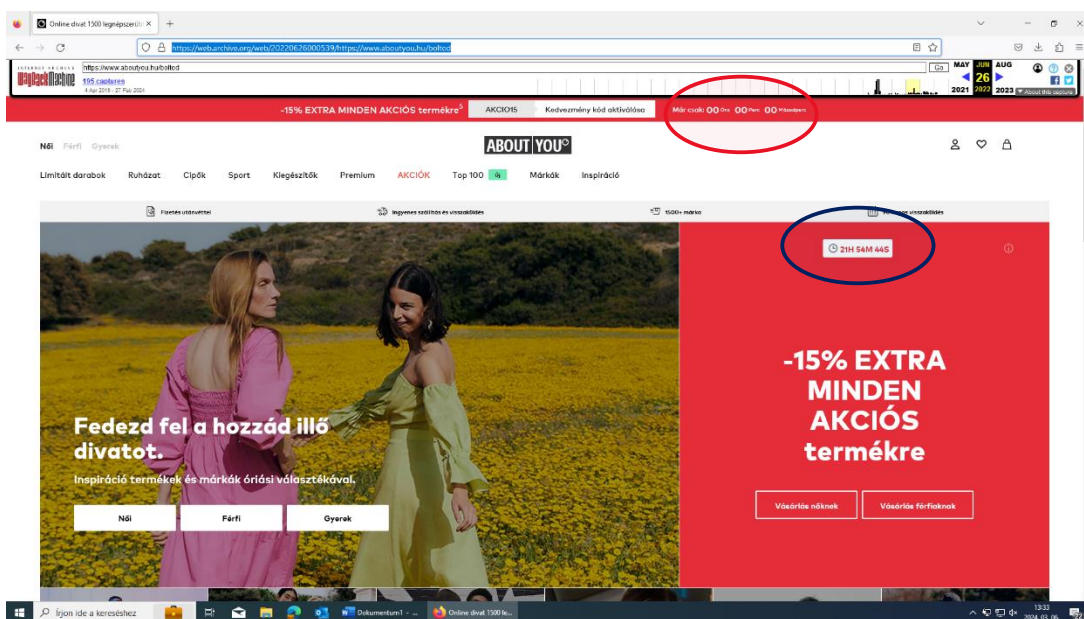


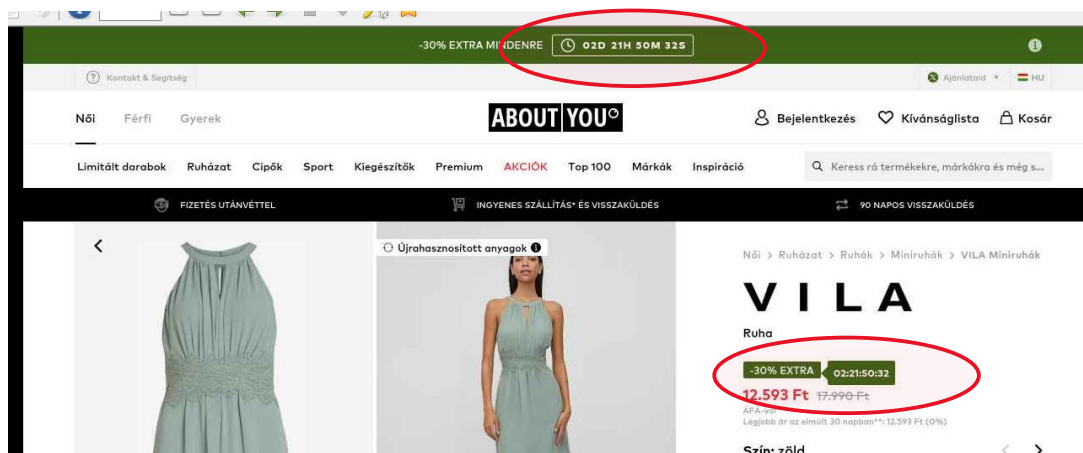
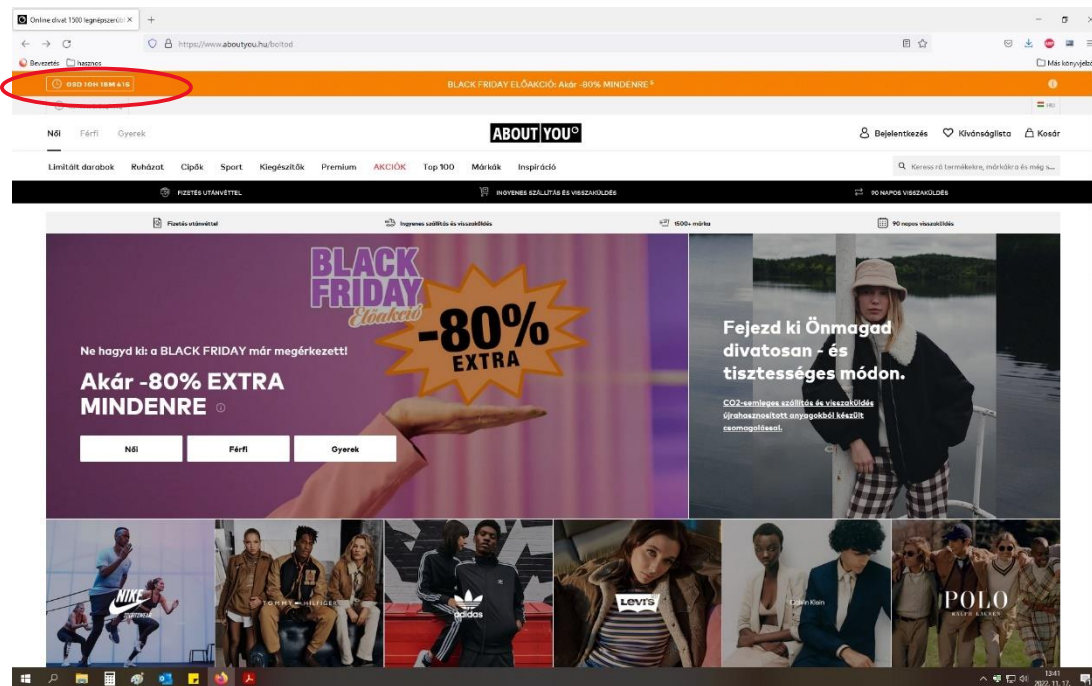
56. Az alacsony termékkészletre vonatkozó tájékoztatásokat az eljárás alá vont vállalkozás a raktárinformációk alapján számolja ki és jeleníti meg weboldalán. A raktárkészletre vonatkozó információkat az eljárás alá vont vállalkozás saját adatbázisában naponta többször frissíti a különböző kereskedőktől és raktárhelyiségektől beérkező adatok alapján.

### III.2.2. Időbeli korlátról szóló tájékoztatás – visszaszámláló óra alkalmazása

57. Az eljárás alá vont vállalkozás a kampányok esetén a weboldal megnyitásakor a képernyő felső részében a háttérből színessel kiemelt banneren a kampány fő üzenete mellett, illetve bizonyos esetekben a kampányt népszerűsítő főoldali tájékoztatásban visszaszámláló órát jelenít meg. A visszaszámláló óra a kampányból hátralévő időt akként jelzi, hogy nap:óra:perc:másodperc formátumban folyamatosan visszafelé számol. A banner az oldalon történő további böngészés során folyamatosan látható marad.

58. A visszaszámláló óra 2022. június 26. napjától történő megjelenítését az alábbi képek szemléltetik.





59. Ahogyan az a fenti utolsó képernyőképen is látható, a banneren lévő órával együtt számoló visszaszámláló óra a kampányban résztvevő termékek adatlapján is megjelenik, a kampány keretében biztosított kedvezményhez kapcsolódóan. A visszaszámláló óra a háttérből a bannerével megegyező színnel kiemelten kerül megjelenítésre és a kampány keretében ígért kedvezmény mértékére mutat.

## IV.

### Eljárás alá vont vállalkozás jogi álláspontja

#### IV.1. Általános jellegű észrevételek<sup>56</sup>

60. Az About You hivatkozott arra, hogy a GVH fogyasztóvédelmi eljárásai is büntetőjogi jellegű eljárásoknak tekinthetők, amint az az Alkotmánybíróság 1/2024. (I.9.) AB határozatából is kiolvasható. Ennek megfelelően a jelen eljárásban is érvényesülniük kell az Alaptörvény XXVIII.

<sup>56</sup> VJ/15-76/2023.

cikkében foglalt, egyes büntető anyagi jogi, illetve eljárásjogi gyökerű alkotmányos alapelveknek, így különösen az alábbiaknak:

- ténykérdéssel kapcsolatos kétség esetén a végső döntés az eljárás alá vont számára csupán kedvező lehet (in dubio pro reo),
- minden indokolt kétséget kizáró bizonyítás hiányában jogsértés nem állapítható meg,
- ennél alacsonyabb bizonyítási mérce nem alkalmazható,
- bármely, az eljáró hatóság vállán nyugvó bizonyítási terhet mérséklő követelményt megszorítóan kell értelmezni.

61. A GVH által beszerzett bizonyítékok az eljárás alá vont szerint nem használhatók fel a jogsértés bizonyítására, mivel a begyűjtött bizonyítékok hitelessége megkérdőjelezhető, azok nem felelnek meg a fent említett bizonyítási sztenderdnek. E körben az alábbiakra mutatott rá.

- Az eljárás alá vont belső adattárolási szabályai miatt az eljárásban általa benyújtott ártörténeti táblázat nem alkalmas arra, hogy pontos következtetéseket lehessen levonni arra vonatkozóan, hogy a termékeket milyen hosszú ideig értékesítette eredeti áron a társaság, mivel az About You az adatokat csak 2 évig tárolja, így a már korábban is elérhető termékek megelőző időszakban érvényes árai nem jelentek meg a benyújtott táblázatokban. Ebből következően a vizsgálati jelentés erre vonatkozó következtetései (ti., hogy bizonyos termékeket az eljárás alá vont azonnal kedvezményrel kínált) sem tekinthetők megalapozottnak. Megjegyezte, hogy az ártörténeti adatok nyilvántartására vonatkozó általános jogszabályi kötelezettség hiányában az adatok hiánya nem róható fel a társaság hátrányára, összhangban az ártatlanság vélelmével.

- A vizsgálat által alkalmazott, ún. „indukciós módszer” nem alkalmas a jogsértés bizonyítására, mivel nem egyeztethető össze a GVH-t terhelő, az Ákr. 3. §-ában foglalt tényállásfeltárási kötelezettséggel, és nem felel meg a büntetőjogias jellegű fogyasztóvédelmi eljárásokban elvárt magas bizonyítási mércének sem. A GVH által hivatkozott ítélet (2.Kf.27.231/2011/9.) ugyanis egy egyedi ügyben született, precedens értékkel nem bíró ítélet, amelyet kúriai gyakorlat nem erősített meg. Ráadásul az alapul fekvő eljárásban (VJ/154/2009.) a vizsgált időszak sokkal rövidebb volt, mint a jelen ügyben, így a két eltérő hosszúsági időszak nem ítéltető meg ugyanazzal a speciális módszerrel. További eltérés, hogy míg a korábbi eljárásban a mintavétel a teljes vizsgált időszakot lefedte, addig a jelen eljárásban elemzett 20 termék megfigyelési időszaka a vizsgált időszak töredékét sem fedte le (a vizsgálat 2023. június 30-tól kezdődően készített képernyőképeket, és átlagosan 87,5 napig értékelte az árak változását, miközben a jelentés 2022. május 28-tól, illetve 2019 áprilisától kezdődően javasolja a jogsértés megállapítását), a megfigyelt termékek aránya pedig a weboldalon található mintegy 200.000 termékhez viszonyítva mindössze 0,01%. Még ezen 20 termék árazásának nyomon követése sem volt folyamatos, egyenletes és szisztematikus, ezért a diagram, amelyet a nyomon követés során gyűjtött árazási adatok alapján készített a vizsgálat, nyilvánvalóan nem képes képet adni a 20 termék eladási árának változásáról, így érdemi bizonyítékként nem vehető figyelembe. Mindezek alapján ez a módszer nem tekinthető az About You gyakorlatára vonatkozó, reprezentatív megfigyelésnek.

- Az indukciós módszer alkalmazhatóságát számos más bírósági eljárásban hozott ítélet<sup>57</sup> is megkérdőjelezte, megállapítva, hogy a szűrőpróbaszerűen kiválasztott esetek alapján tett általánosítás kifogásolható. A bíróságok szerint kiterjesztésre alkalmas megállapítások alapja csak megfelelő mintavételi eljárással kiválasztott esetek köre lehet, és nem megfelelő, ha a hatóság nem meghatározható, előre nem konkretizált módszer alapján, véletlenszerűen kiválasztott mintán folytat le bizonyítási eljárást, és az általa használt mintavétel nem követhető, statisztikai módszerekkel nem alátámasztott, és kiváltképpen nem elegendő számú.

<sup>57</sup> Nyíregyházi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság K.27.356/2017/14., Kúria Kfv.IV.35.4352018/4., Kúria Kfv.35.345/2017/7., Kúria Kfv.35.397/2009/7.

62. Az eljárás alá vont vitatta az átlagfogyasztó viselkedésének vizsgálati jelentésben foglalt megközelítését. Álláspontja szerint kereskedelmi gyakorlatát az online áruházak működését ismerő, jól tájékozott fogyasztó szemszögéből kellett volna értékelni. Az online világban a fogyasztók ugyanis ma már jóval tudatosabban cselekszenek, mint 10-15 évvel ezelőtt, így a GVH több, mint 10 évvel korábbi joggyakorlatára való hivatkozás az átlagfogyasztó fogalmának értelmezése és a fogyasztóktól elvárt tudatossági szint kapcsán nem megfelelő. A fogyasztók a Covid 19 világjárvány alatt nagyon jól megismerték, kitapasztalták, és megértették az online kereskedők gyakorlatát, így tudatosságuk az online vásárláskor sokkal magasabb szintű, mint korábban volt. Ez azt is jelenti, hogy a fogyasztók a korábbinál sokkal kevesebb közvetlen szöveges információ birtokában már megalapozott tranzakciós döntést tudnak hozni. Jellemzően tudatában vannak annak, hogy az online áruházak gyakran kínálnak kedvezményeket, ezért ha megtetszik nekik egy termék, nem fogják azonnal megvenni az első weboldalon, ahol meglátják, hanem megnézik a termék árát más online áruházakban is, és arról az oldalról rendelik meg, ahol a legolcsóbb vagy mindent összevetve a legelőnyösebb körülmények között rendelhető meg.
63. Az előzetes álláspontra tett észrevételeiben<sup>58</sup> az About You fenntartotta, hogy a jelen eljárásban átlagfogyasztóként egy sokkal tudatosabb, tájékozottabb fogyasztót kell alapul venni. Hivatkozott arra, hogy az Európai Unió Bírósága C-646/22. sz. ítéletében nemcsak azt – az előzetes álláspontban is idézett – megállapítást tette, hogy a szokásosan tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztó döntési képességeit is befolyásolhatják olyan kényszerítő körülmények, mint a kognitív torzulás, hanem azt is kiemelte, hogy a kognitív torzítás valamely kereskedelmi gyakorlat kapcsán történő bekövetkezésének bármilyen kockázata nem szükségszerűen torzítja jelentősen, illetőleg változtatja meg lényegesen az átlagfogyasztó magatartását.
64. Az About You ismételten hangsúlyozta, hogy ügyfelei ismerik az internet világát, gyakran vásárolnak online, tisztában vannak a különböző kedvezményrendszerekkel és az online kereskedők által használt információs üzenetekkel. Az About You tapasztalatai szerint saját vásárlói egyre tudatosabbak, nem impulzív módon vásárolnak és viszonylag nehezen befolyásolhatóak, így a kognitív torzítások hatása sem lehet jelentős esetükben.
65. Ami a vásárlásra ösztönző, pszichológiai nyomást gyakorló üzeneteket illeti, az eljárás alá vont vitatta, hogy ezek tudat alatt hatnának a fogyasztókra. Álláspontja szerint ugyanis a tudatos fogyasztókat jellemzően nem zavarják az érzelmek és külső hatások, éppen ebben áll tudatosságuk.

#### **IV.2. Árelőny kommunikáció 2022. május 28. után [Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pont]**

66. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint kommunikációjában az áthúzott ára(ka)t – az elmúlt 30 nap legalacsonyabb ára mellett – azért alkalmazza, hogy a fogyasztó számára az összes vonatkozó árinformáció teljeskörűen elérhető legyen, és ezért került megjelenítésre a termékek eredeti (mindenféle kedvezmény nélküli) ára, valamint az adott kampány előtt érvényes kedvezményes ár is.<sup>59</sup>
67. Az eljárás alá vont vállalkozás az eredeti ár alatt azt az árat érti, amennyiért a terméket értékesíteni tervezi, és amely így egyben a termék kezdeti értékét is megjeleníti. Az eredeti árat az eljárás alá vont vállalkozás a termék értékesítésének megkezdésekor viszonylag hosszú ideig (1-3 hónap) alkalmazza, és abból ez idő alatt jellemzően nem jár kedvezmény. Ezt követően az eredeti ár alkalmazására akkor kerül sor, amikor nincs érvényben kedvezmény vagy promóciós kampány.<sup>60</sup> A kedvezmények mindig a termék eredeti árán alapulnak.
68. Az About You a termékek eredeti (kedvezmény nélküli) árát [ÜZLETI TITOK] csökkenteni kell. Az About You szerint a termékek eredeti ára a termék jellemző árának minősül, mivel azt az

<sup>58</sup> VJ/15-89/2023.

<sup>59</sup> VJ/15-52/2023. számú végzéssel átemelt B/18-7/2023. számú adatszolgáltatás 2. pont

<sup>60</sup> VJ/15-24/2023. számú adatszolgáltatás 1. pont

árengedmény adása előtt a társaság viszonylag hosszú ideig alkalmazza. Ezt álláspontja szerint az általa csatolt statisztika is igazolja, amely bemutatja [ÜZLETI TITOK]<sup>61</sup> [ÜZLETI TITOK].<sup>62</sup>

69. Az eljárás alá vont vállalkozás úgy véli, hogy az eladási ár, – esetenként – a kampány előtti kedvezményes ár és az eredeti ár együttes megjelenítése lehetővé teszi a vásárlók számára, hogy tájékozottabb döntést hozzanak, és megfelelően fel tudják mérni az adott termék valódi értékét, mivel az elmúlt 30 nap legalacsonyabb árának megjelenítése önmagában nem feltétlenül tudja tükrözni sem azt, sem az eljárás alá vont vállalkozás által nyújtott kedvezmény valódi mértékét.<sup>63</sup>
70. Az elmúlt 30 nap legalacsonyabb árának ezen korlátos jellege többek között abból fakadhat, hogy az csupán rövid ideig volt elérhető a vásárlók számára, például akkor, ha az speciális/meghatározott ideig tartó kampány keretében érvényesült. Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint a termék eredeti árának feltüntetése ebben az esetben különösen hasznos lehet a fogyasztóknak a termék valódi értékének megítélése érdekében, mivel az eljárás alá vont vállalkozás a terméket a kedvezményt megelőzően jellemzően 1-3 hónapig ezen az eredeti áron kínálja, ezért ez az eredeti ár a termék jellemző(bb) árának tekinthető (az elmúlt 30 nap legalacsonyabb árához viszonyítva). A jellemző ár pedig a GVH árfeltűntetéssel és árcsökkentéssel kapcsolatos gyakorlata szerint is kiemelt viszonyítási pontot jelent a fogyasztók számára az összehasonlítás során (e körben hivatkozott a The Hut.com, EMAG és Euronics ügyekre<sup>64</sup>). A Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsának az Fttv.-vel, Grt.-vel és a Tpvt. III. fejezetével, a Gyftv.-vel és az Éltv.-vel kapcsolatos elvi jelentőségű döntései (a továbbiakban: Elvi jelentőségű döntések) I.6.3. pontjában azt is megállapította, hogy egy termék ára akkor tekinthető jellemző árnak – és így szolgálhat viszonyítási alapként az árengedmények feltűntetéséhez –, ha azt a kedvezményes (akciós) ár alkalmazását közvetlenül megelőző időszakban ésszerű ideig alkalmazták. Az About You álláspontja szerint az eredeti árak 1-3 hónapig történő alkalmazása már olyan ésszerű időnek minősül, amelyre figyelemmel az általa feltűntetett eredeti árak az adott termék jellemző árának tekinthetők fogyasztóvédelmi szempontból.<sup>65</sup>
71. A korábbi kedvezményes ár pedig azért kerül feltűntetésre, hogy a fogyasztó lássa, hogy a kampány alatt érvényes eladási ár az előző kedvezményes árhoz képest még kedvezőbb ajánlatnak tekinthető, tehát az eljárás alá vont vállalkozás két lépcsőben nyújtott kedvezményt a terméken. Ilyen formán, a fogyasztónak van egy összehasonlítási alapja, és láthatja, hogy a promóciós kampány keretében az eljárás alá vont vállalkozás a termék kedvezményes árához képest extra kedvezményt nyújt. Ennek megfelelően a korábbi kedvezményes ár nem szükségszerűen tekinthető a termék jellemző árának, az csak referenciaként szolgál, ami alapján a fogyasztó láthatja, hogy melyik korábbi árból került kiszámításra a kampány ár.<sup>66</sup> Ha az eljárás alá vont vállalkozás nem tüntetné fel a kampányt megelőző kedvezményes árat, akkor a fogyasztó nem is értené, hogy pontosan min alapul a feltűntetett végső eladási ár, mihez képest értendő az „extra kedvezmény”.
72. A vizsgálati jelentésre tett észrevételeiben az About You a több ár egyidejű feltűntetésével kapcsolatban előadta,<sup>67</sup> hogy arra az Árendelet alapjául szolgáló, a 2019/2161/EU irányelvvel módosított 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (a továbbiakban: PID) 6a. cikkének értelmezéséről és alkalmazásáról szóló bizottsági közlemény (a továbbiakban: PID iránymutatás) alapján lehetőség van. Hangsúlyozta továbbá, hogy gyakorlata e körben nem megtévesztő, mert az általa alkalmazott eladási árak és referencia árak feltűntetése informatív és egyértelmű a fogyasztók számára. Az árak és kedvezménymértékek elhelyezése és színezése alapján ugyanis az

<sup>61</sup> [ÜZLETI TITOK]

<sup>62</sup> VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás 2. pont

<sup>63</sup> VJ/15-52/2023. számú feljegyzéssel átemelt B/18-7/2023. számú 2023 április 26-án kelt nyilatkozat

<sup>64</sup> VJ/26/2019., VJ/47/2021., VJ/9/2022.

<sup>65</sup> VJ/15-52/2023. számú feljegyzéssel átemelt B/18-7/2023. számú 2023 április 26-án kelt nyilatkozat

<sup>66</sup> VJ/15-24/2023. számú adatszolgáltatás 1. pont, VJ/15-52/2023. számú feljegyzéssel átemelt B/18-7/2023. számú adatszolgáltatás, VJ/15-12/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>67</sup> VJ/15-76/2023.

átlagfogyasztó számára nyilvánvalónak kell lennie, hogy az áthúzott árak a termékek korábbi árai, ezen belül is a legmagasabb áthúzott ár a termék eredeti ára, továbbá az eltérő színek használata miatt a kampányon belül és kívül adott kedvezmények is egyértelműen megkülönböztethetők. A kampányos kedvezmények esetén kiemelte, hogy a kedvezményérték megjelenítése ugyanolyan színnel történik, mint a visszaszámláló óráé, és az EXTRA felirat is a kedvezményértékhez kapcsolatosan kerül feltüntetésre, jelezve, hogy az a kampány keretében nyújtott kedvezményre vonatkozik. Emellett az eljárás alá vont szorosán az eladási ár alatt a 30 napos árat is feltünteti, és az ahhoz képesti eltérés %-os mértékét is megjeleníti (akár alacsonyabb, akár magasabb a 30 napos ár, mint az aktuális kedvezményes eladási ár), így nem rejti el a fogyasztó elől a számára leginkább kedvező árat.

73. Az About You kifejtette továbbá, hogy a termék eredeti illetve korábbi árának feltüntetése releváns a fogyasztói döntés szempontjából, hiszen az eredeti ár – meghatározásának módja folytán – a termék értékét tükrözi, ráadásul tipikus/jellemző árak is tekinthető, hiszen a termék első árendeménye előtt észszerű ideig ténylegesen érvényesült. A kampány előtti kedvezményes ár szintén fontos referenciaár az eljárás alá vont szerint, mivel az „Extra” kedvezmény ebből az árból kerül levonásra, a termék további kedvezményt kap.
74. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az az újszerű elvárás, miszerint a 30 napos ár mellett az egyetlen referenciaárként feltüntethető ár a termék „jellemző ára”, egyértelműen megalapozatlan. Egyrészt az semmilyen jogszabály nem írja elő (sem az Fttv., sem az Árrendelet), sőt a PID iránymutatás kifejezetten tartalmazza, hogy a 30 napos ár mellett más referenciaárak is közzétehetőek. Másrészt a „jellemző ár” fogalma sem tisztázott, sem jogszabályban, sem a joggyakorlatban, sőt, a vizsgálati jelentés még ellentmondásos is e körben, hiszen egy helyen jellemző árak az árat tekintve, amely adott időszakban a legtovább érvényesült, azaz amelyen az értékesítés túlnyomó része történt, más helyütt viszont – az Elvi jelentőségű döntésekre utalva – a termék jellemző árát olyan árként említi, amelyet közvetlenül a termék árendeménye előtt észszerű ideig alkalmaztak. Ennek megfelelően nem világos, hogy egy árak mennyi ideig kell érvényesülnie és/vagy hány értékesítést kell az adott áron realizálni ahhoz, hogy az ár „tipikussá” váljon. Ebből az About You szerint az is következik, hogy a „jellemző ár” követelményének betartatása ellentétes lenne a nulla poena sine lege elvvel is, hiszen ilyen szabály nem létezett a kérdéses magatartás elkövetésekor (illetőleg nem vezethető le egyértelműen az alkalmazandó jogszabályokból). Ezzel összefüggésben az eljárás alá vont elismerte ugyan, hogy a GVH a VJ/50-148/2018. számú határozatában (eMAG-ügy) tett bizonyos megállapításokat a termék jellemző árának referenciaárként történő feltüntetéséről (bár pontos definíciót a „jellemző ár” kapcsán nem adott), azonban ezen megállapítások a jelen ügyben nem relevánsak, mivel
- azokat a bíróságok nem vizsgálták felül, így nem tudható, hogy a bíróságok is osztanák-e a GVH álláspontját;
  - az eMAG gyakorlata a 30 napos ár kötelező bevezetését megelőző időszakra vonatkozott;
  - az eMAG a határozat alapján nem igazolta, hogy az áthúzott árak korábban ténylegesen érvényesültek volna, miközben az About You a referencia árakat valóban alkalmazta.
75. Végezetül, az About You megjegyezte, hogy a vizsgálat nem végzett elemzést arra nézvést, hogy az eljárás alá vont által alkalmazott kedvezményes árak az alkalmazásuk időtartama okán jellemző árrá váltak-e, sőt, még azt sem határozta meg, hogy ez az időtartam milyen hosszú kell legyen. Rámutatott továbbá, hogy a jellemző ár feltüntetésére vonatkozó elvárás már csak azért is problémás, mert a vizsgálati jelentés szerint az eljárás alá vontnak kötelessége lenne magyarázatot fűzni a feltüntetett árakhoz, márpedig a „termék jellemző ára” kifejezés jelentése a fogyasztók számára nem ismert, és a fenti értelmezési problémák miatt nehezen is lenne számukra definiálható.

76. Az előzetes álláspontra tett észrevételében<sup>68</sup> az eljárás alá vont kifejtette, egyetért azzal, hogy a 2022. május 28-tól kezdődő árfeltüntetési gyakorlata nem tartozik az Fttv. hatálya alá, így a GVH hatáskörébe, ezért az Árendelet szerinti vizsgálat érdekében az ügyet ebben a részében a Kormányhivatal részére át kell tenni. Megjegyezte mindazonáltal, hogy az Árendelet árfeltüntetési szabályainak értelmezését bizonyos tekintetben csak az Európai Bíróság C-330/23. számú ügyben (Aldi Süd) hozott ítélete tisztázta. Hangsúlyozta továbbá, hogy álláspontja szerint e tekintetben jogsértést nem követett el, illetve nem vonható felelősségre az Aldi Süd ítélet előtti árfeltüntetési gyakorlataért, így várakozása szerint a Kormányhivatal az eljárást jogsértés megállapítása nélkül meg fogja szüntetni.

#### **IV.3. Árkommunikáció általános gyakorlata, rendszere [Fttv. 3. § (2) bekezdés]**

77. Az eljárás alá vont vállalkozás álláspontja szerint kereskedelmi gyakorlata során nem sértette meg az Fttv. 3. § (2) bekezdését, a versenyfelügyeleti eljárás kiterjesztése indokolatlan volt.<sup>69</sup>

78. Az About You alkalmazandó versenyjogi jogszabályoknak történő folyamatos megfelelését általános megfelelési programja biztosítja, melynek előírásai között szerepelnek versenyjogi, fogyasztóvédelmi szabályok is (ld. pl. a program mellékletét képező etikai kódex 6. és 8. oldala).<sup>70</sup> Ugyanakkor az eljárás alá vont vállalkozás megjegyezte, hogy nincs tudomása olyan jogi követelményről, amely arra kötelezné, hogy az árak kialakítása és ellenőrzése tekintetében külön „megfelelési programmal” rendelkezzen.<sup>71</sup>

79. A vizsgálati jelentésre tett észrevételeiben<sup>72</sup> az eljárás alá vont kifogásolta a szakmai gondossággal kapcsolatos tényállás vizsgálatának 2019 áprilisig visszamenőleges időhorizontját. Tekintettel arra, hogy a magatartása álláspontja szerint nem folyamatos, ezért a 2019-es kezdő időpont meghatározása sérti a Tpv. elévülésre vonatkozó szabályait. A folyamatosság hiányát az About You arra alapozza, hogy

- az általa alkalmazott kedvezmények mindig különböző termékekre vonatkoznak (a kampányon belüli és azon kívüli kedvezmények esetén egyaránt);
- a különböző kampányok nem kapcsolódnak egymáshoz, és időszakosan kerülnek bevezetésre;
- a vizsgálat a 2022. május 28. előtti kampányokra vonatkozóan nem kért információkat;
- bár a különböző kedvezménykategóriákat 2019 óta alkalmazza, azok alkalmazásának módjában 2023 januárjában jelentős változás történt (a kampánykedvezményeket a termék mérete szerint adja, utalvány/kedvezménykódok helyett személyes kedvezményt alkalmaz);

ezért a különböző kedvezménykampányokat helyesen önálló, egymástól elkülönülő magatartásoknak kell tekinteni. Az elévülési idő jelentőségét a jelen eljárásban különösen is alátámasztja az a körülmény, hogy a vizsgálat csak 2023. június 30-tól gyűjtött bizonyítékokat az About You jelenlegi árképzési gyakorlatáról, és a belső adattárolási szabályok miatt az eljárás alá vont is csak 2 évre visszamenőleg tudja az ártörténetét bemutatni. Az előzetes álláspontra tett észrevételeiben<sup>73</sup> korábbi érveit fenntartotta, mivel azokat álláspontja szerint az eljáró versenytanács nem cáfolta kellőképpen. További érvként hivatkozott arra, hogy az akciótartási gyakorlat 2023. januári változása éles határt von az azt megelőző és követő időszaki gyakorlat között, mire tekintettel magatartása versenyjogi értelemben nem tekinthető folyamatosnak. Ezt támasztja alá a Kúria Kfv. 37.593/2023/9. számú ítéletében megfogalmazott álláspontja is,

<sup>68</sup> VJ/15-89/2023.

<sup>69</sup> VJ/15-38/2023.

<sup>70</sup> VJ/15-43/2023. számú adatszolgáltatás E/20 melléklete. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a dokumentumban annyit hangsúlyoz a fogyasztóvédelmi szabályokra vonatkozóan, hogy vállalatként betartja az összes vonatkozó törvényt és előírást azokban az országokban, ahol működik.

<sup>71</sup> VJ/15-40/2023. számú adatszolgáltatás

<sup>72</sup> VJ/15-76/2023.

<sup>73</sup> VJ/15-89/2023.

miszerint valamely kampányos kedvezmény nem tekinthető egy korábban már érvényes, más jogcímen nyújtott kedvezmény folytatásának, fokozatos leárazásnak, hanem új árcsökkentés bejelentésének.

80. Az eljárás alá vont emellett fenntartotta, hogy árképzési mechanizmusa nem tisztességtelen. Először is, a vizsgálat által alkalmazott indukciós módszer az érintett termékek számára, a megfigyelt időszak hosszára és a megfigyelések hiányosságára figyelemmel nem alkalmas az árazási rendszer egészére vonatkozó következtetések levonására. Az ármelegfigyelés folyamatosságának hiánya miatt az sem állapítható meg, hogy volt-e olyan ár, amely a termék jellemző árává válhatott, azaz a kedvezményt megelőzően észszerű ideig alkalmazták. Ráadásul nincs is olyan jogi rendelkezés vagy joggyakorlat, amely meghatározná a „jellemző ár” fogalmát, s különösen nincs olyan jogszabályi rendelkezés, amely az eljárás alá vontat belső árképzési mechanizmus működtetésére kötelezné. A GVH az Fttv. alapján kizárólag a kommunikáció jogszerűségét vizsgálhatja, arra azonban nincs hatásköre, hogy előírja az eljárás alá vontnak, hogy milyen árazási mechanizmust kövessen, illetve milyen referenciaárból adjon kedvezményt. Az ugyanis, hogy a fogyasztó valódi kedvezményt kapjon, akkor is garantálható, ha a kedvezményt a „jellemző ártól” eltérő referenciaárhoz viszonyítják, amennyiben az árváltozások átláthatóak és/vagy a különböző referenciaárak jelentése a fogyasztók számára világos.
81. Az előzetes álláspontra tett észrevételeiben<sup>74</sup> az About You kiemelte, hogy a fenti 60. pontban idézett, a GVH-t fogyasztóvédelmi ügyekben is terhelő bizonyítási teherre vonatkozó követelmények miatt a GVH nem vonhat le általános következtetéseket a kedvezményrendszer jogszerűsége kapcsán pusztán az eljárás alá vont nyilatkozataira alapozva, anélkül, hogy azokat reprezentatív számú termék ártörténetével alátámasztaná. E körben hivatkozott arra, hogy önmagában kérdéses, egy egyszerű eljárás alá vonti nyilatkozat elegendő-e a jogsértés megállapításához, figyelemmel a versenyfelügyeleti eljárások Alkotmánybíróság, Kúria és Emberi Jogok Európai Bírósága által is megerősített büntetőjogias jellegére. Ráadásul nincs kialakult hatósági és/vagy bírósági gyakorlat, általános és világosan körülírt, előzetesen jól ismert jogszabályi előírás sem, amelynek a vállalkozásoknak meg kellene felelniük, ami még magasabbra helyezi az irányadó bizonyítási mércét.
82. Emellett az eljárás alá vont álláspontja szerint az általa tett nyilatkozatokból nem vonhatók le az előzetes álláspont 144. pontjában szereplő jogi következtetések, miszerint (i) az About You a termékeket folyamatosan kedvezményes áron kínálja, illetve (ii) „a kedvezmények mértéke azonban időben változó, és az eljárás alá vont előbbieken ismertetett árképzési rendszere [ÜZLETI TITOK]. Ennek ellenére a termékek továbbra is kedvezményes árúként kerülnek megjelenítésre, tekintve, hogy áruk az eredeti árhoz képest továbbra is alacsonyabb.” Különösen is megalapozatlan az eljárás alá vont szerint a fenti (i) jelű következtetés, mivel az az About You nyilatkozatával is ellentétes. Az About You ugyanis sosem állította, hogy az első árendeményt követően folyamatosan árendeménnyel kínálja a termékeket, és ilyen szabály létezését sem ismerte el. Legfeljebb annyi állapítható meg, hogy az első 1-3 hónapos eredeti áron történő értékesítést követően a termékek gyakran kedvezményben részesülnek, sőt, külön promóciós kampányok részévé is válhatnak, de ez nem jelenti azt, hogy később nem kerülnek eredeti (azaz nem kedvezményes áron) értékesítésre (ezt az ártörténeti adatok sem támasztják alá). Mivel pedig az előzetes álláspont maga is hivatkozik az ártörténeti adatokra a következtetéseinek alátámasztására, ez ugyancsak megerősíti az ilyen korábbi áradatok (s ekként az azokkal kapcsolatos korábbi kifogások) relevanciáját.
83. Az About You által nyújtott kedvezmények valóságát továbbá nem lehet általános elvek alapján megítélni, hiszen a vonatkozó bizonyítási sztenderd alapján csak eseti alapon értékelhetőek az

---

<sup>74</sup> VJ/15-89/2023.

olyan szempontok, mint például az, hogy egy terméket milyen gyakran és mennyi ideig árúsítanak kedvezményel, és mi tekinthető a termék jellemző árának.

84. A jellemző ár kapcsán az eljárás alá vont újfent utalt arra, hogy annak fogalmát sem jogszabály, sem kialakult bírói gyakorlat nem határozza meg, ezért az ilyen árra vonatkozó követelmény ellentétes a nulla poena sine lege alapelvével. Ráadásul maga az eljáró versenytanács sem határozza meg egyértelműen a jellemző ár definícióját, vagy azt a „kellően hosszú időszakot”, amely során annak érvényesülnie szükséges. És bár a Versenytanács gyakorlata értelmében a huzamosabb ideig alkalmazott akciós ár az áru jellemző árának minősülhet, amire egy újabb akció során szerepeltetni kívánt magasabb ár kapcsán tekintettel kell lenni, az eljáró versenytanács a jelen ügyben nem vizsgálta esetileg a termékek ártörténeti adatai alapján, hogy az About You által alkalmazott kedvezményes ár elég hosszú ideig érvényesült-e ahhoz, hogy jellemző árrá váljon.
85. Végezetül megjegyezte, hogy a GVH-nak nincs hatásköre arra, hogy meghatározza, milyen árazási mechanizmust kövessen az About You, vagy hogy milyen referenciaárból adjon kedvezményt. A valós kedvezmény ugyanis akkor is garantálható, ha a kedvezményt a „jellemző ártól” eltérő referenciaárhoz viszonyítják, amennyiben az árváltozások átláthatóak és a különböző referenciaárak megfelelően elmagyarázásra kerülnek a fogyasztónak. Ennek megfelelően a GVH az Fttv. 3. § (2) bekezdése helyett legfeljebb az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja alapján vizsgálhatná az About You gyakorlatát.

#### **IV.4. Sürgető jellegű üzenetek [Fttv. 8. § (1) bekezdés]**

86. Az alacsony készletinformációkra vonatkozó üzenetek megjelenítését az eljárás alá vont vállalkozás azzal indokolta, hogy célja az, hogy a fogyasztókat megkímélje a csalódástól abban az esetben, ha egy termék váratlanul elfogyna. Az eljárás alá vont vállalkozás szerint nagyon gyakori, hogy a vásárlók rendszeresen böngészik a weboldalát, azonban még ha találnak is valamit, ami tetszik nekik, nem vásárolják meg azonnal. Az alacsony raktárkészletre történő utalás tájékoztatja a fogyasztókat, arról, hogy megtörténhet, hogy a termék hamarosan elfogy, mivel csak kevés elérhető belőle. Ez a tájékoztatás az eljárás alá vont vállalkozás szerint különösen hasznos lehet azoknak a vásárlóknak, akik mindenképpen az ő weboldalán tervezik megvásárolni az adott terméket (például, mert az másik webshopban nem érhető el, vagy mert az eljárás alá vont vállalkozás ajánlata különösen kedvező), vagy sürgősen szükségük van a termékre.<sup>75</sup>
87. A vizsgálati jelentésre tett észrevételeiben<sup>76</sup> az About You a fentieket azzal egészítette ki, hogy a készletinformációkról való tájékoztatása nem idő előtti, hiszen az csak olyan termékekkel kapcsolatban jelenik meg, amelyek iránt a fogyasztó valamilyen formában már kifejezte érdeklődését (megnézte a termékoldalt, hozzáadta a terméket a kedvencekhez vagy a kosárhoz). Ilyen esetekben – mivel az átlagfogyasztók jellemző viselkedése, hogy nem vásárolnak azonnal – emlékeztetni szükséges a fogyasztót a készletek végeességéről, hogy ne gondolhassa azt, hogy akármeddig várhat a vásárlással, mert a termék elérhető lesz. Az eljárás alá vont vitatta továbbá, hogy a készletinformációra hivatkozás végigkísérné a teljes vásárlási folyamatot, és a megjelenítés módja sem zavaró álláspontja szerint a kis betűméret és a semleges szín miatt.
88. Az előzetes álláspontra tett észrevételeiben<sup>77</sup> az eljárás alá vont fenntartotta, hogy a feltüntetett készletinformációk nem tekinthetők agresszív kereskedelmi gyakorlatnak, Az eljáró versenytanács által az előzetes álláspontban e körben hivatkozott okok kapcsán előadta, hogy
- a készletinformáció azért csak alacsony darabszám esetén jelenik meg, mert csak ekkor releváns a fogyasztók számára;

<sup>75</sup> VJ/15-24/2023. számú adatszolgáltatás 7. pont

<sup>76</sup> VJ/15-76/2023.

<sup>77</sup> VJ/15-89/2023.

- a „már csak” vagy a „majdnem elfogyott” kifejezések csak figyelemfelkeltő hatásúak, nem erősítik a szűkösség érzetét;
- a fogyasztó csak akkor kap információt a termékek készletadatairól, ha valamilyen módon már kifejezte érdeklődését a termék iránt, tehát amikortól ez számára releváns információ lehet;
- a fekete betűszín, a kis méret és a világossárga szín a háttérhez képest semleges, nem fejt ki negatív pszichés hatást;
- nem igaz, hogy a készletinformációra hivatkozás végigkíséri a teljes vásárlási folyamatot, de a „kedvencként” megjelölt vagy „kosárban felejtett” termékek esetén figyelmeztetni kell a fogyasztókat a készlethiányra, nehogy csalódás érje őket, ha a termék időközben elfogy.

89. A visszaszámláló óra kapcsán az eljárás alá vont előadta, hogy az is hasznos információt közöl: a kampányok végső időpontját. Mivel az egyes termékek főszabály szerint nem kerülhetnek két egymást követő kampányba, ezért a kampány végére vonatkozó információ szükséges ahhoz, hogy a fogyasztó tudja, meddig érhető el a kínált kedvezmény. Továbbá, mivel nem minden termék része a kampánynak, a termékoldalon elhelyezett visszaszámláló óra jelzi, hogy adott termék a kampányban szerepel.
90. Az About You szerint a visszaszámláló óra ugyanolyan üzenettel bír, mintha az ajánlat végét tüntetné fel, sőt, még segíti is a fogyasztót, hogy mennyi idő van hátra, így nem kell számolgatnia.
91. A fentiekre tekintettel tehát az About You szerint mind a készletinformáció, mind a visszaszámláló óra tájékoztatási célokat szolgál, így nem tekinthető agresszívnek. Ugyan valóban figyelemfelkeltőek, „de nem *feltétlenül* jelentik a fogyasztó sürgetését, vagy zavarják a fogyasztót a vásárlási folyamat során, illetve kényszerítik olyan döntés meghozatalára, amelyet egyébként nem hozott volna meg.” Továbbá nem fosztják meg a fogyasztót attól a lehetőségtől sem, hogy más webshopokban ellenőrizze az ajánlat kedvező jellegét.

#### **IV.5. Bírságszámítással kapcsolatos észrevételek**

92. Az About You az esetleges bírság kiszabásával összefüggésben elsődlegesen hivatkozott arra, hogy nem követett el jogsértést, így vele szemben szankció sem alkalmazható. Amennyiben mégis jogsértés kerülne megállapításra, bírság kiszabása akkor sem indokolt, vagy legalábbis az előzetes álláspontban jelzettnél lényegesen kisebb összegben.
93. E körben az About You kifejtette, hogy a fogyasztóvédelmi típusú ügyekben kiszabott bírság meghatározásának szempontjairól szóló, a Gazdasági Versenyhivatal elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa elnökének 1/2021. számú közleménnyel módosított 12/2017. számú közleménye (a továbbiakban: Bírságközlemény) értelmében a bírság kiinduló összege a reklámköltség, amelytől eltérni csak akkor lehet, ha nincs megbízható adat, de aszerint nem lehet differenciálni, hogy az állítólagos jogsértés „reklám útján” valósult-e meg. Mivel az eljárás alá vont benyújtotta a 2022. május és 2023. június közötti, a saját weboldalán kívül kommunikált árcsökkentések hirdetési költségeit, így ezt kellett volna kiindulási alapként alkalmazni. A termékek értékesítéséből származó teljes árbevétel már csak azért sem vehető figyelembe, mivel az magában foglalja a kedvezmény nélküli értékesítésből származó forgalmat is, amelynek az állítólagos jogsértéshez semmi köze.
94. Az eljárás alá vont továbbá azzal érvelt, hogy nem indokolt súlyosító körülménynek tekinteni az állítólagos jogsértéssel érintett kedvezményes termékek jelentős számát, mivel általánosságban csak a termékek 30%-a volt kedvezménnyel elérhető a weboldalon.
95. A szakmai gondossággal kapcsolatos tényállást illetően visszautalt arra, hogy álláspontja szerint a GVH túl távan határozta meg a vizsgált időszakot, így nem vehető súlyosító körülménynek, hogy a feltételezett jogsértés 2019 óta fennáll. A 2022 előtti időszak nem vizsgálható, így az állítólagos

jogsértés se nem régóta fennálló, se nem érintette a fogyasztók széles körét. Éppen ellenkezőleg, a magatartás időbeli kiterjedésének rövidségét enyhítő körülményként kellene értékelni.

96. Enyhítő körülményként kérte továbbá figyelembe venni, hogy 2022. június 26. és 2022 decembere között állítólagos agresszív kereskedelmi gyakorlatként csak a visszaszámláló órát alkalmazta, és a készletre való hivatkozások kizárólag 2022 decemberétől kezdve jelentek meg a honlapon.
97. Ugyancsak vitatta az eljárás alá vont, hogy az előzetes álláspontban az eljáró versenytanács súlyosító körülményként értékelte, hogy egyidejűleg több jogsértés elkövetésére került sor, mivel csak két jogsértésről van szó, ami inkább alapesetnek tekinthető, ráadásul azok össze is függnék egymással, mert mindkettő az értékesítés előmozdítását szolgálta.
98. Végezetül álláspontja szerint azt is enyhítő körülményként kell figyelembe venni, hogy végig együttműködött a GVH-val, és az eljárás korai szakaszában kötelezettségvállalási nyilatkozatot nyújtott be, valamint azt is, hogy vele szemben korábban nem került sor jogsértés megállapítására.

#### **IV.6. A kereskedelmi gyakorlat módosítása**

99. Az About You 2024. november 14-én kelt beadványában tájékoztatta<sup>78</sup> a GVH-t, hogy az Európai Unió Bírósága C-330/23. számú ügyben 2024. szeptember 26-án hozott ítélete (a továbbiakban: Aldi Süd ítélet) alapján a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon és a magyar nyelvű alkalmazásban a jövőben (amíg esetleges további módosítás szükségessége nem merül fel) árcsökkentés esetén csak két ár jelenik meg, a kedvezményes ár és az elmúlt 30 nap legalacsonyabb ára, illetőleg a százalékos csökkentés is ez utóbbihoz képest kerül bemutatásra. Ezt a változtatást az eljárás alá vont nyilatkozata szerint önkéntes alapon hajtja végre, ugyanakkor a vállalkozás mérete, a szükséges belső koordinációs és technikai megvalósítási folyamatok időigénye, valamint a weboldal különböző nyelvi és technikai változatai miatt ezt nem tudja azonnal megvalósítani, de célja értelemszerűen a változtatások lehető leghamarabbi végrehajtása.
100. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a fenti változtatásra a jelen határozat kiadásáig mindazonáltal nem került sor.<sup>79</sup>

#### **IV.7. [ÜZLETI TITOK]**

101. [ÜZLETI TITOK]<sup>80</sup>
102. [ÜZLETI TITOK]
103. [ÜZLETI TITOK]
104. [ÜZLETI TITOK]
105. [ÜZLETI TITOK]
106. [ÜZLETI TITOK]

### **V.**

#### **Jogszályi háttér**

107. Az Fttv. 1. § (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg a termékhez kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya

---

<sup>78</sup> VJ/15-83/2023.

<sup>79</sup> Ld. VJ/15-117/2023.

<sup>80</sup> VJ/15-76/2023., módosítva: VJ/15-83/2023., VJ/15-98/2023., VJ/15-102/2023., VJ/15-109/2023., VJ/15-111/2023.

arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.

108. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve termék nyelvi, kulturális és szociális - különösen családi kapcsolatokkal összefüggő - vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni.
109. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,
- a) amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az észszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és
  - b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét a termékkel kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazzák, illetve akihez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.
110. Az Fttv. 3. § (3) és (4) bekezdései szerint a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §), továbbá tisztességtelenek a mellékletben meghatározott kereskedelmi gyakorlatok.
111. Az Fttv. 6. (1) bekezdés c) pontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót a termék ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte tekintetében, és ezáltal olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
112. Az Fttv. 8. § (1) bekezdés értelmében agresszív az a kereskedelmi gyakorlat, amely – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt – pszichés vagy fizikai nyomásgyakorlással – akár a fogyasztóval szembeni hatalmi helyzet kihasználása, akár a fogyasztó zavarása révén – az adott helyzetben jelentősen korlátozza vagy alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak a termékkel kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. A (2) bekezdés alapján annak megállapítására, hogy egy kereskedelmi gyakorlat agresszív-e, figyelembe kell venni többek között a kereskedelmi gyakorlat időzítését, helyét, jellegét és alkalmazásának időtartamát.
113. Az Fttv. – a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatti felelősségről rendelkező – 9. §-ának (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett termék értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
114. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.

115. Az Fttv. 11. § (1) bekezdése szerint a gazdasági verseny érdemi érintettségének megállapításánál – a jogsértéssel érintett piac sajátosságainak figyelembevételével – a következő szempontok irányadóak:
- a) az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtsége, figyelemmel különösen a kommunikáció eszközének jellegére, a jogsértéssel érintett földrajzi terület nagyságára, a jogsértéssel érintett üzletek számára, a jogsértés időtartamára vagy a jogsértéssel érintett termék mennyiségére, vagy
  - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
116. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
117. A Tpv. 75. § (1) bekezdése értelmében, ha a 67. § (2) bekezdése alapján indított versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza az alkalmazandó jogszabályi rendelkezésekkel, és a közérdek hatékony védelme ilyen módon is biztosítható, az eljáró versenytanács határozatában kötelezővé teheti a vállalat teljesítését anélkül, hogy a határozatban a jogsértés megvalósulását vagy annak hiányát megállapítaná. Ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott, a magatartás ismételt tanúsításának elkerülését biztosító átlátható és ellenőrizhető magatartási szabályok betartására vállalható kötelezettség. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése kimondja továbbá, hogy az eljáró versenytanács az (1) bekezdés szerint meghozott határozatában foglalt kötelezettségeket határozott időre fogadhatja el, és a határozat tartalmazza, hogy a Gazdasági Versenyhivatal – sem a határidő letelte előtt, sem annak eredményes letelte után – semmilyen vizsgálati cselekményt nem végez a jogsértés megvalósulásának vagy hiányának feltárása érdekében. Ez a rendelkezés nem érinti az utóvizsgálat lefolytatását.
118. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének
- f) pontja szerint megállapítja a jogsértés tényét,
  - h) pontja szerint megtiltja a jogsértő magatartás további folytatását,
  - i) pontja értelmében jogsértés megállapítása esetén arányos és a jogsértés megszüntetéséhez vagy a jogsértés hatásainak kiküszöböléséhez szükséges kötelezettséget – ideértve a magatartásra vonatkozó, vagy szerkezeti korrekciós intézkedéseket – ír elő, így különösen az ügylet jellegének megfelelő üzleti kapcsolat létrehozásától vagy további fenntartásától való indokolatlan elzárkózás esetén szerződéskötésre kötelez,
  - k) pontja szerint bírságot szab ki.
  - m) a 75. § alapján a vállalkozást a kötelezettségvállalás teljesítésére kötelezi.
119. A Tpv. 78. § (1) bekezdésének a) pontja alapján az eljáró versenytanács bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozó jogsértő magatartást valósít meg, ide nem értve a VI. Fejezetben szabályozott magatartásokat.
120. A Tpv. 78. §-ának 2023. szeptember 1. előtt hatályos (1b) bekezdése értelmében a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.
121. Figyelemmel azonban arra, hogy a jelen ügyben vizsgált kereskedelmi gyakorlat a rendelkezésre álló információk szerint továbbra is folyamatban van, így a jelenleg hatályos rendelkezés a releváns. A Tpv. 78. §-ának 2023. szeptember 1-től hatályos (1b) bekezdése szerint a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított –

vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tizenhárom százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A hatékonyabb jogérvényesítés érdekében egyes törvényi szabályok veszélyhelyzet idején történő eltérő alkalmazásáról szóló 184/2024. (VII. 8.) Korm. rendelet 3. §-a értelmében ugyanakkor a Tpv. 78. § (1b) bekezdésétől eltérően a bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve azon – a határozatban azonosított – vállalkozáscsoport a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tizenöt százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja.

122. A Tpv. 78. §-ának (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevétel a határozat meghozatalát megelőző üzleti évre vonatkozó éves beszámoló vagy egyszerűsített éves beszámoló alapján kell meghatározni. Ha a határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételről nem áll rendelkezésre hiteles adat, az utolsó hitelesen lezárt üzleti év nettó árbevétele az irányadó. A nettó árbevétel számítására egyebekben megfelelően alkalmazni kell a 24. § (3) bekezdését és a 27. § (7) bekezdését.
123. A Tpv. 78. §-ának (3) bekezdése alapján a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg. A (3a) bekezdés értelmében az eljáró versenytanácsot a (3) bekezdés szerinti mérlegelés körében az (1b) bekezdés nem köti. Az (1b) bekezdést a 76. § (1) bekezdés k) pontja szerinti döntés meghozatalakor kell alkalmazni.
124. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az Ákr. rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.
125. Az Ákr. 17. §-a értelmében a hatóság a hatáskörét és illetékességét az eljárás minden szakaszában hivatalból vizsgálja. Ha valamelyik hiányát észleli, és kétséget kizáróan megállapítható az ügyben illetékességgel rendelkező hatóság, az ügyet átteszi, ennek hiányában a kérelmet visszautasítja vagy az eljárást megszünteti.

## VI.

### Jogi értékelés

#### VI.1. Hatály, hatáskör, illetékesség

126. A fentebb ismertetett tényállásokra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott tájékoztatások természetes személy fogyasztóknak szólnak. A 2022. május 28. után alkalmazott, több korábbi ár egyidejű feltüntetésére vonatkozó gyakorlat tekintetében ugyanakkor – az Aldi Süd ítélet 28. bekezdése által rögzítetten – az Arrendelet szabályai irányadók, figyelemmel a UCP Irányelv 3. cikk (1) és (4) bekezdésére.
127. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
128. Jelen eljárásban a gazdasági verseny érdemi érintettsége fennáll, tekintettel arra, hogy a kifogásolt kommunikáció az eljárás alá vont vállalkozás magas látogatottságú (vö. 14. pont) [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalán jelent meg, a fogyasztók széles körét érinti, valamint az eljárás alá vont vállalkozás a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldallal történő értékesítésekből magas árbevétellel (vö.

10. pont) rendelkezik. Így az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontjai alapján az eljárás a Gazdasági Versenyhivatal hatáskörébe tartozik.

129. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

## **VI.2. A felelősség megállapításának jogszabályi alapja és értékelése**

130. Az Fttv. 9. § (1) bekezdése értelmében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll.

131. Az Fttv. 9. § (1) bekezdésében alkalmazott érdek-elv figyelembevételével a jelen versenyfelügyeleti eljárás során vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás felelőssége megállapítható, mivel a vizsgálatlal érintett termékeket az eljárás alá vont vállalkozás értékesíti/forgalmazza közvetlenül a fogyasztók részére, a termékekhez kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat, a weboldal tartalmát a vállalkozás hozta létre és teszi közzé, és ezzel összefüggésben a termékek megvásárlásának ösztönzése az eljárás alá vont vállalkozásnak közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

## **VI.3. Az érintett fogyasztók és a kommunikációk számukra közvetített üzenete**

### VI.3.1. Érintett fogyasztók

132. Az eljárás alá vont vállalkozás kommunikációinak célcsoportjába azok a fogyasztók tartoznak, akik online szeretnék divatruházati termékeket vásárolni, érdeklődnek az internetes vásárlás iránt, vagy ekként próbálnak az elérhető árakról tájékozódni.

133. Az eljáró versenytanács értékelése szerint jelen ügyben a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók között nem azonosítható koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott csoport, illetve speciális tudás vagy magasabb tudatossági szint sem várható el a fogyasztóktól, így a vizsgált kereskedelmi gyakorlatok megítélése során az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el.

134. A fentiekkel összefüggésben kiemelendő, hogy a Versenytanács joggyakorlata szerint az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése sem azt követeli meg, hogy valamely kereskedelmi gyakorlat megítélése során a különböző alternatívák között hideg fejjel, a döntés meghozatalához szükséges információk körét teljeskörűen feltárva és saját preferenciáit pontosan ismerve eljáró, a számára legkedvezőbb, kizárólag a racionalitásra alapozott döntést meghozó fogyasztót tartsa szem előtt a jogalkalmazó. Az „adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel” eljáró fogyasztó nem azonosítható egy, kizárólag az észszerűségi követelményeknek megfelelően eljáró fogyasztóval. A törvény alkalmazása során egy olyan fogyasztó a mérce, aki a sokféle, értelmi és érzelmi hatások által befolyásoltan, többek között, de nem kizárólag az észszerűség által meghatározottan hozza meg döntéseit. Továbbá az Fttv. 4. §-a (1) bekezdésének „észszerűen tájékozottan” kitétele nem abszolutizálja az észszerűség követelményét, hanem éppen relativizálja azt – hiszen az a fogyasztó is észszerűen tájékozott, aki nem kételkedik a reklámokban tett állításokban, nem kételkedik a reklámozó szavahihetőségében, mivel a kölcsönös bizalmon alapuló gazdaságban a reklámokat egy költséghatékony tájékoztatói lehetőségnek tekinti.<sup>81</sup>

135. A fentiek a magyar bíróságok gyakorlatával is összecsengenek: „az átlagfogyasztó az átlagos, észszerűen jól informált, körültekintő és észszerűen figyelmes fogyasztó: ő az utca embere, a nagy többséghez hasonló mindennapi ember. Az ilyen átlagos fogyasztó az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Nem gyanakszik, bízik az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében, abban, hogy a számára adott tájékoztatás igaz, pontos. Az észszerűen eljáró fogyasztó nem köteles további kutakodást folytatni annak érdekében, hogy a

<sup>81</sup> VJ/3-40/2010. 22. pont

hozzá eljuttatott üzenet valóságnak megfelelő, teljes tartalmát megismerje. Az átlagos fogyasztó a saját tapasztalatait figyelembe veszi a reklámállítások értelmezésekor, ez azonban nem jelenti azt, hogy a reklámozó bármit állíthat, hiszen a fogyasztó a saját tapasztalata alapján úgyis tudja, hogy az nem igaz.”<sup>82</sup>

136. Az eljárás alá vont a fentiekkel kapcsolatban hangsúlyozta, hogy kereskedelmi gyakorlatát az online áruházak működését ismerő, jól tájékozott fogyasztó szemszögéből kell értékelni. Az online világban a fogyasztók ugyanis ma már jóval tudatosabbak, mint korábban, ismerik és megértik az online kereskedők gyakorlatát, döntéseik meghozatala előtt más online áruházakban is tájékozódnak. Hivatkozott a C-646/22. számú ügyben született főtanácsnoki indítványra, amely elismerte, hogy az átlagfogyasztó meghatározása nem lehet pusztán elméleti művelet, hanem figyelembe kell venni a realisztikusabb megfontolásokat is. Ezek – a főtanácsnoki indítvány értelmében – összefügghetnek a terület összetett jellegével, az „átlagfogyasztótól” egy adott termékkel kapcsolatban elvárható ismeretekkel, valamint annak valószínűségével, hogy az adott fogyasztó kognitív torzításnak van kitéve.
137. Ezzel szemben az eljáró versenytanács rámutat, hogy az online vásárlás elterjedtsége nem feltétlenül eredményez minden tekintetben magasabb tudatosságot, körültekintőbb döntéshozatalt. Az Európai Bizottság által az európai fogyasztóvédelmi szabályozás digitális világban való megfelelőségének vizsgálata keretében kiadott szolgálati munkadokumentum<sup>83</sup> is megállapítja, hogy a fogyasztók csak korlátozott megértéssel rendelkeznek egyes digitális kereskedelmi gyakorlatok tekintetében, ami korlátozott tárgyalási alkupozícióval, folyamatos információs túlterheltségnek és a viselkedési torzításaik kihasználására irányuló sötét mintázatoknak való kitettséggel párosul. Ehhez a környezethez a fogyasztók akként alkalmazkodtak, hogy kevesebb figyelmet fordítanak a digitális világban való eligazodásra, olvasás nélkül elfogadják a szerződési feltételeket, beleegyeznek az összes cookie felhasználásába, saját preferenciáik, érdekeik ellenére.
138. Az eljárás alá vont által idézett főtanácsnoki indítvány is arra a következtetésre jut, hogy a viszonyítási alapként funkcionáló „átlagfogyasztó” *„nem szükségszerűen olyan észszerűen eljáró egyén, aki proaktívan szerzi be a releváns információkat, észszerűen dolgozza fel a megkapott információkat, így képes tájékozott döntést hozni. Míg bizonyos helyzetekben az 'átlagfogyasztó' lehet ilyen személy, a fogalom elég rugalmas ahhoz, hogy más helyzetekben 'korlátozott racionalitással' rendelkező egyének tekintsék, aki a megfelelő információk beszerzése nélkül cselekszik, vagy nem képes észszerűen feldolgozni a rendelkezésére bocsátott információkat (beleértve a kereskedő által elé tárt információkat is.)”* Az ügyben született ítéletében az Európai Unió Bírósága megállapította, hogy bár az átlagfogyasztó fogalmát a szokásosan tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztóra való utalással kell meghatározni, az ilyen meghatározás azonban nem zárja ki annak lehetőségét, hogy az egyén döntési képességét hátrányosan befolyásolhatják különféle korlátozó tényezők, mint például a kognitív torzítások.<sup>84</sup> E körben az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy az About You által hivatkozott, az említett ítéletben szereplő azon követelmény, hogy az esetleges kognitív torzítások általi befolyásolásnak lényegesen meg kell változtatnia az átlagfogyasztó magatartását, nem az átlagfogyasztó definíciójára, hanem az ügyleti döntés befolyásolásának alkalmasságára vonatkozó kritérium, így azt az eljáró versenytanács a lenti VI.4. fejezetben elemzi.
139. Mindezen megfontolásokra figyelemmel az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jelen ügyben érintett átlagfogyasztó ugyan vélhetően szokott online vásárolni, így az ismert számára, hogy az online kereskedők gyakran kínálnak kedvezményeket, és feltehetőleg az a percepciója,

<sup>82</sup> Ld. pl. a Fővárosi Törvényszék 6.K.704.357/2020/17. számú – Kúria által is megerősített – ítélete, Fővárosi ítéltábla a 2.Kf.27.024/2012/10. számú ítélete

<sup>83</sup> Commission Staff Working Document – Fitness Check of EU consumer law on digital fairness {SEC(2024) 245 final} - {SWD(2024) 231 final}, Brüsszel, 2024.10.03., 46-47. o.

<sup>84</sup> A Bíróság 2024. november 14-i, C-646/22. sz. ügyben hozott ítélete (Compass Banca), ECLI:EU:C:2024:957, 59. pont

hogyan az online árak sok esetben alacsonyabbak, mint ugyanazon termékek fizikai üzletekben elérhető árai, továbbá adott esetben akár annak is utánanézhethető, hogy az általa kiválasztott termékek más webáruházakban kaphatóak-e, és ha igen, mennyiért, az azonban külön magyarázat hiányában nem ismert számára, hogy a kedvezményeket az egyes online kereskedők mihez képest mutatják be, különös figyelemmel arra, hogy – ahogyan azt az eljárás alá vont maga is megfogalmazta – [ÜZLETI TITOK].<sup>85</sup> Sőt, még ha a kommunikációból ki is derül(ne) számára a kedvezmények viszonyítási alapja, az eljáró versenytanács szerint nem várható el az átlagfogyasztótól, hogy a viszonyítási alap valóságát ellenőrizze, illetve ehhez sok esetben nincsenek is meg az eszközei (pl. ha a viszonyítási alap egy korábbi ár vagy ajánlott kiskereskedelmi ár). Analógiaként hivatkozik az eljáró versenytanács egy közelmúltbeli bírósági ítéletre,<sup>86</sup> amely megállapította, hogy a konkrét vizsgált kereskedelmi gyakorlattal kapcsolatos ismeretek meglétét önmagában még a piaci szereplők üzleti modelljének, illetve az iparági gyakorlatnak az esetleges bizonyos szintű ismerete, valamint egyes fogyasztók magasabb digitális tudatossága sem támasztja alá.

140. Az eljáró versenytanács értékelése szerint a fentiekben nem változtat, hogy az About You előadása szerint fogyasztóira nem jellemző az impulzív vásárlás, hiszen az előző bekezdésben az eljáró versenytanács éppen azt mutatta be, hogy még egy különösen tudatos, proaktívan eljáró fogyasztó számára sem feltétlenül ismert az eljárás alá vont kedvezményfeltüntetési gyakorlata kapcsán – különös figyelemmel a változatos kereskedői megoldásokra –, hogy mi a kedvezmény viszonyítási alapja, illetve hogy az elérhető kedvezmény mértéke valós-e.
141. Megjegyzendő végezetül, hogy a jelen eljárásban vizsgált, a termékek korlátozott elérhetőségére utaló tájékoztatások esetében a sürgetősre, pszichés nyomásgyakorlásra való alkalmasság szempontjából nincs jelentősége a fogyasztói tudatosságnak, a fogyasztók adott termékkel vagy általában az online kereskedelemmel kapcsolatos ismereteinek, hiszen az agresszív kereskedelmi gyakorlatok kifejezetten a tudati, vagy észlelhető szint alatt kívánják befolyásolni a fogyasztói döntéshozatalt, melyek bármely fogyasztóra egyformán hathatnak. Egyre több kutatás támasztja alá, hogy a fogyasztói döntéseket leginkább az érzelmek, érzések határozzák meg, tehát a fogyasztói tudatosság jelentősége semmiképp sem hangsúlyozható túlságosan, különösen nem a pszichés nyomásgyakorlásban megjelenő agresszív kereskedelmi gyakorlatok vizsgálata során.<sup>87</sup>
142. Az eljárás alá vont szerint az eljáró versenytanács ezen megállapítása megalapozatlan; a tudatos fogyasztók tudatossága éppen abban áll, hogy őket nem zavarják az érzelmek és a külső hatások (vagy csak olyan mértékben, ami az ügyleti döntésükre nem hat ki). Az eljáró versenytanács ugyanakkor rámutat, hogy egyrészt a UCP irányelv és az Fttv. nem a „tudatos” hanem az „átlagos” fogyasztó viselkedését teszi mércévé, másrészt ez az értelmezés a fentebb idézett Európai Bírósági ítéletnek is ellentmond, amely éppen azt állapítja meg, hogy a szokásosan tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztó döntési képességét is befolyásolhatják a kognitív torzítások.<sup>88</sup> Márpedig a sürgető hatású üzenetek éppen ilyen kognitív torzításokat váltanak ki, amikor a szűkösség érzetét keltik a fogyasztókban, mielőbbi döntéshozatalra sarkallva őket.

---

<sup>85</sup> VJ/15-76/2023.

<sup>86</sup> VJ/1/2023 Wizz Air ügy; FT 105.K.703.609/2024/9. számú ítélet

<sup>87</sup> Ld. pl. Schillinger Zsuzsanna: Üzleti pszichológia – Érzelmek tervezése a marketingben (<https://7blog.hu/uzleti-pszichologia/>)

<sup>88</sup> Megjegyzni az eljáró versenytanács, hogy a viselkedési torzítások, azaz a fogyasztók optimális döntésektől való eltérései jellemzően egyébként is olyan automatizmusokon alapulnak, amelyeket a fogyasztók maguk nem is feltétlenül érzékelnek. Kutatások azt is kimutatták, hogy a fogyasztók – még ha fel is ismerik például az ún. sötét mintázatokat – nem feltétlenül tudják kivonni magukat a hatásuk alól. Szintén kiemelendő, ahogyan azt Amos Tversky és Daniel Kahneman is megállapítja Ítéletalkotás bizonytalanság mellett – Heurisztikák és torzítások című cikkében, hogy „a heurisztikákra való hagyatkozás és a torzítás nem csupán a laikusok sajátja”, ami szintén arra enged következtetni, hogy a tudatosság és a kognitív torzításokkal szembeni „ellenállóképesség” között nem létezik oksági összefüggés.

### VI.3.2. A kommunikációk üzenete

#### *Árakkal, kedvezményekkel kapcsolatos tájékoztatások*

143. A fogyasztó által észlelt üzenet kapcsán általánosságban kiemelendő, hogy a kereskedelmi kommunikációk üzenetének értelmezése során a joggyakorlat nem a vállalkozások szándékát, hanem a lehetséges fogyasztói értelmezést értékeli. A reklámozás jellegének megválasztásakor, valamint a népszerűsíteni kívánt termékre, szolgáltatásra vonatkozó információk közzétételekor meghatározó jelentőséggel bír a megjelenítés formája, a szövegbeli és képi tartalom, és a tájékoztatás terjedelme. A versenyhatóság a megtévesztésre való alkalmasság szempontjából a közzétett információ fogyasztókra gyakorolt összhatását vizsgálja.<sup>89</sup>
144. A fogyasztók érzékenysége miatt a fogyasztói figyelem felkeltésének egyik leghatásosabb eszköze adott termékkel kapcsolatos árelőny kommunikálása. Az akciós ár valamilyen viszonyítási ponthoz képest történő bemutatása és a kedvezmény mértékének kiemelése gyakori módszer az árelőny kommunikációja során. Ez az ún. lehorgonyzási technika azt szolgálja, hogy a fogyasztóban azáltal, hogy az akciós ár egy rendszerint magasabb viszonyítási ponthoz képest kerül bemutatásra, tudatosuljon az alacsonyabb ár pozitív üzenete. „*A horgonyhatás lényege, hogy egy fogyasztó úgy becsüli meg egy termék értékét, hogy közben a kiinduló kezdeti értéként (horgony) kapott információ befolyásolja az ítéltéképességét, elfogulttá teszi.*”<sup>90</sup>
145. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint az átlagfogyasztó árcsökkenésre utaló kommunikáció észlelése esetén automatikusan azt feltételezi, hogy a terméket rövid ideig, a termékre egyébként jellemző, az akció hiányában érvényes árnál kedvezőbb áron tudja megvásárolni, az akció révén megtakarításra tehet szert. A [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon megjelenített, kedvezménnyel érintett termékek áaira vonatkozó, jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált kereskedelmi kommunikációk keretében az (akciós) eladási ár mellett a magasabb, áthúzással jelölt eredeti ár és – adott esetben – egy további, korábbi ár megjelenítése egyértelműen azt az üzenetet közvetíti a fogyasztók számára, hogy az adott termékek megvásárlásával jelentős megtakarításra tehetnek szert, melynek mértékét a kiemelt %-os értékek közvetítik. Mivel azonban az áthúzott árak jelentése nincs feltüntetve, így a fogyasztó csak azon általános tapasztalatára hagyatkozhat az áthúzott árak értelmezése kapcsán, hogy azok azt az árat jelölik, amelyen akció hiányában, azaz rövid idővel korábban vagy rövid idő múlva meg tudták volna / meg tudnák vásárolni az adott terméket (hiszen az akciók – mind az offline, mind az online kereskedelemben – tipikusan rövid ideig tartanak, és előttük / utánuk a kedvezmény nélküli árak érvényesülnek).

#### *Korlátozott elérhetőséggel kapcsolatos tájékoztatások*

146. A [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldal főoldalán, valamint a kampányban résztvevő termékek aloldalán is megjelenített visszaszámláló óra a kampányból pontosan hátra lévő időt mutatja, azt az üzenetet közvetítve a fogyasztónak, hogy fogy a kedvezményes vásárlásra rendelkezésére álló idő.
147. A [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon eladásra kínált termékek korlátozott számban történő elérhetőségére vonatkozó „*Már csak néhány darab elérhető!*”, „*Már csak 2 elérhető a méretedben!*”, „*Mindjárt elfogy! A kosaradban lévő termékből már csak egy darab elérhető!*” jellegű tájékoztatások pedig figyelmeztetik a fogyasztót arra, hogy az általa kiválasztott termékből a vállalkozásnak már csak alacsony számban áll rendelkezésére készlet. A tájékoztatások megfogalmazásának módja, a korlátosság hangsúlyozása ráerősít a fogyasztó számára észlelt

<sup>89</sup> Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez

<sup>90</sup> Kai P. Purnhagen–Erica van Herpen: Can Bonus Packs Mislead Consumers? A Demonstration of How Behavioural Consumer Research Can Inform Unfair Commercial Practices Law on the Example of the ECJ's Mars Judgement. *J Consum Policy*, 2017/40. sz. Idézi: Szabó Kenéz: Kereskedelmi gyakorlatok a tisztességtelenség határán, *Fogyasztóvédelmi Jog*, 2021/2.

üzenet azon aspektusára, hogy a vásárlás halogatásával minden percben egyre nő annak kockázata, hogy a termék – esetlegesen a kosárba helyezés ellenére is – elfogy.

#### **VI.4. Az ügyleti döntés és az annak befolyásolására való alkalmasság**

148. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtévesztő, ha alkalmas a fogyasztó ügyleti döntésének befolyásolására. Kiemelendő (összhangban az Fttv. indokolásával), hogy az ügyleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Ügyleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a szükségletét, és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítésére.
149. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra – ideértve a figyelem felkeltését is.<sup>91</sup> A jogsértő tájékoztatás közzététele már önmagában a fogyasztói döntési folyamat torzulását eredményezheti, az adott vállalkozás, illetve adott termék iránt a döntési folyamatban vitathatatlanul szerepet játszó fogyasztói érdeklődést tisztességtelen módon kelti fel, a termék fogyasztói preferenciarendszerben elfoglalt helyének módosítására alkalmasan.<sup>92</sup>
150. A következetes joggyakorlat szerint a fogyasztói magatartás torzítása akkor állapítható meg, ha a kereskedelmi gyakorlat érzékelhetően rontja a fogyasztó lehetőségét arra, hogy tájékozott döntést hozzon, és ezzel olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti (ténylegesen vagy potenciálisan), amelyet egyébként nem hozott volna meg. Tehát a tisztességtelenség megállapításához nem szükséges annak bizonyítása, hogy a fogyasztói magatartás torzítása (a fogyasztó áruval kapcsolatos gazdasági döntésére kihatás) ténylegesen megtörtént, elegendő az erre való alkalmasság.
151. A GVH következetes gyakorlata szerint egy terméknek lényeges, a fogyasztói döntés szempontjából alapvető tulajdonsága az érte fizetendő ár.<sup>93</sup> Az ár a fogyasztó számára a versenyző áruk közötti választás során az eligazodást jelentő legfontosabb mérce. Ehhez közvetlenül kötődik az is, hogy a fogyasztók orientálódása során nemcsak adott áru tényleges fogyasztói ára, hanem a számukra biztosított megtakarítás mértéke – azaz valamely árkedvezmény feltüntetése – is jelentős befolyásoló tényező lehet mivel az ilyen információ alkalmas a fogyasztók (web)áruházba történő „becsábítására”.<sup>94</sup> A (web)áruházba ily módon betért fogyasztók vásárlása pedig nem csupán a reklámban konkrétan megjelenő árura irányulhat, hanem kedvezően hat a (web)áruházakban forgalmazott valamennyi áru értékesítésére is. Az akciók, kedvezmények tehát nemcsak egy adott akciós áru iránti keresletet növelik, hanem kedvezően hatnak az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is, építve az árkedvezmény átmeneti jellegéből és a kedvezmény érvényesíthetőségének korlátozott idejéből eredő fogyasztói döntés meghozatalának szükségességére, a kedvezmények a valamennyi áru iránti kelendőségét fokozó szerepére. Különösen nagyfokú lehet a befolyásolásra és a torzításra való alkalmasság, ha az akciós ár és a nem akciós ár eltérése a mértéke jelentős.<sup>95</sup> Az eljárás alá vont is elismerte (v.ö. 46. pont), hogy a fogyasztók általában keresik az akciós termékeket, ami szintén alátámasztja a kedvezmények

<sup>91</sup> Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez

<sup>92</sup> VJ/9/2014. számú ügyben hozott versenytanácsi határozat

<sup>93</sup> Elvi jelentőségű döntések I.6.1.

<sup>94</sup> Elvi jelentőségű döntések, I.6.28., VJ/147/2007

<sup>95</sup> Elvi jelentőségű döntések, I.6.31., VJ/81/2013

kommunikációjának hatásosságát, üzleti döntést befolyásoló képességét. Maga az eljárás alá vont is azzal érvelt, hogy azért nem tudott sok esetben az eredeti áron történő értékesítést igazoló számlát csatolni, mert a fogyasztók előnyben részesítik a leárazott termékeket, azaz a kedvezmény lehetősége ösztönzi őket vásárlásra. Éppen ez állhat annak a háttérben, hogy az About You kereskedelmi gyakorlata, árkommunikációja is jelentős részben a kedvezmények hangsúlyozására épül. Szintén a kedvezmények vásárlásösztönző hatását mutatja az az eljárás alá vont által hivatkozott adat, miszerint [ÜZLETI TITOK].

152. Egy-egy termék aktuális elérhetősége, megszerezhetősége szintén lényeges, a fogyasztói magatartást befolyásoló tényező. Kétségtelenül egy termék lényeges jellemzőjének számít, hogy a termék a vásárlás/megrendelés után azonnal vagy az eladó által előre jelzett időpontban elvihető-e/beszerezhető-e vagy várni kell rá, illetve hogy a megrendelést követően kiderülhet-e, hogy a termék kiszállítása, átadása valamilyen oknál fogva a vártnál később vagy egyáltalán nem történik meg. Erre utal az is, hogy az Fttv. számos rendelkezése reflektál a hozzáféréssel, az elérhetőséggel kapcsolatos sérelmes kereskedelmi gyakorlatokra. Az Fttv. 6. §-ának alkalmazásában a termékek lényeges jellemzőjének minősül pl. azok mennyisége, szolgáltatásának időpontja vagy beszerezhetősége, de az Fttv. 7. §-a szerinti megtévesztő mulasztás kapcsán – az előzőeken túl – a szabályozás a vásárlásra való felhívás esetére mindenképpen jelentős információnak rendeli értékelni a szállítás és teljesítés – szakmai gondosság követelményétől eltérő – feltételeit is. Kiemelendő továbbá, hogy az Fttv. mellékletében több olyan tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat került felsorolásra (lásd az 5., 6., 7., 15. és 18. pontokat), amelyek elérhetőséggel, hozzáférhetőséggel kapcsolatosak és amelyek esetében a sérelem forrása a korlátosság elhallgatása (becsalogatás) vagy hamis üzenete (végkiárusítás, sürgetés). Kiemelendő továbbá, hogy a sürgető jellegű üzenetek, illetve más hasonló, a szűkösség érzetére, siettetésre építő marketing technikák legtöbb esetben a fogyasztó tudat alatti, érzelmi szintjén kívánják befolyásolni a fogyasztói döntéshozatalt. A pszichés nyomásgyakorlástól (lásd annak Fttv. mellékletében felsorolt eseteit) éppen azért indokolt a fogyasztókat védeni, mert ezen eszközökre nem tud a fogyasztó felkészülni, nem tudja ezeket racionálisan eljárva sem elkerülni (ide nem értve a fogyasztói bizalmatlanság nem kívánt eseteit), hiszen ezen eszközök épphogy nem a józan észre, a racionális megfontolásokra, hanem az érzelmekre, az érzésekre, a lelkiismeretre, a tudatalattira stb. hathatnak.
153. A vizsgált magatartások tekintetében az eljáró versenytanács álláspontja szerint üzleti döntés a fogyasztó azon választása, hogy
- vásárlásait a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) webáruházban vagy egyéb, az eljárás alá vont vállalkozás versenytársának (online vagy offline) áruházában kívánja lebonyolítani;
  - a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) nyitóoldalán megjelenő tájékoztatás hatására további böngészést folytat-e az oldalon, megtekinti-e az egyes termékek aloldalait, milyen sokáig válogat a termékek között;
  - kosárba helyez-e termékeket;
  - vásárol-e az érintett webáruházban a kedvezmények hatására, ha igen, mely termékeket és mikor vásárolja meg.

## **VI.5. A vizsgált magatartások értékelése**

### **VI.5.1. Az Fttv. 3. § (2) bekezdés szerinti értékelés – Szakmai gondosság**

154. Az Fttv. 3. § (2) bekezdése szerinti tényállás megvalósítása esetében egyrészt értékelendő, hogy az eljárás alá vont vállalkozás magatartása megfelelt-e a szakmai gondosság követelményének, másrészt, hogy alkalmas volt-e a fogyasztók üzleti döntésének befolyásolására.
155. A Versenytanács Elvi jellegű döntéseinek I.3.21. pontja szerint „(...) az Fttv. alapján egy vagy több vállalkozás akciótartási gyakorlata nemcsak egy vagy több termékre kiterjedően vizsgálható, hanem az akciótartási gyakorlat egészére, annak szabályozottságára, rendszerére vonatkozóan is. (Vj/50/2018.)”

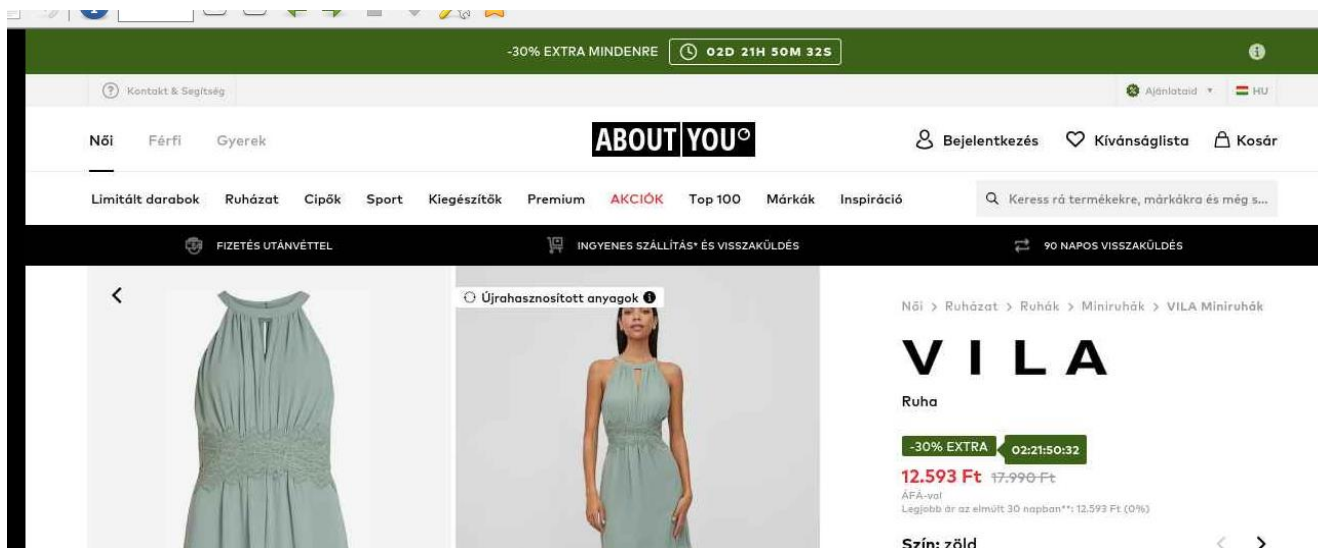
156. A Versenytanács Elvi jellegű döntéseinek I.3.22. pontja alapján „(...) egy-egy termék vagy kampány kapcsán adott esetben egyedileg is az Fttv. valamely speciálisabb rendelkezésébe ütköző magatartások értékelését nagy számú termék vagy kampány esetén nem szükséges egyenként elvégezni, hanem ha az azokkal kapcsolatos problémák rendszerszintű hiányosságokból vagy módszerekből fakadnak, akkor elegendő a rendszer egészének a vizsgálata. Ilyen esetekben [...] azt kell górcső alá venni, hogy a rendszer jellemzői biztosítják-e az Fttv. speciális rendelkezéseinek való megfeleléshez szükséges feltételeket. Ez pedig a konkrét tényállástól és az eltelt időtől független, általános érvényű megállapítás, amely az Fttv. logikájából, szabályozási megközelítéséből ered, és éppúgy irányadó a hagyományos, fizikai üzletekben történő értékesítésekre, mint az online kereskedelmi viszonyokra. (Vj/50/2018.)”
157. Az eljárás alá vont – az általa forgalmazott ruházati termékek szezonális jellegére is figyelemmel – árképzését akként írta le, hogy az eredeti árat jellemzően csak az értékesítés első időszakában, legfeljebb 3 hónapig alkalmazza. Ezt követően a termékek kedvezményes áron kerülnek értékesítésre. A kedvezmény lehet kampány keretében vagy azon kívül kínált árcsökkentés. A kampányos kedvezmények általában egy rövidebb, meghatározott ideig érvényesek, és az eljárás alá vont – előadása szerint – ügyel arra, hogy ugyanazon termék lehetőleg ne kerüljön be két egymást követő kampányba. A kampányon kívüli kedvezmények ezzel szemben előre meg nem határozott ideig tartanak, és a termékekre vonatkozó kedvezmények alakulását (növelésének, csökkentésének vagy változatlanul hagyásának szükségességét) az About You a termékek rendszeres időszakonként áttekintett értékesítési adatai, fogyása fényében határozza meg. A különféle kedvezményes időszakok között az eredeti ár érvényesül.
158. Az eljárás alá vont nyilatkozata szerint [ÜZLETI TITOK]. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ez a technikai jellegű módosítás ugyanakkor nem változtatta meg a kedvezmények nyújtásának logikáját, a háttérben meghúzódó elveket, s ilyenre az About You sem hivatkozott beadványaiban. Szintén csak technikai jellegű módosításként értékelte az eljáró versenytanács azt a körülményt, hogy [ÜZLETI TITOK]. A 2023. januári módosítás sem érintette érdemben a kedvezmények nyújtásának, feltüntetésének módszerét, mivel az [ÜZLETI TITOK], de a kedvezményezett körbe való bekerülés szempontjain nem változtatott.
159. Az About You – a GVH kifejezett kérdése<sup>96</sup> ellenére – szintén nem számolt be érdemi változásról a kedvezmények webáruházban történő kommunikációját, megjelenítését illetően, azon túlmenően, hogy 2022. május 28-tól az Árrendelet szerinti 30 napos árral kapcsolatos információkat is közöl.<sup>97</sup> Ennek megfelelően megállapítható, hogy a honlapon a 2019. áprilisi indulás óta a kedvezményes árak feltüntetése akként történik, hogy az About You áthúzással jelöli az eredeti árat és – adott esetben – az aktuális árcsökkentést megelőzően érvényes kedvezményes árat, anélkül, hogy ezek tartalmát, jelentését megmagyarázná a fogyasztóknak, illetve bemutatja az aktuális ár áthúzott árakhoz képesti eltérést is %-os formában, továbbá 2022. május 28-tól a 30 napos árat és az ahhoz képesti eltérést is feltünteteti (áthúzás nélkül, kisebb, halványabb betűtípussal).
160. A fentiekből következően megállapítható, hogy az About You árképzési, árfeltüntetési rendszerében a termékek a bevezetésüket követő legfeljebb 3 hónapig kerülnek teljes áron értékesítésre, ezt követően azonban gyakran és/vagy tartósan kedvezményes áron kínálja őket az eljárás alá vont, és a kedvezményes jellegét a webáruházban is egyértelműen jelzi az áthúzott árak alkalmazásával. Az eljárás alá vont által megadott adatok alapján az ugyanazon terméket érintő, megszakítás nélküli kedvezményes időszakok átlagos időtartama 2022-ben és 2023-ban is meghaladta [ÜZLETI TITOK], a leghosszabb kedvezményes időszak pedig megközelítette [ÜZLETI TITOK]. Emellett, 2022-ben és 2023-ban havonta átlagosan a termékek nagyságrendileg [ÜZLETI TITOK] volt meghirdetve az eredeti áron, [ÜZLETI TITOK] kedvezményes áron kínálta

<sup>96</sup> VJ/15-40/2023. 9. kérdés

<sup>97</sup> VJ/15-44/2023.

az eljárás alá vont. Noha az About You hivatkozott arra, hogy ez utóbbi adatok félrevezetőek, mivel egy hónapon belül nem mindig ugyanazon termékek akciósak, azonban az [ÜZLETI TITOK] arány illetőleg a kedvezményes időszakok [ÜZLETI TITOK] átlagos időtartama azt jelzi, hogy a termékek egy része az egymást követő hónapokban ismételtelen vagy folyamatosan kedvezményes megjelöléssel szerepel a kínálatban, ami alátámasztja, hogy az About You árképzési és árfeltüntetési rendszere a szinte folyamatos akciós értékesítésre, kedvezményeskénti meghirdetésre alapul.

161. A kedvezmények mértéke mindazonáltal időben változó, és az eljárás alá vont előbbiekben ismertetett árképzési rendszere [ÜZLETI TITOK]. Ennek ellenére a termékek továbbra is kedvezményes árúként kerülnek megjelenítésre, tekintve, hogy áruk az eredeti árhoz képest továbbra is alacsonyabb. Ezt arra alapozza az eljáró versenytanács, hogy az About You nyilatkozata és a 33. pontban bemutatott táblázat tanúsága szerint [ÜZLETI TITOK] kampányok jellemzően csak néhány naposak, így az [ÜZLETI TITOK] átlagos kedvezményes időszak csak úgy állhat elő (amennyiben adott termék nem része sorozatban egymást követő kampányoknak), ha a kampányok előtt/után az eljárás alá vont kampányon kívüli kedvezményt is biztosít, ami pedig – ugyancsak az eljárás alá vont előadása szerint – tipikusan [ÜZLETI TITOK] kedvezmény-mértéket jelent.
162. A fogyasztó számára azonban a honlapon elérhető, egyértelmű, időszerű magyarázat hiányában nem világos, hogy ilyen esetekben effektíve áremelkedésről van szó, és a kedvezmény ténye, mértéke az eredeti árhoz képest kerül feltüntetésre. Noha 2022. május 28. után az akciót megelőző 30 napos időszak legalacsonyabb ára is feltüntetésre kerül, az eltérés %-os mértékével egyidejűleg, még olyan esetekben is, ha a „30 napos ár” azonos vagy alacsonyabb, ez az információ azonban kisebb betűmérettel, semleges betűszínnel szerepel, így a feltűnő színű és megjelenítésű „akciós” üzenetnek képest szinte elsikkad.



163. Szintén nem feltétlenül egyértelmű a fogyasztó számára, hogy az eljárás alá vont a kampányon kívüli kedvezményeket mennyi ideig biztosítja, így akár azokat is „szokásos akciónak” vélheti, azaz egy rövid ideig tartó árcsökkenésnek. Mindezek következtében az átlagfogyasztó az online vásárlásokkal kapcsolatos tapasztalatai alapján okkal vélheti úgy, hogy az áthúzott ár az akción kívüli, szokásosan elérhető árat jelöli, miközben az eredeti ár hosszabb ideig általában csak a termék életciklusának elején érvényesült, ezért az idő előrehaladtával már nem feltétlenül feleltethető meg az akción kívül szokásosan elérhető árának (még ha egyébként az Árrendelet értelmében referenciaként jogszerűen hivatkozható is). Különösen félrevezető lehet egy ilyen árfeltüntetési gyakorlat a szezon végéhez közeledve, amikor az eredeti ár az alkalmazása óta eltelt időszak hosszára, az ezen időszakban érvényesített alacsonyabb árakra tekintettel elveszíti „jellemző ár” mivoltát. Ahhoz ugyanis, hogy a fogyasztók számára a feltüntetett kedvezmény valós

megtakarítást jelezzen, szükséges, hogy annak viszonyítási alapja egy – a kedvezményes időszakhoz mérten is – kellően hosszú ideig érvényesülő ár legyen.<sup>98</sup>

164. Ezen „kellően hosszú” időszak meghatározása a termékek kategóriája, jellemző termékéletciklusa, általában érvényesülő árképzési metódusa, illetve a fogyasztók ezekkel kapcsolatos ismeretei fényében eltérő lehet. Noha az eljárás alá vont a magasabb árat a termék bevezetésekor ténylegesen alkalmazta, és az alkalmazás időtartama – önmagában tekintve – nem minősíthető észszerűtlenül rövidnek, azonban a kedvezményes időszak(ok) időtartama jellemzően meghaladta a kezdeti, bevezetési teljes ár alkalmazásának időtartamát, figyelemmel egyrészt arra, hogy ezt megakadályozó árképzési/árfeltüntetési szabály, elv érvényesítéséről az eljárás alá vont nem számolt be, másrészt pedig arra, hogy a kampányok rövid időközökkel követték egymást, a kampányokon kívül gyakran szintén kedvezményes áron voltak elérhetők a termékek, a kedvezmények alkalmazásának átlagos időtartama [ÜZLETI TITOK] is meghaladta, és a termékek [ÜZLETI TITOK] volt havonta átlagosan kedvezményes árú. Mindezekre tekintettel előállhatnak olyan helyzetek, amikor a teljes ár nem tekinthető az akciót megelőző időszak jellemző árának, különös figyelemmel arra, hogy az About You tájékoztatása szerint az árbevételnek [ÜZLETI TITOK] származott kedvezményes termékek értékesítéséből, ami azonban matematikailag egyben azt is eredményezi, hogy volumenét tekintve [ÜZLETI TITOK]. Az eredeti ár referenciakénti feltüntetése a termék teljes életciklusa során az idő múlására tekintettel akkor is megtévesztő lehet, ha a termék ára egy alkalommal csökkent, és utána folyamatosan azon a kedvezményes szinten maradt, vagy ha ezt követően további, fokozatos árcsökkentésre került sor (amely gyakorlat az Árrendelet alapján megengedett). Az About You árképzése [ÜZLETI TITOK]. A helyzetet tovább bonyolítja, hogy erre a logikára – mintegy mátrixszerűen – [ÜZLETI TITOK].
165. A Gazdasági Versenyhivatal Elvi jelentőségű döntéseinek I.6.3. pontja szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amikor az akció időtartama alatt történő vásárlással ténylegesen nem a közölt mértékű kedvezmény érhető el, mivel a magasabb árat ugyan alkalmazta korábban a vállalkozás, de a magasabb ár a kedvezményes (akciós) ár alkalmazását közvetlenül megelőző időszakban csak kivételesen, illetve átmeneti jelleggel (pl. észszerűtlenül rövid ideig) érvényesült, ami által a feltüntetett magasabb ár nem minősíthető az akciót megelőző időszak jellemző árának. Ebben az esetben ugyanis nem valósul meg az a követelmény, miszerint adott vállalkozás a kereskedelmi forgalomban jellemző árhoz képest tüntesse fel a megtakarítás, az árengedményben való részesülés lehetőségét. Ezzel kapcsolatban veendő figyelembe az is, hogy a folyamatosan, huzamosabb ideig alkalmazott akciós ár az áru jellemző árának minősülhet, amire egy újabb akció során szerepeltetni kívánt magasabb ár kapcsán tekintettel kell lenni.<sup>99</sup>
166. Továbbá, ahogyan azt az Európai Bizottságnak a fogyasztóval szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2005/29/EK irányelv (a továbbiakban: UCP Irányelv) értelmezéséről és alkalmazásáról szóló 2021. december 29-i iránymutatása (a továbbiakban: UCP Iránymutatás) is rögzíti, a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv, különösen a 6. cikk (1) bekezdésének d) pontja, amely az árkedvezmény meglétére vonatkozó megtévesztő állításokról szól, továbbra is alkalmazandó az árcsökkentés „korábbi” ár feltüntetésén túli vonatkozásaira, mint például az áru „teljes” áron történő értékesítésének időszakához képest túl hosszú olyan időszakok megítélésére, amikor árcsökkentés bejelentésére kerül sor. E körben a PID

<sup>98</sup> Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy ez nem mond ellent annak, hogy az Árrendelet által elvárt módon akkor is az akciót megelőző 30 napos időszak legalacsonyabb árát kell viszonyítási alapul venni, ha az csak nagyon rövid ideig érvényesült, hiszen az Árrendelet illetve a PID Irányelv alapvetően azt a célt szolgálja, hogy megakadályozza a kereskedőket abban, hogy az árcsökkentés előtt mesterségesen megnöveljék az alkalmazott árakat, és ezáltal hamis árcsökkentéseket tüntessenek fel. Azaz ezen szabályok elsődlegesen a kampány-jellegű, az akció fogalmának fogyasztói értelmezésével azonosan értelmezett, rövidebb időszakra kiterjedő kedvezmények szem előtt tartásával került kialakításra; éppen ezért hangsúlyozza mind a PID Iránymutatás, mind a UCP Iránymutatás, hogy az akciós időszak hosszával kapcsolatos megfontolások a UCP Irányelv keretében értékelhetők, érvényesíthetők.

<sup>99</sup> VJ/162/2008.

Iránymutatás 3. fejezete visszautal a UCP Iránymutatás 1.2.5. szakaszára, és megismétli, hogy a UCP Irányelv, és különösen annak az árelőny fennállására vonatkozó félrevezető állításokról szóló 6. cikk (1) bekezdés d) pontja továbbra is alkalmazandó az árcsökkentés egyéb szempontjaira, így például arra, ha túl hosszú ideig alkalmaznak árcsökkentést ahhoz az időszakhoz képest, amikor az árut árcsökkentés nélküli áron értékesítik, vagy olyan „akár” típusú állítások alkalmazására, amikor az érintett tételek közül csak néhány ára csökken a hirdetett mértékben, a többit pedig lényegesen alacsonyabb kedvezménnyel értékesítik. Emellett a PID Iránymutatás azt is kimondja, hogy az a körülmény, hogy az eladó által megjelölt „korábbi ár” és a megfelelő árengedmény helyességét a PID 6a. cikkében foglalt konkrét követelmények fényében kell értékelni, nem zárja ki, hogy a nemzeti végrehajtó hatóságok alkalmazzák a UCP Irányelvet a PID 6a. cikkét megsértő kereskedők olyan gyakorlataira is, amelyek a UCP Irányelv által tiltott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak is minősülnek.

167. Mindezek következtében az About You árfeltüntetési rendszere azt eredményezi, hogy

- a fogyasztók számára nem egyértelmű, hogy az eljárás alá vont milyen referencia árakat használ, mihez képest mutatja be az elérhető kedvezmények mértékét, és ez a piaci gyakorlatból sem válhat világossá számára, hiszen – amint azt az eljárás alá vont is megerősítette – a piacon eltérő gyakorlatokkal lehet találkozni;

- külön magyarázat hiányában a fogyasztók feltehetőleg leginkább az akción kívül szokásosan érvényesülő („jellemző”) árként értelmezik az áthúzott árakat, az eredeti árak azonban csak időlegesen felelnek meg ennek a definíciónak;

- a fogyasztók az akciós és akción kívüli kedvezmények gyakorisága, sűrű váltakozása és ezek folyamatos kommunikálása miatt a termékeket hosszú időn keresztül folyamatosan árcsökkentésben résztvevőnek érzékelhetik, még akkor is, ha időközben áremelésre került sor egy korábbi kedvezményes árhoz képest, illetve ha az idő múlására tekintettel az eredeti ár már nem tekinthető jellemző árnak (mert az alacsonyabb, kedvezményes ár(ak) a termék életciklusát tekintve összességében már hosszabb ideig érvényesültek),

miáltal az ár feltüntetésének, a kedvezmények kommunikálásának módja nem felel meg a szakmai gondosság követelményének, hiszen rendszerszinten megtéveszti a fogyasztókat azáltal, hogy számukra a valós (azaz a kampányon kívül szokásos, „jellemző” értékesítési árhoz viszonyított) kedvezménynél magasabb árcsökkentés lehetőségét sugallja, és szinte folyamatosan árkedvezmény képzetét kelti. Az eljáró versenytanács ezzel nem azt állítja, hogy az About You árfeltüntetése valamennyi termék esetében a vizsgált időszak egészében megtévesztő volt, hanem azt, hogy az árfeltüntetési rendszer kialakítása – az alapul fekvő kedvezmény-nyújtási gyakorlatra is tekintettel – nem felel meg a szakmai gondosság követelményének, mivel lehetővé teszi, hogy a fogyasztók számára a kedvezmény ténye, illetve mértéke valótlanul kerüljön megjelenítésre, akár nagyszámú termék esetében is. Ezen következtetés az eljárás alá vont által a kedvezmények nyújtásának és feltüntetésének módszerével kapcsolatban tett nyilatkozatain és az e körben feltárt tényadatokon (így különösen: kampányok időbeli alakulása, kedvezményes időszakok hossza, kedvezményes árú termékek értékesítési adatai) alapulnak.

168. Az ár és a kedvezmény léte, mértéke pedig a következetes joggyakorlat alapján a fogyasztói döntést egyértelműen befolyásoló körülmény, a valósnál nagyobb kedvezmény kimutatása a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti (termék adatlap megtekintése, kosárba helyezés, megvásárlás stb.), amit egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas (részletesebben ld. a VI.4. fejezetben).

169. A fentieket alátámasztják a vizsgálat, illetve az eljáró versenytanács által a konkrét áradatokon elvégzett elemzések. Az ártörténeti információk arra engednek következtetni, hogy az eljárás alá vont meglehetősen gyakorisággal alkalmaz akciókat, melyek során egy-egy termék ára szinte 3-5 naponta, vagy hetente is változhat (vö. 50. pont). A kampányos és kampányon kívüli

kedvezményekkel kalkulált árak folyamatosan váltakoznak, sok esetben hónapokon keresztül, anélkül, hogy a termék eredeti áron értékesítésre kerülne. A szezon eleji „eredeti” ár alkalmazására az első árcsökkenést követően jellemzően csak a megfigyelési időszak kisebb részében, alkalomszerűen került sor (vö. 45., 51. pont, 1. és 2. sz. melléklet), ennek ellenére a kommunikációban ez mindig áthúzott árként szerepelt. A termékek egy jelentős része került továbbá adott hónapban a kedvezményes körbe (vö. 42. pont).

170. Az eljárás alá vont vitatta az ártörténeti adatok bizonyítékkénti felhasználhatóságát, hivatkozva a minta kis méretére, reprezentativitásának hiányára, a PRT által készített mentések hiányosságára, a saját maga által szolgáltatott adatok megbízhatóságának bizonyos időszakot illető megkérdőjelezhetőségére. Az eljáró versenytanács azonban rámutat, hogy a jogsértés megállapíthatóságát nem az ártörténeti adatok elemzésére, hanem az About You ár- és kedvezmény feltüntetési gyakorlatának eljárás alá vont által ismertetett rendszerére, módszerére alapította, amely azt eredményezte, hogy a fogyasztók a kedvezmények mértéke, az árelőny elérhetősége tekintetében megtévesztő információkat kaptak a weboldalon. Mivel az említett rendszerszintű jellemzők elméleti levezetéssel vezetnek erre a következtetésre, így a konkrét ártörténeti adatok bemutatása, elemzése csak azt a célt szolgálja, hogy az eljáró versenytanács érzékeltesse, ezen elméleti lehetőség a gyakorlatban ténylegesen is megvalósul, testet ölt. Ehhez pedig elegendő néhány, példalózó jelleggel kiválasztott termék ártörténetének elemzése, nem szükséges nagy elemszámú, reprezentatív minta használata (amire akkor lenne szükség, ha a megtévesztő jellegre csak a konkrét termékek árfeltüntetésének módjából lehetne következtetni). Az eljárás alá vont által hivatkozott, más hatóságok ügyeiben született bírósági, kúriai ítéletek is csak a szűrőpróbaszerűen kiválasztott esetek alapján tett általánosítást kifogásolták, jelen ügyben azonban nem ez szolgál a jogsértés megállapításának alapjául, hanem – a fentebb kifejtettek értelmében – a kedvezmény-nyújtási és -feltüntetési gyakorlat mögött húzódó módszerek, elvek, illetőleg azok hiányosságai.
171. Ebből következően nem releváns az eljárás alá vontnak a fogyasztóvédelmi típusú eljárások büntetőjogias jellegére történő hivatkozása, annak a bizonyítási mércére gyakorolt hatása sem. Az eljáró versenytanács értékelése ugyanis a bizonyítási mérce kapcsán megfelel a vonatkozó sztenderdeknek, hiszen a büntetőjogias jellegből adódó in dubio pro reo elv, azaz, hogy a kétséget, a versenyfelügyeleti eljárásokban indokolt kétséget kizáróan nem bizonyított tény nem értékelhető a terhelt terhére a ténykérdésekre vonatkozóan. A tényállás megállapítása körében pedig az eljáró versenytanács a jogsértést az eljárás alá vont nyilatkozataira, az általa (adatkérésre válaszul) szolgáltatott további bizonyítékokra, valamint az ezek alapján levonható következtetéseket megerősítő ártörténeti adatokra, az eljárás alá vont weboldaláról készített képernyőmentésekre és azokból kigyűjtött információkra alapozta. Ezen adatok, tények valós volta vonatkozásában kétség nem merül fel, ezek valóságát az eljárás alá vont sem kifogásolta.
172. A fenti okból kifolyólag továbbá, ti. hogy a vizsgálat tárgyát a kedvezmény-nyújtási- és feltüntetési rendszer egésze képezi, ami a szakmai gondosság keretében a Versenytanács következetes gyakorlata<sup>100</sup> értelmében vizsgálható, nem szükséges az egyedi termékek konkrét árazásának, árfeltüntetésének eseti vizsgálata, a jellemző ár, az attól való eltérés termékenkénti megállapítása.
173. Az eljáró versenytanács szintén nem tartotta relevánsnak az eljárás alá vont azon hivatkozását, hogy az ártörténeti adatok ne lennének megbízhatóak, mivel az About You által azonosított problémák a kétféle idősor esetében eltérő dátumokat érintenek, ugyanakkor az ártörténeti adatok alapján levonható következtetések egybecsengenek. Ugyanezen okból az eljáró versenytanács szerint irreleváns az is, hogy a vizsgált időszak első részére nem állnak rendelkezésre ártörténeti adatok, hiszen a kedvezmények nyújtásának és feltüntetésének módja a vizsgált időszak egészében lényegében változatlan volt, így a levonható következtetések is egyezők.

<sup>100</sup> Ld. Elvi jelentőségű döntések I.3.16., I.3.21., I.3.22. illetve VJ/26/2011.

174. Az About You a magatartás kapcsán elévülésre is hivatkozott, azonban az eljáró versenytanács rámutat, hogy az eljárás tárgyát nem az egyedi kampányok, kedvezmények, hanem az azok meghatározását és a weboldalon / applikációban való feltüntetését szolgáló rendszer, elvek, módszerek képezik, a kedvezmények nyújtásának és feltüntetésének módjában pedig – a korábban írtaknak megfelelően – nem történt érdemi változás, és az jelenleg is a problémás gyakorlatot tükrözi, így a magatartás tanúsítására folyamatosan sor került, az elévülés fel sem merülhet, mivel az folyamatos magatartás esetében annak befejezését követően kezdődne el.
175. Noha az Aldi Süd ítélet a 2022. május 28-át követő időszakot érintően kizárja az Fttv. alkalmazhatóságát azon áthúzott korábbi árakat illetően, amelyek nem az elmúlt 30 nap legalacsonyabb árának feleltethetők meg, azonban nem zárja ki egyéb vonatkozások jogsértő jellegét. Így különösen az Árrendelet kifejezetten lehetővé teszi, időkorlát nélkül, hogy a kereskedő tartós és/vagy fokozatos árcsökkentés esetén az eredeti árat tüntesse fel referenciaként, amennyiben az a tartós / fokozatos árcsökkentést megelőzően legalacsonyabb árként valóban érvényesült. Az ilyen hosszú kedvezményes időszakokat továbbra is a UCPD / Fttv. alapján kell értékelni, így azokra 2022. május 28. után is kiterjed a GVH hatásköre. (Megjegyzendő mindazonáltal, hogy a Kúria Kfv. 37.593/2023/9. számú ítélete alapján valamely kampányos kedvezmény nem tekinthető egy korábban már érvényes, más jogcímen nyújtott kedvezmény folytatásának, fokozatos leárazásnak, hanem új árcsökkentés bejelentésének, így ilyen esetben az Árrendelet szerinti 30 napos árak a kampányt megelőző kedvezményes ár minősülhet. Ebből következően az eljárás alá vont számára a kedvezmények kommunikálásának lehetőségei jelentősen beszűkülhetnek, ha magán az árképzési módszeren nem kíván változtatni.)
176. **Mindezek alapján az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az About You megsértette a szakmai gondosság követelményét, s ezáltal az Fttv. 3. § (1) bekezdését, amikor 2019 áprilisától olyan ár- és kedvezményfeltüntetési rendszert alakított ki és működtetett, amely – az árképzési módszerére, a rendszeres akciókra és kedvezményes időszakokra, azok hosszára, a referencia árak érvényesülésének időtartamához képesti arányára, illetve az akciók és kedvezmények hosszát, ütemezését a jogszabályokkal való összhang megteremtése érdekében szabályozó árképzési, árfeltüntetési elvek, belső folyamatok, eljárásrendek hiányára is figyelemmel – nem biztosította azt, hogy a fogyasztók az elérhető árkedvezményről, annak létéről, mértékéről a teljes termékélelciklus alatt valós tájékoztatást kaphassanak.**
177. E körben az eljáró versenytanács hangsúlyozza, hogy nem azt rója az eljárás alá vont terhére, hogy nem alkotott vonatkozó formális, írásos megfelelési szabályzatot, hanem azt, hogy a kampányokkal kapcsolatos gyakorlata, illetve a kampányon kívüli kedvezmények meghatározására alkalmazott algoritmus, továbbá ezek fogyasztók felé történő megjelenítése során nem biztosította a szakmai gondosság követelményének megfelelő érvényesülését. A jogszabályokkal való összhang megteremtésének csak egy lehetséges, de nem szükségszerűen elvárt módja egy átfogó, az árak és kedvezmények meghatározásának és feltüntetésének elveire, módjára vonatkozó, formális szabályzat létrehozása.
178. Szintén hangsúlyozandó, hogy az eljáró versenytanács nem vitatja az About You árképzési szabadságát, és a jogsértést nem is önmagában az árak megállapításának módjára magára, vagy azok mértékére tekintettel állapította meg, hanem az árak és kedvezmények fogyasztók felé való kommunikációját vizsgálta és marasztalta.

#### VI.5.2. Az árelőnyre utaló megtévesztő tájékoztatás értékelése

179. A versenyfelügyeleti eljárás tárgyát e körben az eljárás alá vont által 2022. május 28. napjától alkalmazott azon gyakorlata képezte, hogy az eljárás alá vont vállalkozás a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon népszerűsített termékekre vonatkozó árkedvezményekkel kapcsolatos kereskedelmi kommunikációja során a fogyasztók által ténylegesen elérhető árelőnyökre, illetve azok mértékére vonatkozóan megtévesztésre alkalmas módon jelenít-e meg információkat, megvalósítva ezzel az

Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjában foglalt magatartást, amikor az Árrendelet alapján feltüntetendő 30 napos ár mellett további, általa korábban alkalmazott árakra vonatkozó információkat és azokhoz képesti kedvezmény mértékeket is feltüntet, külön magyarázat nélkül, ezáltal a fogyasztó egyszerre 3 vagy akár 4 árral is szembesül.

180. A vizsgálat által feltárt bizonyítékok alapján megállapítható, hogy az eljárás alá vont vállalkozás ezen gyakorlata keretében általa korábban hosszabb vagy rövidebb ideig ténylegesen alkalmazott árakat tüntetett fel áthúzott árként, illetve ezekhez képest mutatta be az elérhető kedvezményeket (még ha ez a fogyasztók számára – kifejezett tájékoztató szöveg és/vagy általánosan bevett iparági gyakorlat hiányában – nem is volt egyértelmű).
181. Az Aldi Süd Ítélet 27. pontja ugyanakkor kimondja, hogy „a 98/6 irányelv 6a. cikkében foglalt különös célnak és az irányelv által általában követett céloknak való megfelelés érdekében a 6a. cikk (1) és (2) bekezdését úgy kell értelmezni, hogy valamely termék eladási árának csökkentésére vonatkozó bejelentésben ezt a csökkentést e terméknek az említett cikk (2) bekezdése értelmében vett 'korábbi ára' alapján kell meghatározni. Ebből következik, hogy egy terméknek valamely bejelentésben csökkentett árként feltüntetett eladási ára a valóságban nem lehet ugyanaz, vagy akár magasabb, mint a 'korábbi ár'.” Az ítélet 28. pontja továbbá arra a következtetésre jut, hogy azt a kereskedelmi gyakorlatot, amely olyan árcsökkentés feltüntetésében áll, amely nem a 6a. cikk (2) bekezdése szerinti „korábbi ár” alapján került meghatározásra, a 6a. cikk fényében kell értékelni, nem pedig a 2005/29 irányelv rendelkezéseire tekintettel.
182. Mindezekre figyelemmel az eljáró versenytanács értékelése szerint az eljárás tárgyát képező magatartás e körben az Árrendelet 2/A. §-a szerint vizsgálandó, így az eljáró versenytanács az ügy ezen részét illetően a Budapest Főváros Kormányhivatala részére történő áttételről döntött. Megjegyzi az eljáró versenytanács, hogy a kérdéses árfeltüntetési gyakorlatot az eljárás alá vont a jelen döntés meghozatalakor is folytatja.
183. Az eljáró versenytanács Budapest Főváros Kormányhivatalának illetékességét az Ákr. 16. § (4) bekezdése, valamint a fővárosi és vármegyei kormányhivatalokról, valamint a járási (fővárosi kerületi) hivatalokról szóló 568/2022. (XII. 23.) Korm. rendelet 2. § (1) bekezdése alapján állapította meg.

### VI.5.3. Sürgető jellegű kommunikáció értékelése

184. A sürgető jellegű kommunikációk körében az eljárás alá vont kétféle gyakorlatot is alkalmazott:
- 2022. júniustól az ajánlatok időbeli korlátozottságát a főoldalon és a kampányban résztvevő termékek oldalain megjelenített visszaszámláló órával jelezte, valamint
  - 2022. decembertől a termékek korlátozott számban való elérhetőségére vonatkozó tájékoztatásokat tett közzé.
185. Az Fttv. 8. §-ának (1) bekezdése szerinti agresszív kereskedelmi gyakorlat tanúsításának értékelése során szükséges annak vizsgálata, hogy
- a kereskedelmi gyakorlat kifejt-e olyan pszichés nyomásgyakorlást - többek között - a fogyasztó zavarása révén, amely
  - az adott helyzetben jelentősen korlátozza-e vagy alkalmas-e arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztó áruval kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára, és
  - ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti-e, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas volt-e.

186. Ahogyan azt az eljáró versenytanács fentebb már kifejtette, a termékek elérhetőségére, beszerezhetőségére vonatkozó információ a fogyasztó ügyleti döntése szempontjából fontos információ. Ennek megfelelően a kampányok időbeli érvényességéről, illetve a termékek alacsony készletéről szóló tájékoztatás segíti a fogyasztót a tájékozott ügyleti döntés meghozatalában. Ennek feltétele azonban, hogy a tájékoztatás tartalmát és formáját tekintve is valós és objektív legyen.
187. Indokolatlanul és sérelmesen sürgető hatású, így jogsértő lehet azonban, ha egy vállalkozás a kínálata valós korlátozottságát, a lehetséges készlethiányt hangsúlyosan, tartalmi és formai nyomatékkal, szubjektív elemekkel jeleníti meg, úgy, hogy az nem a fogyasztók objektív tájékoztatását szolgálja, hanem épphogy megzavarja a fogyasztói döntést.<sup>101</sup> A Nagykommentár is egyértelműen rögzíti, hogy a magatartás gyakori ismétlése pozitív tartalmú üzenet esetén is kényelmetlenné válhat a fogyasztó számára, és minősülhet agresszív kereskedelmi gyakorlatnak.<sup>102</sup>
188. Az Fttv. 8. § (2) bekezdés a) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat agresszív jellegének megállapításához figyelembe kell venni a kereskedelmi gyakorlat időzítését, helyét, jellegét és alkalmazásának időtartamát. A Versenytanács gyakorlata szerint az Fttv. 8. § (2) bekezdésében foglalt rendelkezések nem taxatív, illetve konjunktív felsorolást jelentenek, bármely pont megvalósulása eredményezheti az agresszívként minősülő gyakorlat megállapítását, mint ahogyan fordítva is igaz, az agresszív gyakorlatok köre nem korlátozódik a fenti felsorolásra.
189. A jelen eljárásban vizsgált esetben a kampányok időtartamáról az eljárás alá vont nem a kampány végét képező időpont megjelölésével, hanem egy visszaszámláló órával tájékoztatott, amely megjelent mind a főoldalon a felső színes sávban és adott esetben az akciót kiemelő tájékoztatásban, mind pedig a kampányban szereplő termékek adatlapjain. Önmagában azt a tényt, hogy a tájékoztatás a kampányos termékek adatlapján is megjelent, az eljáró versenytanács nem kifogásolja, hiszen egyetért azzal, hogy egyértelművé kell tenni a fogyasztók számára, hogy mely termékek képezik részét a kampányajánlatnak, s melyek nem, hiszen ez befolyásolhatja a feltüntetett kedvezményes ár érvényességét. Ennek egy lehetséges módja az adott termék aloldalán történő tájékoztatás.
190. A visszaszámláló óra azonban az időbeli korlátosságot vizuálisan kiemeli, indokolatlanul túlhangsúlyozza. A visszaszámláló órát az online marketingben tudatosan a vásárlásra buzdításra használják, a szűkösség érzetére és a FOMO (azaz fear-of-missing-out) hatásra építve.<sup>103</sup> Különösen igaz ez olyan esetekben, amikor a hátralévő idő még napokban vagy órákban mérhető, a számláló viszont a hátralévő időt másodpercekben méri, így folyamatosan változnak a megjelenített számadatok. Ilyenkor a fogyasztó számára a hátralévő másodpercek számának nincs különösebb relevanciája, ezáltal feltüntetése zavaró hatású. A másodpercekben mért idő folyamatos „pergése” pszichés nyomást gyakorol a fogyasztókra, sürgetőleg hat rájuk. A termékadatlapon történő megjelenítésnél ráadásul ez az információ közvetlenül a kampánykedvezmény mellett, színes háttérrel kerül kiemelésre, így mindenképpen megragadja a fogyasztó figyelmét.
191. Az eljáró versenytanács nem ért egyet az eljárás alá vont azon álláspontjával, hogy a folyamatosan pergő visszaszámláló óra és a kampány végét jelző időpont feltüntetése ugyanolyan üzenettel bírna, és hogy a visszaszámláló éppen hogy segíti a fogyasztót a hátralévő idő mutatójával, így azt a fogyasztónak nem kell számolgatnia. A feltüntetett információk fogyasztók számára közvetített üzenetét ugyanis jelentősen befolyásolja azok megjelenítési módja, s ahogyan

<sup>101</sup> VJ/17/2018.

<sup>102</sup> Dr. Zavodnyik József: Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez

<sup>103</sup> Ld. pl. <https://wisernotify.com/blog/countdown-timer-examples/>, <https://wpstackable.com/blog/how-to-use-countdown-timers-for-marketing-campaigns/>, <https://www.hustlermarketing.com/blog/tick-tock-time-is-running-out/>, <https://abmatic.ai/blog/effective-use-of-countdown-timers-for-conversion-rate-optimization>, <https://library.fiveable.me/key-terms/digital-marketing/countdown-timers>

arra az eljáró versenytanács az előzőekben utalt, a visszaszámláló órát az online marketingben tudatosan a vásárlásra buzdításra használják.

192. Ami a meglévő készlet nagyságáról való tájékoztatást illeti, a készletinformáció megjelenítésének módja az About You által alkalmazott formában nem tekinthető objektívnek. Ezt az alábbiakra alapozza az eljáró versenytanács:

- a készletinformáció csak alacsony darabszám esetén jelenik meg;
- a készlet nagyságára vonatkozó információk megfogalmazása nem semleges, hanem a korlátosság, hiány érzetét erősíti a „*már csak*”, „*mindjárt elfogy*” kifejezések használata révén;
- a készletinformáció a méret kiválasztását megelőzően irreleváns, illetve akár valótlan is lehet, hiszen olyan esetben is alacsony készletre utalhat, amikor a fogyasztó méretéből még elegendő készlet áll rendelkezésre, csak bizonyos – a fogyasztó szempontjából érdektelen – méretek készlethiányosak;
- a tájékoztatásra a háttértől eltérő, abból kiemelkedő színnel kerül sor, ami megragadja a fogyasztó figyelmét;
- a készletinformáció a termék megtekintését követően a vásárlási folyamat több fázisában is megjelenik (a termék adatlapján, a kosárba helyezéskor, és ezt követően a további válogatás, majd a kosár megtekintése és a fizetés során is), sőt, gyakran kéretlenül, automatikusan / push üzenet formájában kerül erre sor.

193. A korlátos készletekről való tájékoztatást az online marketingben ugyancsak a szűkösség érzetének keltésére használják, ezáltal erősítve a fogyasztókban egyrészt a kimaradástól / lemaradástól való félelmet (FOMO-hatást), másrészt növelve az érintett termék értékével kapcsolatos percepciókat, ezáltal a megszerzésével elérhető előny érzését.<sup>104</sup> Mindkettő gyorsabb cselekvésre ösztönzi a fogyasztókat.

194. Az eljárás alá vont vitatta, hogy a megjelenített készletinformációk ne lennének objektívek. A készletinformáció ugyanis álláspontja szerint csak alacsony készlet esetén releváns és csak azon fogyasztók részére, akik már valamiféle érdeklődést mutattak a termék iránt (megtekintették a termék aloldalát, hozzáadták a kedvencekhez, kosárba tették, egy ideje a kedvencek között / kosárban tartják). Emellett nem helytálló, hogy a készletinformáció megjelenítése végigkövetné a teljes vásárlási folyamatot, s a „*már csak*” vagy „*majdnem elfogyott*” kifejezések használata sem erősíti a korlátosság, szűkösség érzését.

195. Az eljáró versenytanács ezzel szemben fenntartja, hogy összességében nem tekinthető objektívnek az a gyakorlat, amelynél csak alacsony készletnagyság esetén jelenik meg az információ, feltűnő vizuális megjelenítéssel, a vásárlási folyamat több fázisában (az első megjelenést követően valamennyi fázisban), olyan szöveges megfogalmazással, ami a készlet alacsony voltát hangsúlyozza, hiszen ezek az elemek külön-külön is a szűkösség érzetét keltik, s egymás hatására is ráerősítenek.

#### *A fogyasztó választási szabadságának, a tájékozott üzyleti döntésre való lehetőségének korlátozása*

196. Ahogyan arra fentebb már utalt az eljáró versenytanács, egyes marketing technikák éppen a termékek korlátozott elérhetőségének hangsúlyozására épülnek, felismerve, hogy a korlátozott elérhetőség tudata a fogyasztókban többféle hatást vált ki, amit a pszichológiával, viselkedéstudománnyal kapcsolatos szakirodalom is alátámaszt. A szűkösségi hatás (scarcity) azt írja le, hogy minél kevésbé tűnik elérhetőnek egy termék, annál inkább hajlamos az ember tudat alatt nagyobb értéket társítani hozzá. Ezen belül a kínálati oldali szűkösség egy termék

<sup>104</sup> <https://www.optimonk.com/sense-of-urgency/>, <https://www.shopify.com/blog/using-scarcity-urgency-increase-sales#>, <https://shahmm.medium.com/limited-time-limited-stock-exploring-how-brands-exploit-the-scarcity-effect-ccb8cf35855c>, <https://bdow.com/stories/scarcity-marketing/>

darabszámának elérhetőségéhez vagy az ajánlat időbeli korlátozottságához kapcsolódik (pl. „Már csak 4 darab van”). A szűkösségi hatás kimaradás (FOMO) érzést válthat ki az emberekből, vagyis attól való félelmet, hogy kihagy egy elérhető lehetőséget, és ezzel lemond az ehhez társított pozitív érzelmekről is. Ráadásul valaminek az elvesztése, illetőleg a veszteség érzete sokkal erősebb negatív hatást vált ki a fogyasztó tudatában, mint ugyanennek a terméknek a megszerzése felett érzett öröm, az ahhoz kapcsolódó pozitív hatás. Emellett a sürgősség érzése, illetve a hiányérzet szintén jelentős motivációs erőként hathat a vásárlás során. Ha nincs hiányérzet, a fogyasztó hajlamos lehet a halogatásra, mert azt érezheti, hogy ráér a döntéssel. A hiányérzet felkeltése átbillentheti a fogyasztót a halogatáson.

197. Mivel mind a visszaszámláló óra alkalmazása, mind pedig a szűkös készletekről való hangsúlyos tájékoztatás külön-külön is ezen hatások kiaknázását, felerősítését szolgálják, így a fogyasztót mielőbbi cselekvésre, vásárlásra ösztönzik, korlátozva ezáltal a tájékozott ügyleti döntésre való lehetőségét. Noha a korábban kifejtettek értelmében az eljáró versenytanács álláspontja szerint a jelen ügyben releváns átlagfogyasztóra eleve sem jellemző, hogy kizárólag racionális szempontok alapján, teljes körültekintéssel járna el, és ez nem is várható el tőle, a sürgetéssel kapcsolatos marketingtechnikák éppen ezen racionális megfontolások további visszaszorítását, a mielőbbi döntéshozatalt kívánják elérni, a fogyasztó érzelmeire hatva, ami alól a fogyasztók kevéssé tudják kivonni magukat.
198. A Versenytanács már korábbi eljárásokban is rámutatott arra, hogy *„a tájékozott döntés ellen hathat, ha a fogyasztó olyan üzenettel találkozik, amely a korlátozottságot emeli ki (...), azaz a fogyasztóban fel sem merül az igény, hogy utánanézzon az ajánlatnak, pl. annak kedvező voltát ellenőrizze.”*<sup>105</sup>
199. E körben az eljárás alá vont arra hivatkozott,<sup>106</sup> hogy a készletinformációk és a visszaszámláló óra ugyan valóban figyelemfelkeltő hatásúak, *„de nem feltétlenül jelentik a fogyasztó sürgetését, vagy zavarják a fogyasztót a vásárlási folyamat során, illetve kényszerítik olyan döntés meghozatalára, amelyet egyébként nem hozott volna meg.”* Az eljáró versenytanács rámutat, hogy az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításának nem feltétele, hogy a sürgető, zavaró hatás mindenképpen olyan döntés meghozatalához vezessen, amit a fogyasztó egyébként nem hozott volna meg, elegendő az erre való alkalmasság (ld. alább). Márpedig a visszaszámláló óra és a készletek korlátozottságával kapcsolatos üzenetek pszichés nyomás alá helyezik a fogyasztót, így alkalmasak arra, hogy mielőbbi döntésre késztessek. A folyamatosan visszapergő óra látványa alapján a fogyasztókban a hátralévő idő gyors eltelésének képzetét kelti, míg a pusztán néhány darabos készlet esetén a fogyasztó attól tarthat, ha nem dönt elég gyorsan, elfogyhat az adott termék. Ez utóbbi különösen alkalmas arra, hogy a fogyasztót azonnali döntésre sarkallja, anélkül, hogy az ajánlat kedvező voltáról más módon is meggyőződne (pl. más webáruházban, árösszehasonlító oldal segítségével), hiszen a fogyasztónak nincs információja a termékek forgási, fogyási sebességéről, így nem tudhatja, hogy az adott alacsony készlet jellemzően mennyi idő alatt „fut ki”. Ezáltal a fogyasztó tájékozott ügyleti döntésre való lehetősége is szűkül. Maga az eljárás alá vont is elismerte, hogy az üzenetekkel a szándéka a fogyasztó vásárlásra való ösztönzése, amikor akként fogalmazott, hogy *„azokban az esetekben, amikor a fogyasztó már hozzáadta a terméket a kedvencekhez vagy a kosárhoz, tájékoztatni és emlékeztetni kell a készlethiányról, különben a fogyasztó azt gondolhatja, hogy várhat, ameddig csak akar”*.

*Az ügyleti döntés torzítása, illetve az erre való alkalmasság*

200. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv I. melléklete, így az azt átültető Fttv. melléklete tartalmazza azokat a kereskedelmi gyakorlatokat, amelyek minden körülmények között tisztességtelennek minősülnek, így kifejezetten tiltottak (ez az ún. feketelista). Ezek között

<sup>105</sup> VJ/140-107/2015. számú határozat.

<sup>106</sup> VJ/15-89/2023.

található a „sötét minták” közé tartozó azon gyakorlat, amikor a kereskedő azzal a hamis állítással kelti sürgősség érzetét, hogy a termék csak nagyon korlátozott ideig kapható, vagy csak különleges feltételek mellett nagyon korlátozott ideig lesz kapható (az I. melléklet 7. pontja). E körbe sorolhatóak például a honlapokon szereplő hamis visszaszámlálók és a korlátozott készletre vonatkozó állítások.<sup>107</sup> A feketelistás tényállások esetében nem szükséges annak a vizsgálata, hogy a gyakorlat a fogyasztó ügyleti döntésének torzítására alkalmas volt-e, mivel ezen gyakorlatok esetében a jogalkotó a torzításra való alkalmasságot eleve adottnak veszi. (Vj/59/2009.)<sup>108</sup>

201. Bár a jelen ügyben nem merült fel, hogy az About You hamis információkat közvetített volna a visszaszámláló óra alkalmazásával vagy a készletek nagyságát illetően, így a magatartás nem tartozik a feketelista hatálya alá, azonban a fenti körülmények is alátámasztják, hogy a sürgető jellegű gyakorlatok alkalmasak az ügyleti döntés torzítására. Az online marketing ezeket a praktikákat a cselekvésre való ösztönzés fokozására, a konverzió növelésére alkalmazza, ami szintén egyértelműen arra utal, hogy ezek a gyakorlatok alkalmasak arra, hogy olyan ügyleti döntés meghozatalára késztessek a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg: általuk növelhető például a kosárba helyezések, (impulzív) vásárlások száma, mivel a fogyasztó a sürgetés hatására attól félhet, hogy lemarad az adott ajánlatról, amihez a szűkösségi üzenet miatt esetlegesen nagyobb értéket is társít, s amelynek elvesztésétől így még jobban tarthat. Mindezek alapján a vizsgált gyakorlatok alkalmasak arra, hogy a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára késztessek, amelyet egyébként – a sürgetés hiányában – nem hozott volna meg. Ahogyan arra fentebb is utalt az eljáró versenytanács, implicite az eljárás alá vont is elismerte, hogy szándéka a fogyasztó cselekvésre, vásárlásra való ösztönzésére irányult.

### Összegzés

202. Az eljáró versenytanács értékelése szerint az eljárás alá vont vállalkozás azon magatartása, miszerint

- 2022. júniustól a kampányok időtartamáról az idő fogyását kiemelő, másodpercenként folyamatosan visszafelé számoló órával tájékoztatja a fogyasztókat, valamint
- 2022. decembertől a termékek elérhetőségének korlátozottságát kiemelő üzeneteit a vásárlási folyamat egésze alatt folyamatosan megjeleníti (onnantól, hogy a fogyasztó érdeklődését fejezte ki az adott termék iránt),

pszichés nyomásgyakorlás, a fogyasztó zavarása révén alkalmas volt arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak a termékkel kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára késztehetette, amelyet egyébként nem hozott volna meg, azaz – az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával – megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdését.

## VI.6. [ÜZLETI TITOK]

203. [ÜZLETI TITOK]

204. [ÜZLETI TITOK]<sup>109</sup> [ÜZLETI TITOK]

205. [ÜZLETI TITOK]

<sup>107</sup> UCP Iránymutatás, 101. o.

<sup>108</sup> Elvi jelentőségű döntések, I.3.1.

<sup>109</sup> Különös figyelemmel a Bizottság Iránymutatás a fogyasztók számára kínált termékek árának feltüntetésével kapcsolatos fogyasztóvédelemről szóló 98/6/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 6a. cikkének értelmezéséről és alkalmazásáról szóló, 2021/C 526/02 sz. közleményének 1.1. szakasz első bekezdés második francia bekezdésére, valamint 1.1. szakasz hatodik bekezdésére és 3. szakasz hatodik bekezdés első francia bekezdésére, illetőleg az Európai Unió Bírósága C-330/23. sz. ügyben hozott ítéletének 20. bekezdés utolsó mondatára, továbbá 26. és 27. bekezdésére.

206. [ÜZLETI TITOK]<sup>110</sup>

207. [ÜZLETI TITOK]

## VII.

### Összegzés és jogkövetkezmények

#### VII.1. Az eljáró versenytanács megállapításai

208. Az eljáró versenytanács a fentebbiekben részletesen bemutatottak alapján a Tpv. 76. § (1) bekezdés f) pontja alapján megállapítja, hogy az eljárás alá vont a vizsgált időszakban tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, megsértve az Fttv. 3. § (1) bekezdésében rögzített tilalmat, amikor

- az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával 2019 áprilisától olyan ár- és kedvezményfeltüntetési rendszert alakított ki és működtetett, amely – az árképzési módszerére, a rendszeres akciókra és kedvezményes időszakokra, azok hosszára, a referencia árak érvényesülésének időtartamához képesti arányára, illetve az akciók és kedvezmények hosszát, ütemezését a jogszabályokkal való összhang megteremtése érdekében szabályozó árképzési, árfeltüntetési elvek, belső folyamatok, eljárásrendek hiányára is figyelemmel – nem biztosította azt, hogy a fogyasztók az elérhető árkedvezményről, annak létéről, mértékéről a teljes termékéletről való tájékoztatást kaphassanak; és

- az Fttv. 8. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával 2022. júniustól a kampányok időtartamáról az idő fogyását kiemelő, másodpercenként folyamatosan visszafelé számoló órával tájékoztatja a fogyasztókat, valamint 2022. decembertől a termékek elérhetőségének korlátozottságát kiemelő üzeneteit a vásárlási folyamat egésze alatt (onnan, hogy a fogyasztó érdeklődését fejezte ki az adott termék iránt) folyamatosan megjeleníti, miáltal pszichés nyomást gyakorol a fogyasztókra, illetve zavarja őket, így alkalmas arra, hogy jelentősen korlátozza a fogyasztónak a termékkel kapcsolatos választási vagy magatartási szabadságát, illetve lehetőségét a tájékozott döntés meghozatalára.

209. Az eljáró versenytanács az ügyet a [www.aboutyou.hu](http://www.aboutyou.hu) weboldalon 2022. május 28-tól alkalmazott, több ár egyidejű, következtelen és követhetetlen jelölésekkel történő feltüntetésében megnyilvánuló árfeltüntetési- és akciótartási gyakorlatot vizsgáló részében az azzal kapcsolatos eljárás lefolytatása érdekében az Ákr. 17. §-a alapján az illetékes Kormányhivatal részére átteszi, az Árrendelet 2/A. §-ában foglaltaknak való megfelelés vizsgálata céljából.

210. Figyelemmel arra, hogy az eljáró versenytanács rendelkezésére álló információk szerint a vizsgált kereskedelmi gyakorlatok részben még jelenleg is folyamatban vannak, az eljáró versenytanács a jogsértő magatartás folytatását a határozat közlését követő 60 napon belül megtiltja és az eltiltásnak való megfelelés 90 napon belüli igazolását is előírja a Tpv. 76. § (1) bekezdés h) és i) pontja alapján.

#### VII.2. A kiszabott bírság

211. Az eljáró versenytanács a jogsértés megállapítása mellett a jogsértések jellegére, súlyára, a jogsértés körülményeire, illetve a piaci viszonyokra is tekintettel a Tpv. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tpv. 78. § (1) bekezdés a) pontja alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartja az eljárás alá vont vállalkozással szemben, különös figyelemmel a generális és speciális prevencióra.

212. A Bírságközlemény részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a Gazdasági Versenyhivatal meghatározza az Fttv. és a Tpv. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó

---

<sup>110</sup> Ld. VJ/15-108/2023.

– fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.

213. A Tptv. 78. § (3) bekezdése értelmében a bírság összegét az eset összes körülményeire – így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a jogsértő magatartás ismételt tanúsítására, gyakoriságára – tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a végső üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.
214. A versenyfelügyeleti bírság kiszabásának célja az, hogy a vállalkozásokat visszatartsa a tisztességtelen magatartástól, és egyúttal megteremtse a gazdasági verseny tisztességét. A bírság összegének megállapítása során a GVH ezért szem előtt tartja, hogy a bírság kiszabásának célja az egyedi és általános elrettentés is, így a bírság összegének alkalmasnak kell lennie arra, hogy a vállalkozás számára a jogsértő magatartásért megfelelő büntetést helyezzen kilátásba, ami a jogsértés gazdasági jelentőségét is kifejező szankció alkalmazását teszi szükségessé.
215. A Bírságközlemény 13. pontja értelmében a célokra is figyelemmel a kiszabandó bírság összegének meghatározása alapvetően öt, egymást követő lépésben történik. Az eljáró versenytanács először meghatározza a bírság kiinduló összegét, majd az adott ügyben figyelembeveendő, a jogsértés súlyát, hatását enyhítő és súlyosító körülmények mérlegelésével meghatározza a bírság alapösszegét, ezt követően – amennyiben indokolt – az esetleges korrekciós tényezőkre tekintettel megváltoztatja az alapösszeget, majd figyelemmel van a vállalkozások együttműködésére, végül pedig mérlegeli az esetleges fizetési nehézségekre tekintettel alkalmazható könnyítéseket.
216. A versenyfelügyeleti bírság kiinduló összegének a megállapítása során a versenytanács főszabály szerint a jogsértő kereskedelmi gyakorlat költségéből indul ki, azonban a jelen ügyben (elsősorban) saját honlapi kommunikációról van szó, amelynek kapcsán az eljárás alá vontnak nem merült fel közvetlen költsége. A Bírságközlemény 19-21. pontjai értelmében, ha a kommunikációs költség összege nem ad megfelelő viszonyítási alapot vagy ha azokra vonatkozóan még a becsléshez szükséges mértékben sem állnak rendelkezésre megbízható adatok, úgy árbevétel alapú bírságolási módszer alkalmazandó. Ha a jogsértő kereskedelmi gyakorlat révén realizált nettó árbevétel egyértelműen beazonosítható (például mert a kereskedelmi gyakorlat, illetve általában a forgalmazás a jogsértő kommunikációra épült), úgy az eljáró versenytanács azt tekinti a bírság kiinduló összegének, ennek hiányában a jogsértéssel érintett áruból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át veszi figyelembe.
217. Bár a vizsgált magatartások részben eltérő időszakokat érintettek, az eljáró versenytanács a vizsgált magatartások összességére egyetlen bírságösszeget határoz meg, illetőleg a szakmai gondosság megsértésével kapcsolatos gyakorlat a webáruház indulásától érdemben változatlan módon továbbra is folyamatosan fennáll, így releváns árbevételként a 2019. április óta a termékek értékesítéséből származó árbevétel adódna. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint ugyanakkor a jelen ügyben a teljes vizsgált időszakra vonatkozó árbevétel 10%-ának (több, mint [ÜZLETI TITOK] Ft-nak) kiinduló összegként való figyelembe vétele még az eljárás alá vont méretéhez képest is aránytalanul magas bírsághoz vezethetne, így az eljáró versenytanács a jelen ügyben – kivételesen, a Bírságközleménytől az eljárás alá vont javára eltérve – a bírság kiinduló összegének meghatározásakor csak az utolsó teljes vizsgált évben (2023-ban) realizált, magyarországi termékértékesítésből származó nettó árbevételt vette alapul. A 2023. év annyiban is indokolt választás, hogy ebben az évben a sürgető jellegű üzenetekkel kapcsolatos gyakorlat is az év egészében érvényesült, így annak hatását is tükrözheti. A 2023. évi nettó árbevételt (kb. [ÜZLETI TITOK] Ft) az eljáró versenytanács ugyanakkor tovább korrigálta, és annak [ÜZLETI TITOK] Ft) vette figyelembe, tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont előadása szerint bevételének

megközelítőleg ekkora hányada származott kedvezményes árú termékek eladásából. Ennek megfelelően a bírság kiinduló összege [ÜZLETI TITOK] Ft.

218. Az eljárás alá vont kifogásolta, hogy az eljáró versenytanács a Bírságközleménytől eltérve nem a kommunikációs költségből, hanem az árbevételből indult ki. E körben az eljáró versenytanács rámutat, hogy a Bírságközleménytől való eltérésre e tekintetben nem került sor, hiszen a Bírságközlemény az eljárás alá vont előadásával ellentétben nem csak olyan esetekben irányozza elő az árbevétel-alapú bírságolást, amikor a kommunikációs költség nem állapítható meg, hanem olyankor is, amikor a kommunikációs költség összege nem ad megfelelő viszonyítási alapot (például a jogsértés jellege folytán a kommunikációs költség irreleváns, a kereskedelmi gyakorlat jellegére tekintettel nincs érdemi kommunikációs költség, vagy a költségek nem tükrözik a kommunikáció hatásosságát, hatékonyságát). Márpedig a jelen ügyben is ez a helyzet, hiszen a jogsértés a honlapi tájékoztatások révén valósult meg, amelyhez nem kapcsolható érdemi kommunikációs költség.
219. Ahol az eljáró versenytanács eltért a Bírságközleménytől, mégpedig az eljárás alá vont javára, az az, amikor a teljes jogsértő időszak árbevétele helyett csak egyetlen év bevételeét vette figyelembe. Az eljárás alá vont emellett javasolta, hogy csak a kedvezményes értékesítések árbevétele kerüljön figyelembevételre, amely azonban már az előzetes álláspontban előirányzott számítási módszerben is megvalósult, s ezt az eljáró versenytanács jelen határozatában is fenntartotta (ld. 217. pont).
220. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően került sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget.
221. Az eljáró versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe,
- kiemelt súllyal, hogy a jogsértő gyakorlatok huzamosabb ideje, évek óta tartanak, így széles fogyasztói kört érthettek el (lásd a Bírságközlemény 34. pontját), illetőleg az alapösszeg fentiek szerinti arányosítása figyelmen kívül hagyja, hogy a készletek korlátosságára vonatkozó tájékoztatások nem csak kedvezményes árú termékek esetén valósultak meg, így ugyancsak szélesebb fogyasztói kört érinthettek,
  - hogy a felróhatóság kiemelt foka állapítható meg tekintettel arra, hogy az eljárás alá vont a vizsgált időszakban – elkülöníthető, akár külön-külön értékelhető kereskedelmi gyakorlatként – több jogsértő magatartást is tanúsított (lásd a Bírságközlemény 39. pontját).
222. Bár az About You szerint jogsértés legfeljebb csak 2022-től állapítható meg, így a huzamosabb időtartam és a széles fogyasztói kör érintettsége nem áll fenn, azonban az eljáró versenytanács ezt az álláspontot a korábban részletesen kifejtettek szerint nem osztotta. A széles fogyasztói kört egyébiránt az eljárás alá vont honlapjának magas látogatottsága is alátámasztja. Szintén nem osztotta az eljáró versenytanács, hogy a több jogsértő gyakorlat egyidejű tanúsítása két magatartás esetén ne lenne súlyosító körülmény, mert kvázi ez az alaphelyzet, hiszen itt két olyan elkülönült magatartásról van szó, amelyek külön eljárásokban is vizsgálhatóak lettek volna, ekként külön-külön is bírsághatóak lennének.
223. Az eljáró versenytanács kis súlyú enyhítő körülményként azonosítja a jelen ügyben azt a körülményt, hogy az árfeltüntetés megítélése kapcsán a GVH joggyakorlata korábban nem foglalkozott a szezonális jellegű termékek specialitásaival, illetőleg az Aldi Süd ítélet rámutatott az Árrendelet és az Fttv. viszonyát érintő jogértelmezési bizonytalanságokra. A kis súlyt azért látta indokoltnak az eljáró versenytanács, mert a túlságosan hosszú akciók megítélésére vonatkozóan már létezett kikristályosodott joggyakorlat, illetve mert az említett bizonytalanságok az agresszív kereskedelmi gyakorlatok értékelését nem érintik.

224. A fentiek alapján kalkulált bírság alapösszege, a súlyosító és enyhítő körülmények számát, egymáshoz képesti jelentőségét is mérlegelve a kiinduló összegnél kb. [ÜZLETI TITOK] magasabb, mintegy [ÜZLETI TITOK] Ft.
225. Az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a Bírsággözlemény értelmében a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak és a Tpv. 78. § rendelkezéseiben meghatározott bírság maximumának figyelembevételére. Az eljáró versenytanács egyik tényezőre tekintettel sem látta szükségesnek a fenti összeg korrekcióját.
226. Az eljáró versenytanács a bírság megállapítása során figyelemmel volt továbbá az eljárás alá vont törvényi kötelezettségeket meghaladó együttműködésére. Az eljárás alá vont ugyanis a sürgető jellegű üzenetek megváltoztatására irányuló vállalását [ÜZLETI TITOK], továbbá fogyasztóvédelmi megfelelési program kidolgozását is felajánlotta, s nyilatkozott arról, hogy az előzetes álláspontban feltárt tényeket a jogsértések kapcsán nem vitatja, a jogsértéseket elismeri. Emellett nyilatkozott arról is, hogy a fogyasztói kompenzációra vonatkozó, átdolgozott vállalását [ÜZLETI TITOK].<sup>111</sup> Végezetül, közvetlenül a döntés meghozatala előtt jogorvoslati jogáról is lemondott.<sup>112</sup>
227. A sürgető jellegű üzenetek megváltoztatását az eljáró versenytanács (részleges) utólagos megfelelési erőfeszítésnek tekintette, amely az átfogó megfelelési programra vonatkozó vállalat ebben a tekintetben specifikálja, részletezi, annak egy részét képezi. Ennek megfelelően e két vállalat az eljáró versenytanács együttesen értékelte, és [ÜZLETI TITOK]-os bírságcsökkentéssel honorálta, mivel azok a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok teljes palettáját le kívánják fedni, ideértve a jelen eljárásban is vizsgált magatartásokat. Az eljáró versenytanács azért nem a maximális 20%-os csökkentést biztosította, mert az eljárás alá vont vállalat az átfogó megfelelési program bevezetésére csak az eljárás legutolsó fázisában tette meg.
228. Az eljárás alá vont azon nyilatkozatára, hogy a jogsértéseket elismeri és a tényeket nem vitatja, valamint a határozattal szembeni jogorvoslati jogáról lemond, az eljáró versenytanács együttesen [ÜZLETI TITOK]-os bírságcsökkentést alkalmazott, figyelemmel arra, hogy a nyilatkozatok megtételére ugyancsak az eljárás legvégső fázisában került sor, és a tények nem vitatása a jogsértés elismeréséhez képest csak mérsékelt hozzáadott értéket képvisel. Az utólagos megfelelésre, az elismerésre, a tények nem vitatására és a jogorvoslatról lemondásra tekintettel érvényesített, előbbieken részletezett %-os csökkentések eredményeként adódó bírságösszeg [ÜZLETI TITOK] Ft.
229. Végezetül az eljáró versenytanács az eljárás alá vont kompenzációs vállalására tekintettel [ÜZLETI TITOK] bírságcsökkentést alkalmazott, mivel a felajánlott kompenzáció értékét – kerekítést követően – [ÜZLETI TITOK] becsülte. Ennek során az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra, hogy a Jogosult Vásárlók száma megközelítőleg [ÜZLETI TITOK] fő, akiknek nagyságrendileg [ÜZLETI TITOK]-a adta meg a közvetlen jóváíráshoz (átutaláshoz) szükséges adatait az About You részére korábban. Tekintettel arra, hogy ezek között lehetnek olyan banki/bankkártya adatok is, amelyek már nem aktuálisak, vagy az átutalás egyéb okból meghiúsulhat, ezért az eljáró versenytanács azzal a becsléssel élt, hogy a közvetlen visszatérítés kb. a Jogosult Vásárlók [ÜZLETI TITOK]-a esetében teljesülhet, akik tekintetében a kompenzációt a bírságcsökkentés szempontjából 100%-ban lehet figyelembe venni. E körben az eljáró versenytanács figyelemmel volt arra, hogy az eljárás alá vont becslése szerint legfeljebb [ÜZLETI TITOK]% lehet azon fogyasztók aránya, akiknél a visszatérítés meghiúsulhat, azonban az eljáró versenytanács a becslési bizonytalanságokra és a becslés során alkalmazott kerekítésekre, valamint az esetleges eltérések következményeire (100%-os levonás) is tekintettel, konzervatív módon ennél nagyobb meghiúsulási aránnyal kalkulált. A Jogosult Vásárlók fennmaradó [ÜZLETI

<sup>111</sup> VJ/15-115/2023., VJ/15-120/2023., VJ/15-124/2023.

<sup>112</sup> VJ/15-127/2023.

TITOK]% -a esetében az 1.750 Ft értékű jóváírást csak részlegesen (kb. [ÜZLETI TITOK]% -ban) vette figyelembe az eljáró versenytanács a bírságcsökkentés keretében, tekintettel arra, hogy a 2025. június 30-i beadvány<sup>113</sup> értelmében a kuponok beváltási aránya – a kuponok automatikus érvényesítésére is figyelemmel – átlagosan [ÜZLETI TITOK]% -nak tételezhető, a kupon értéke az ugyanezen adatszolgáltatásban<sup>114</sup> megjelölt, promóciós időszakon kívüli eladások átlagos fogyasztói kosárértékének kevesebb, mint [ÜZLETI TITOK]% -a, ami az About You által rendszeresen alkalmazott 20-30%-os promóciós és egyedi kedvezményekhez mérten is csekélyebb, ráadásul a beválthatóság számos feltételhez kötött, így különösen a promóciós időszakokban a Coin-ok nem használhatók, más kuponkedvezményel össze nem vonhatók, a kuponok felhasználása pedig az eljárás alá vont forgalmának növeléséhez is hozzájárul.

230. A fentebb részletesen kifejtettekre tekintettel az eljáró versenytanács az About You-val szemben 505.000.000 Ft összegű versenyfelügyeleti bírságot szab ki, azzal, hogy amennyiben a ténylegesen teljesített kompenzáció összege (azaz az eljárás alá vont által megfizetett közvetlen visszatérítés és a Coins formájában jóváírt összegek felhasználásának együttes értéke) nem éri el az előző pontban meghatározott, [ÜZLETI TITOK] Ft-os becsült értéket, akkor a különbözetet az eljárás alá vontnak – az eljáró versenytanács külön végzése alapján, az ott meghatározott összegben és határidővel – versenyfelügyeleti bírságként kell megfizetnie. A kiszabott bírságösszeg az eljáró versenytanács álláspontja szerint összhangban van a Tptv. 78. §-ának (3) bekezdésével is – figyelemmel az eljárás alá vont bevételeire, az érintett időszak hosszára és a sértett fogyasztói kör számosságára, az okozott fogyasztói sérelem mértékére, a jogsértés jellegére és az eljárás alá vont által vállalt együttműködési intézkedésekre.

## VIII.

### Egyéb eljárási kérdések

231. A Tptv. 62/C. § (2) bekezdése szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálotól, illetve eljáró versenytanácstól a pénzfizetési kötelezettség (illetve a (3) bekezdésre tekintettel meghatározott cselekmény teljesítésére irányuló kötelezettség) teljesítésére halasztás vagy a részletekben történő teljesítés engedélyezését, hogy rajta kívül álló ok lehetetlenné teszi a határidőre való teljesítést, vagy az számára aránytalan nehézséget jelentene.
232. A Tptv. 77. § (1) bekezdés d) pontja szerint a Gazdasági Versenyhivatal utóvizsgálat keretében hivatalból ellenőrzi az eljáró versenytanács végrehajtható határozatában előírt, meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó, az a)–c) pontban nem említett kötelezettség teljesítését, ha az a rendelkezésre álló adatokból nem állapítható meg. Ugyanezen szakasz (6) bekezdése kimondja, hogy a vizsgálotnak az utóvizsgálatban előterjesztett jelentése alapján az eljáró versenytanács a feltétel teljesülésének, illetve az előírt kötelezettség teljesítésének megállapítása esetén az utóvizsgálatot végzéssel megszünteti, ennek hiányában
- d) az (1) bekezdés d) pontja szerinti esetben elrendeli a kötelezettség végrehajtását, vagy
- e) amennyiben a c) pont cb) alpontjának vagy a d) pontnak az alkalmazása nem indokolt, az eljáró versenytanács megállapítja a kötelezettség nem teljesítését, és bírságot szabhat ki.
- A (7) bekezdés előírja, hogy a (6) bekezdés d) pontja szerinti végrehajtásra a XII/A. Fejezet rendelkezéseit kell alkalmazni azzal, hogy a végrehajtást az eljáró versenytanács rendeli el.

<sup>113</sup> VJ/15-106/2023. 2. kérdésre adott válasz

<sup>114</sup> VJ/15-106/2023. 1.iii. kérdésre adott válasz

233. A Tpvt. XII/A. fejezete rendelkezik a Gazdasági Versenyhivatal döntésének végrehajtásáról. A Tpvt. 84/A. § alapján a végrehajtásra a fejezetben nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni, azzal, hogy a végrehajtást a vizsgáló rendeli el.
234. A Tpvt. 84/B. § (1) bekezdése alapján a vizsgáló az eljáró versenytanács döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére, meghatározott magatartás tanúsítására vagy attól való tartózkodásra vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának elrendelésével egyidejűleg – ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható – végrehajtási bírságot szab ki. A (2) bekezdés szerint a végrehajtási bírság a vállalkozással és a vállalkozás törvényes képviselőjével szemben egyidejűleg is kiszabható.
235. A Tpvt. 84/C. §-a értelmében, ha a kötelezett pénzfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, illetve az állam által előlegezett költség után a megelőlegezés időtartamára az adózás rendjéről szóló törvény szerinti késedelmi pótlékkal azonos módon számított mértékű késedelmi pótlékot fizet.
236. A Tpvt. 84/D. § (2) bekezdése értelmében a meghatározott cselekmény végrehajtását a Gazdasági Versenyhivatal foganatosítja, kivéve, ha a vizsgáló végrehajtási bírság kiszabásáról döntött. A meghatározott cselekmény végrehajtására irányuló végrehajtási eljárásban kiszabható eljárási bírságra a 61. § (3) bekezdését kell alkalmazni.
237. Az Ákr. 133. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény vagy kormányrendelet másként nem rendelkezik – a döntést hozó hatóság, másodfokú döntés esetén pedig az elsőfokú hatóság rendeli el. Az Ákr. 134. §-a értelmében a végrehajtást – ha törvény, kormányrendelet vagy önkormányzati hatósági ügyben helyi önkormányzat rendelete másként nem rendelkezik – az állami adóhatóság foganatosítja.
238. A Tpvt. 81/A. § szerint a jogorvoslatra a Tpvt. XII. fejezetében nem szabályozott kérdésekben az Ákr. rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni. Az Ákr. 112. § szerint a hatóság határozata ellen önálló jogorvoslatnak van helye, a 113. § (1) bekezdése szerint a közigazgatási per kérelemre induló jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
239. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) 29. § (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. § (1) bekezdése szerint a digitális államról és a digitális szolgáltatások nyújtásának egyes szabályairól szóló 2023. évi CIII. törvény (a továbbiakban: Dáptv.) alapján elektronikus úton történő kapcsolattartásra kötelezett minden beadványt kizárólag elektronikusan – a Dáptv.-ben és végrehajtási rendeleteiben meghatározott módon – nyújthat be a bírósághoz.
240. A Dáptv. 19. § (1) bekezdése alapján elektronikus ügyintézésre köteles az államigazgatási szerv feladat- és hatáskörébe tartozó ügyben ügyfélként eljáró gazdálkodó szervezet és az ügyfél jogi képviselője.
241. A Dáptv. 19. § (5) bekezdése szerint, ha jogszabály egy nyilatkozat megtétele vonatkozásában az elektronikus kapcsolattartást – vagy az elektronikus kapcsolattartás módját – kötelezővé teszi, az e követelménynek meg nem felelő nyilatkozat – törvényben vagy kormányrendeletben meghatározott esetek kivételével – érvénytelen.
242. A Kp. 39. § (6) bekezdése szerint – ha törvény eltérően nem rendelkezik – a keresetlevél benyújtásának a közigazgatási cselekmény hatályosulására halasztó hatálya nincs. Ugyanakkor a Kp. 50. §-a szabályozza az azonnali jogvédelem iránti kérelmet az alábbiak szerint. Akinek jogát, jogos érdekét a közigazgatási tevékenység vagy az azzal előidézett helyzet fenntartása sérti, a közvetlenül fenyegető hátrány elhárítása, illetve a jogvitára okot adó állapot változatlan fenntartása

érdekében a perre hatáskörrel és illetékességgel rendelkező bíróságtól az eljárás során bármikor azonnali jogvédelmet kérhet. Azonnali jogvédelem keretében kérhető a halasztó hatály elrendelése is. A kérelem benyújtható a keresetlevéllel együtt is. Ha nem a keresetlevéllel együtt nyújtják be, a kérelmet a bírósághoz kell benyújtani. A kérelemben részletesen meg kell jelölni azokat az indokokat, amelyek az azonnali jogvédelem szükségességét megalapozzák, és az ezek igazolására szolgáló okiratokat csatolni kell. A kérelmet megalapozó tényeket valószínűsíteni kell.

243. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
244. Az Itv. 45/A. § (2) bekezdése alapján az illeték alapjára a 39-41. §§-ban foglaltakat, az illeték mértékére a 42. §-ban foglaltakat kell alkalmazni a marasztalási perben, valamint akkor, ha az eljárás tárgya adó-, illeték-, adójellegű kötelezettséggel, társadalombiztosítási járulék- vagy vámkötelezettséggel, versenyfelügyeleti ügygel, sajtótermékkel és a panaszügyek kivételével médiaszolgáltatással, továbbá elektronikus hírközléssel vagy közbeszerzéssel kapcsolatos.
245. Az Itv. 62. § (1) bekezdés h) pontja alapján a közigazgatási bírósági eljárásban a felet illetékfeljegyzési jog illeti meg. Az Itv. 59. § (1) bekezdése szerint az, akit tárgyi illetékfeljegyzési jog illet meg, mentesül az illeték előzetes megfizetése alól. Ilyen esetben az fizeti az illetéket, akit a bíróság erre kötelez.

Budapest, 2025. november 17.

Váczai Nóra  
előadó versenytanácsstag

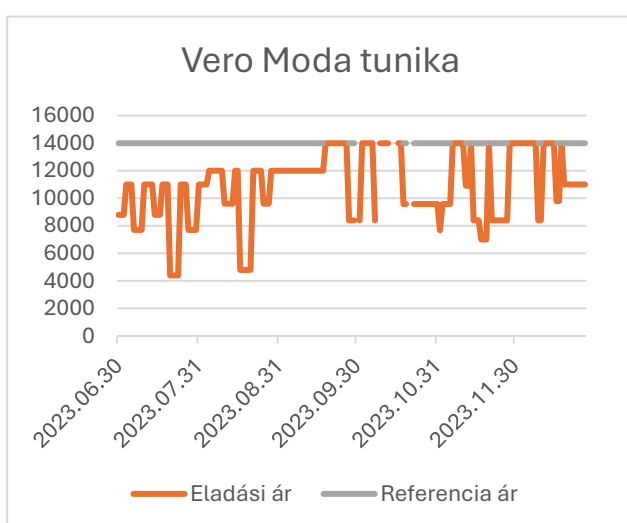
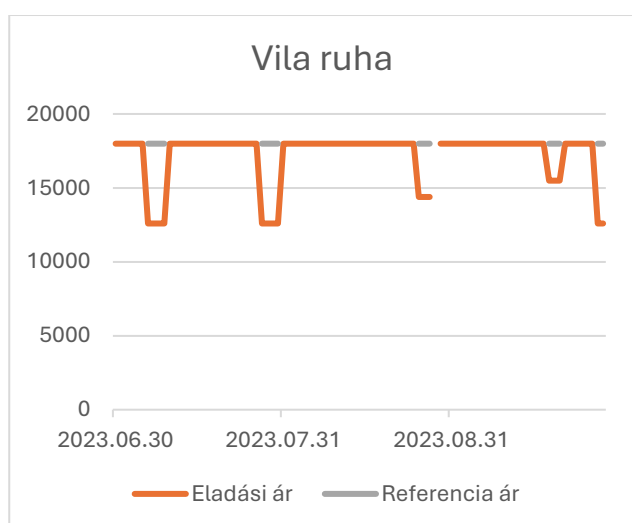
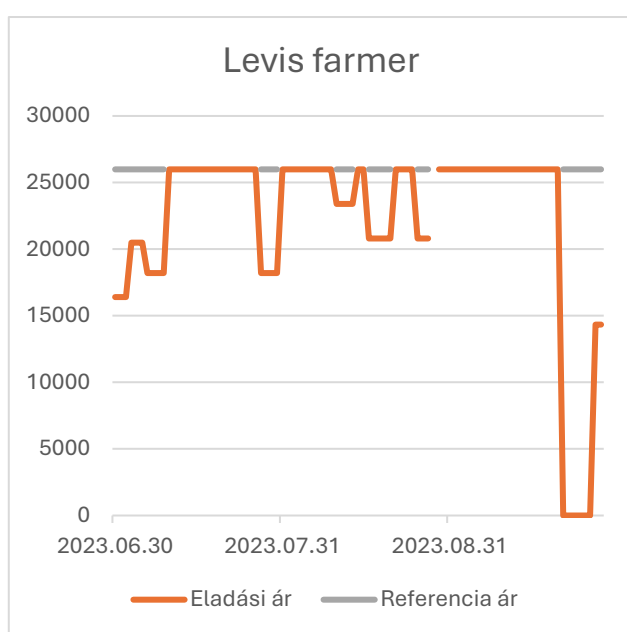
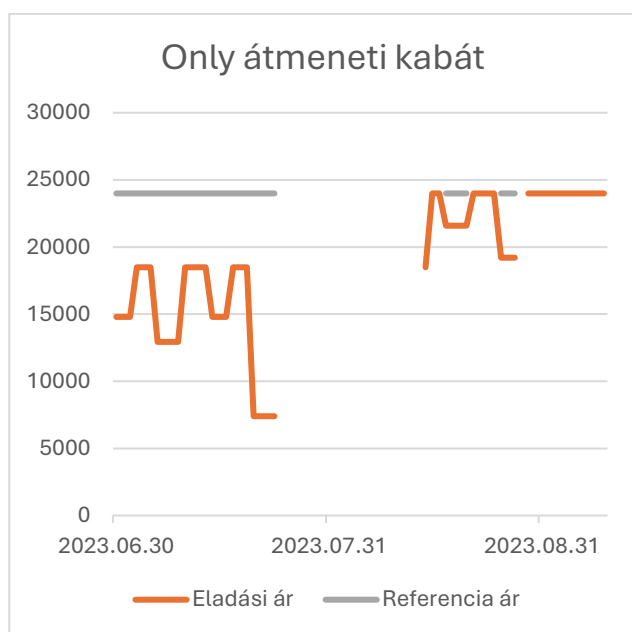
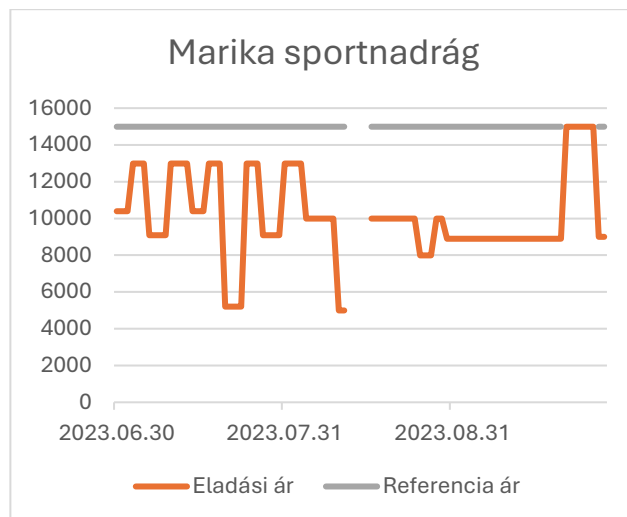
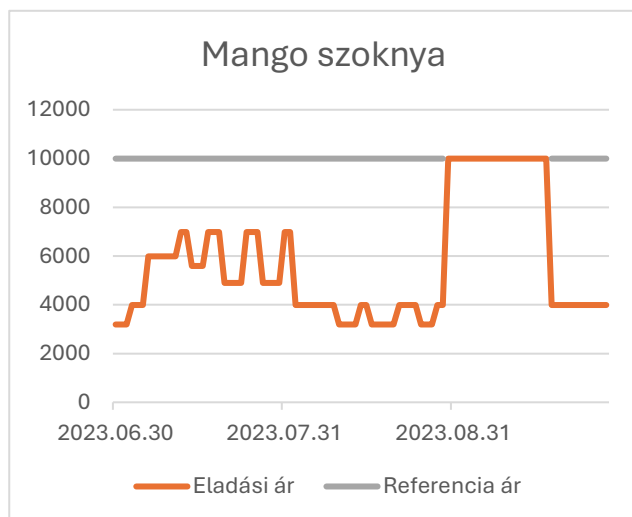
dr. Gál Gábor  
versenytanácsstag

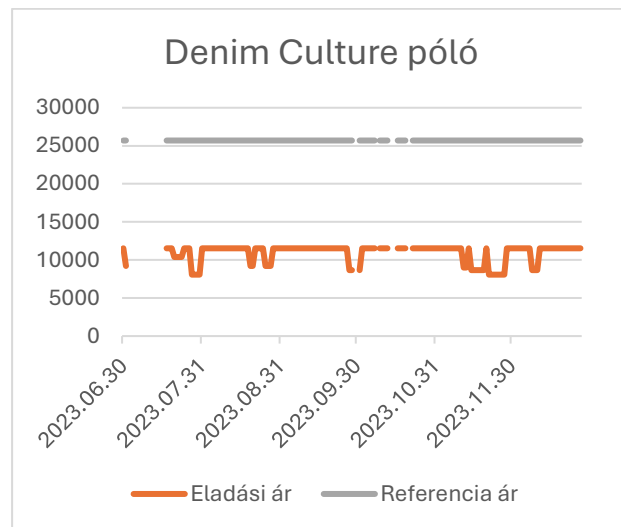
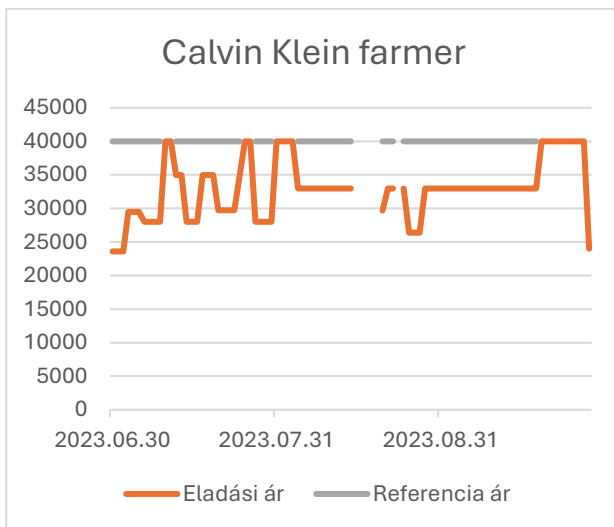
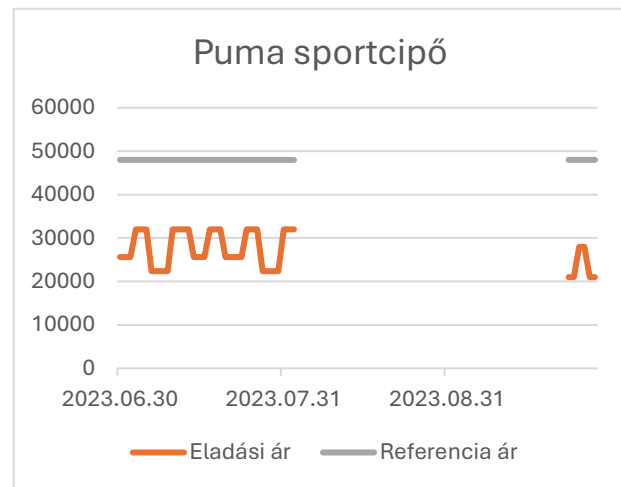
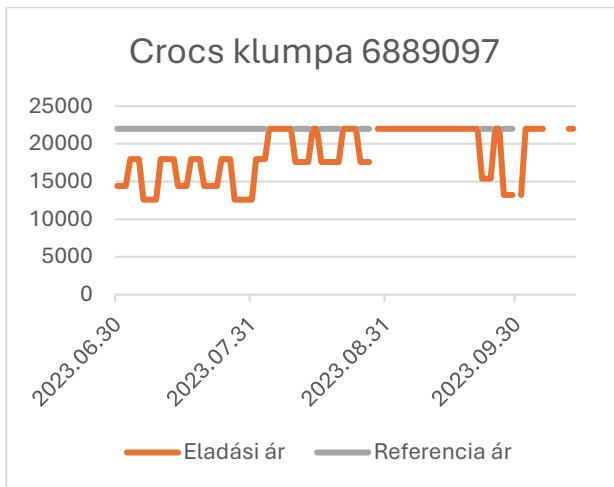
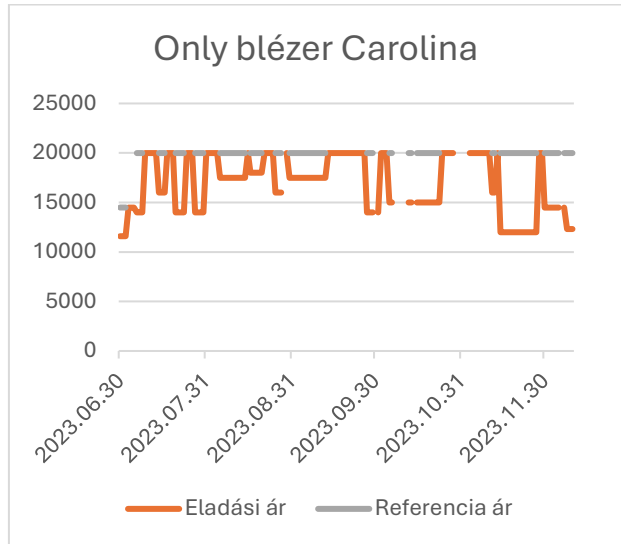
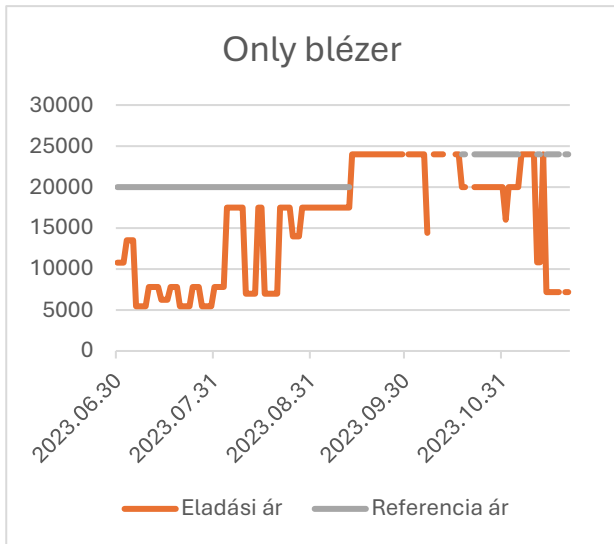
dr. Pánczél Márk  
versenytanácsstag

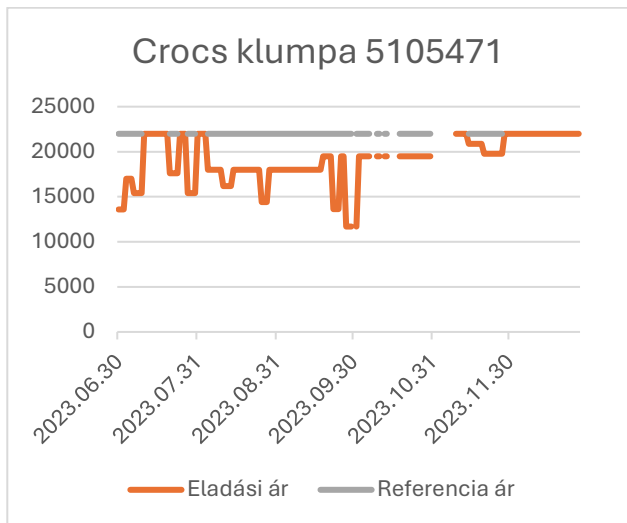
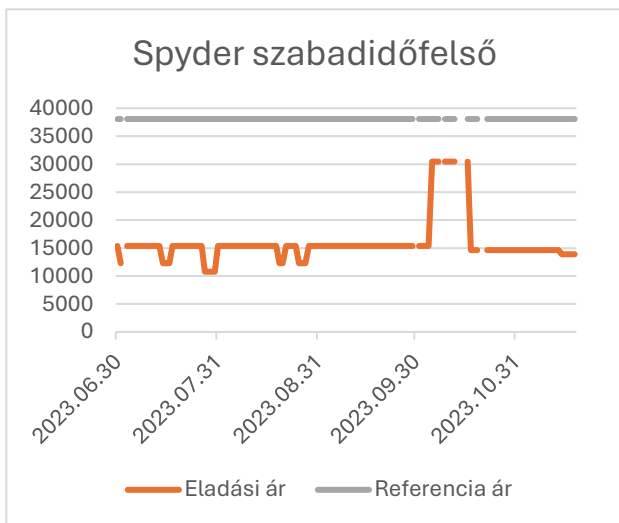
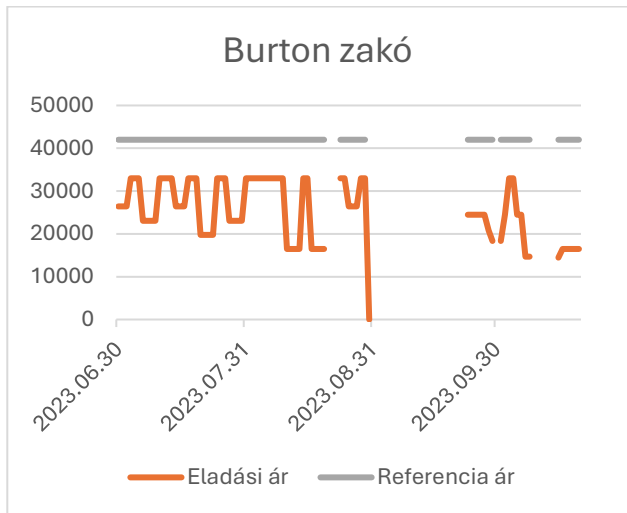
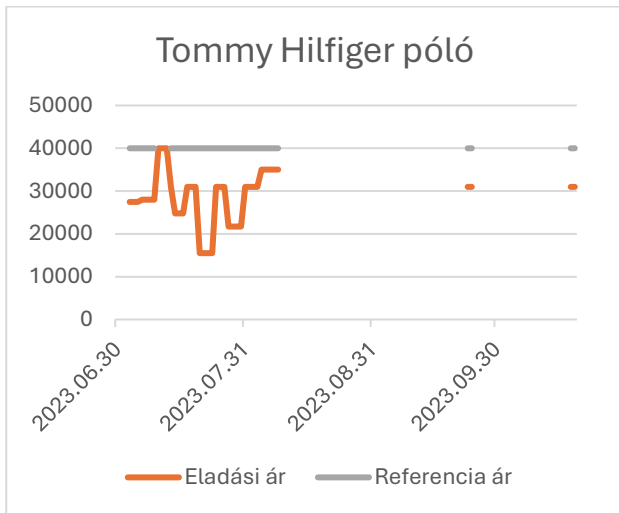
**1. sz. melléklet: Az eljárás alá vont által szolgáltatott ártörténeti adatok alapján készített diagramok**

[ÜZLETI TITOK]

## 2. sz. melléklet: A PRT által rögzített ártörténeti adatok alapján készített diagramok







### 3. sz. melléklet: Az eljárás alá vont számára – önkéntes felajánlásával összhangban – előírt kötelezettségek

#### I. Fogyasztói kompenzáció

(1) A Társaság vállalja, hogy a határozat kézhezvételétől számított 120 napon belül, e-mailben értesítést küld ("Értesítés") azoknak a vásárlóknak, akik a Weboldal-on vagy az Alkalmazásban 2022. december 31. és 2024. december 31. között bármilyen terméket vásároltak és az Értesítés kiküldését megelőző napon aktív regisztrációval rendelkeznek ("**Jogosult Vásárlók**").

(2) Az Értesítés tartalmazni fogja a következőket:

a) azon Jogosult Vásárlók esetében, akik már korábban megadták a Társaságnak az utaláshoz szükséges banki/bankkártya adataikat a Társaság 1.750 forintot visszatérít banki utalás formájában jelen eljárásra tekintettel;

b) azon Jogosult Vásárlók számára, akik korábban nem adták meg a Társaságnak az utaláshoz szükséges adataikat (1.750 forint értékű) 350 Coint-t ír jóvá a Coin egyenlegükre jelen eljárásra tekintettel. A jóváírt Coin-ok 12 hónapig lesznek érvényesek.

(3) A Társaság vállalja azt is, hogy a Weboldal kezdőoldalán jól látható helyen elhelyez egy tájékoztatást arról, hogy a Jogosult Vásárlók-nak a Társaság pénzvisszatérítést/Coin jóváírást biztosít jelen eljárásra tekintettel.

(4) A Társaság az Értesítés kiküldésével egyidejűleg a fenti (2) a) pontban jelzett Jogosult Vásárlók részére 1.750 forintot banki utalás révén visszatérít, a (2) b) pontban jelzett Jogosult Vásárlók részére pedig szintén az Értesítés kiküldésével egyidejűleg jóváír 350 Coint. Ha lesz olyan Jogosult Vásárló, akinek a banki/bankkártya adataival a Társaság rendelkezik, azonban valami oknál fogva (pl. bankszámlája megszűnt) nem tudja sikeresen végrehajtani az utalást, akkor ezen Jogosult Vásárlók számára is 350 Coint ír jóvá a Társaság az Értesítés kiküldésétől számított 15 napon belül.

(5) Ha az Értesítés kiküldésétől számított 12. hónap végén a Társaság által fizetett pénzvisszatérítés és a felhasznált Coin-ok együttes összege nem éri el a kompenzáció eljáró versenytanács által meghatározott, becsült értékét, akkor a Társaság vállalja, hogy a fennmaradó összeget bírságként befizeti. Ezen feltételes bírság összegéről [azaz a kompenzáció eljáró versenytanács által meghatározott, becsült értéke és a (2) a) pontban jelzett Jogosult Vásárlók részére teljesített pénzvisszatérítés összegének, illetve a (2) b) pontban jelzett Jogosult Vásárlók által felhasznált Coin-ok értékének különbözetéről] és a fizetési határidőről az eljáró versenytanács az igazolási időszakot [a (21) pontban és a III.2.2. alfejezetben szabályozott „Jelentés a Coin-ok Felhasználásáról” benyújtását] követően külön végzésben dönt, figyelemmel a (25) bekezdésben foglalt audit riport adataira.

(6) A Coin-ok azoknak a Jogosult Vásárlóknak lesznek láthatóak a Weboldalon és az Alkalmazásban, akik be vannak jelentkezve. A Coin-ok megjelennek a Jogosult Vásárlók Coins Tárcájában.

(7) A Coin-ok felhasználására vonatkozó korlátozások az alábbiak:

- a Coin automatikusan alkalmazásra kerül az ügyfél vásárlása esetén;
- a Coin-ok promóciós kampányok során nem lesznek használhatóak (azaz ebben az időszakban a Coin-ok egyetlen termékre sem lesznek felhasználhatóak);
- a Coin-ok általános kedvezményekkel (azaz a promóciós kampányokon kívül nyújtott kedvezményekkel) kombinálhatóak;
- a Coin-ok nem használhatóak kuponkódokkal együtt;
- a Coin-ok arányosan kerülnek felosztásra a kosárban lévő termékekre, és nem haladhatják meg egy-egy egyedi termék árát;

- a jóváírt Coin-ok csak egyszer használhatóak fel érvényességi idejük alatt.

(8) A Társaság a Weboldalának AY Coins Programot már ismertető aloldalát kiegészíti a jelen eljárásra tekintettel jóváírt Coin-ok felhasználásának feltételeivel ("**AY Coins Aloldal Kiegészítése**").

## II. Fogyasztóvédelmi Compliance Program bevezetése

(9) A Társaság vállalja, hogy fogyasztóvédelmi megfelelési programot vezet be, amely magában fogja foglalni (i) egy belső megfelelési szabályzat elfogadását (amelyet a Társaság évente frissíteni fog a jogszabály és a joggyakorlat, valamint a Társaság belső működése változásainak fényében), és (ii) egy ehhez kapcsolódó oktatást.

(10) A belső megfelelési szabályzat különösen a következő témákra fog kiterjedni:

- fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma, így különösen: megtévesztő gyakorlatok (különös tekintettel a megtévesztő mulasztásra), agresszív kereskedelmi gyakorlatok, feketelistás gyakorlatok, a szakmai gondosság és jóhiszeműség követelménye az online világban, piacelsőségi állítások használatának feltételei;

- összehasonlító reklám;

- a jelen eljárás fókuszát képező ár- és kedvezményfeltüntetési gyakorlat jogszerű alkalmazása (a Társaság ennek keretében ki fog térni a jelen eljárásban hozott döntésben ennek kapcsán megfogalmazott fenntartásokra, kifogásokra, valamint a jogszabályokkal való összhang megteremtése érdekében jelzett javaslatokra, elvárásokra).

(11) A megfelelési szabályzat mellett a Társaság vállalja, hogy a belső szabályzat hatályba léptetését követően fogyasztóvédelmi megfelelési oktatást szervez két éven keresztül évente egy alkalommal (ez összesen két oktatási alkalmat jelent) egy külső fogyasztóvédelmi jogi szakértő bevonásával a releváns munkavállalók számára. Az oktatáson minden olyan munkavállalónak kötelező lesz a részvétel, akik részt vesznek a Társaság magyarországi kereskedelmi kommunikációjának megalkotásában, ezen belül is különösen minden munkavállalónak az értékesítési, árazási, compliance és beszerzési csoportokból, akik közvetlenül részt vesznek olyan projektekből, amelyek a Társaság árfeltüntetéséhez és kedvezménykampányaihoz kapcsolódnak.

(12) A megfelelés keretében az About You vállalja, hogy módosítja/megszünteti bizonyos üzenetek használatát a Weboldalán és az Alkalmazásban annak érdekében, hogy elkerülje annak lehetőségét, hogy az ilyen megjelenített üzenetek sürgető hatást gyakoroljanak a fogyasztókra.

(13) Először is, az About You vállalja, hogy a kedvezmény-kampányok során nem használ visszaszámláló órát. A visszaszámláló óra helyett az About You a következő formátumban fogja jelezni a kedvezmény-kampány végét: pl. "-20% karácsonyi kedvezmény vasárnap 23:59-ig".

(14) Másodszor, az About You vállalja, hogy módosítja a termékek elérhetőségére vonatkozóan feltüntetett szöveget és a feltüntetés vizuális megjelenését, az alábbiak szerint.

Az üzenet jelenlegi képi megjelenése és szövege	Statikus üzenetek		Alkalmazás szabálya	Módosítási javaslatok
	Üzenet megjelenésének helye	Pontos lokáció		
Már csak néhány darab elérhető! (Kosárba tesz felirat alatt, sárga háttér előtt)	Web/App/ Mindkettő	Termékdoldal	Az üzenet a termékdoldalon jelenik meg, ha a termékből elérhető méretek legalább 50% vagy több alacsony készleten van (értsd: 5 vagy kevesebb termék elérhető egy méretből)	- a sárga szín helyett semlegesebb szín használata; - az üzenet szövegének módosítása: "Bizonyos méretek korlátozott mennyiségben érhetőek el."
Már csak "x" elérhető! (Kosárba tesz felirat fölött, sárga háttér előtt)	Mindkettő	Termékdoldal	Az üzenet a termékdoldalon jelenik meg, ha a vásárló által kiválasztott méretű termékből 5 vagy annál kevesebb elérhető.	- A "már csak" kifejezés törlése: "X darab elérhető"/ "2 termék elérhető a méretedben"
Majdnem elfogyott! (Termék képén elhelyezett felirat, sárga háttér előtt)	Mindkettő	Termékdoldal/ Kosár/Kategória oldal/Ajánlások sor/Kivánságlista	Az üzenet akkor jelenik meg, ha a termékből elérhető méretek legalább 50% vagy több alacsony készleten van (értsd: 5 vagy kevesebb termék elérhető egy méretből)	-a sárga szín helyett semlegesebb szín használata; - A "Majdnem elfogyott" szöveg helyett, a következő szöveg használata: "Bizonyos méretek korlátozott mennyiségben érhetőek el."

Pop-up értesítések				
Az üzenet jelenlegi képi megjelenése és szövege	Üzenet megjelenésének helye		Megjelenés gyakorisága	Módosítási javaslatok
	Web/App/Mindkettő	Pontos lokáció		
Mindjárt elfogy! A kosaradban lévő termékből már csak "x" darab elérhető. (Semleges színnel, a termék képe melletti óra ikonnal egyidejűleg)	Mindkettő	Megjelenik a "harang ikonra" kattintáskor és pop-up üzenetként, ha a terméket a kosárhoz vagy a kívánságlistához adta a fogyasztó.	Az üzenet csak akkor jelenik meg, ha a kosárba helyezett termék kiválasztott méretéből 5 vagy annál kevesebb termék elérhető. – Megjelenik a "harang ikonra" kattintáskor – Pop-up értesítésként pedig munkamenetenként csak egy alkalommal jelenik meg	– A "Mindjárt elfogy!" szöveg módosítása: "Bizonyos méretek korlátozott mennyiségben elérhetőek" Alatta pedig: "1 darab elérhető a kosaradban lévő termékből" (az óra ikont már korábban törölte a Társaság és nem használja)
Majdnem elfogyott! (Felkiáltójel ikon mellett) A kosaradban lévő termékek gyorsan fognak! "X" termékből a kosaradban csak néhány áll még rendelkezésedre a te méretedben. (Termék képe mellett, semleges színnel, első mondat félkövér betűtípussal)	Mindkettő (de a pop-up üzenetek csak a Weboldalon elérhetőek)	Megjelenik a "harang ikonra" kattintáskor és pop-up üzenetként, ha a terméket a kosárhoz vagy a kívánságlistához adta a fogyasztó.	–Megjelenik a "harang ikonra" kattintáskor –Megjelenik pop-up üzenetként is, pár másodperccel azután, hogy a felhasználó később újból visszatér a weboldalra, miután a weboldal előző meglátogatásakor terméket helyezett a kosárba (vagy a kívánságlistára). Akkor jelenik meg, ha már csak 5 vagy kevesebb termék elérhető a kosárba helyezett (méretű) termékből, vagy a kívánságlistára (mértékválasztás nélkül) felvett termékek méreteinek 50%-a vagy több alacsony készleten van. Az About You először a kosárban lévő alacsony készletű termékekről küld értesítést, és ha nincs alacsony készletű termék a kosárban, akkor ellenőrzi, hogy van-e alacsony készletű termék a kívánságlistán. Az alacsony készletről szóló információ munkamenetenként egyszer jelenik meg.	–a teljes szöveg módosítása (ide értve a "Majdnem elfogyott" kifejezést is) a következőre: "Nézd meg a kosarad A kosaradban lévő termékek nincsenek lefoglalva! A kosaradban lévő [#] termék közül néhány még elérhető a méretedben."

(15) Harmadszor, az About You vállalja, hogy nem használja a termékeken a "népszerű" megjelölést.

(16) Negyedszer, az About You vállalja, hogy nem használja többé a "láng" ikont az üzeneteiben.

### III. A vállalások teljesítésének határideje és igazolása

#### 1. Általános

(17) Az About You vállalja, hogy a GVH döntésének kézhezvételét követő 120 napon belül (i) megalkotja és hatályba lépteti a (9)-(10) bekezdésekben meghatározott megfelelési programot, (ii) lebonyolítja a (11) bekezdés szerinti első oktatást, és (iii) megvalósítja a (12)-(16) bekezdésekben ismertetett üzenetek módosítását.

(18) Az About You a II. pontban foglalt kötelezések fenntartását, azok megkezdésétől számított 2 évig vállalja (**Releváns Időszak**), az I. pontban foglalt kötelezést pedig az I. pontban foglalt időzítés szerint tartja fenn, vagyis a Coins jóváírástól számított 12. hónap végéig. Továbbá a (3) bekezdésben foglalt értesítést a Weboldal kezdőoldalán a közzétételt követő 60 napig jeleníti meg.

(19) Az About You vállalja, hogy 2026. március 31-ig benyújt egy időközi jelentést arról, hogy a II. pontban foglalt kötelezettségvállalások teljesítését megkezdte a III.2.4. pontban részletezett tartalommal ("**Időközi Jelentés Üzenetek Módosításáról és Megszüntetéséről**"), és igazolja a Fogyasztói Compliance Programhoz kapcsolódó belső szabályzat hatálybaléptetését. ("**Belső Szabályzat Hatálybalépéséhez kapcsolódó Jelentés**")

(20) A Jogosult Vásárlóknak küldött Értesítést követő 30 napon belül a Társaság tájékoztatja a GVH-t, hogy a Jogosult Vásárlók számára megtörtént a pénzvisszatérítés és jóváírta a Coin-okat a III.2.1. pontban részletezett tartalommal (illetve azon Jogosult Vásárlóknak is Coint írt jóvá, akik számára a banki utalás valamilyen oknál fogva [pl. a bankszámlája már megszűnt] sikertelen volt). ("**Időközi Jelentés a Fogyasztói Kompenzációról**")

(21) A Társaság vállalja továbbá, hogy a Coin-ok jóváírását követő 12 hónap elteltétől számított 30 napon belül jelentést nyújt be a GVH-nak a Coin-ok felhasználásának állásáról. ("**Jelentés a Coin-ok Felhasználásáról**")

(22) Majd a Társaság 2028. március 31-ig benyújt egy végső jelentést a III.2.5. pontban részletezett tartalommal a kötelezések teljesítéséről ("**Végső Jelentés**").

## 2. Az egyes jelentések tartalma

### 2.1 Időközi Jelentés a Fogyasztói Kompenzációról

(23) A jelentés ki fog terjedni a következő dokumentumokra:

- képernyőmentés a Weboldal főoldalán elhelyezett tájékoztatóról;
- azon Jogosult Vásárlók listája, akik az Értesítést megkapták,
- minta a Jogosult Vásárlóknak küldött e-mailek szövegéről (Értesítés),
- a Jogosult Vásárlók száma, akiknek a Társaság pénzvisszatérítést eszközölt, illetve azon Jogosult Vásárlók száma, akiknek a Társaság jóváírta a Coin-okat.

### 2.2 Jelentés a Coin-ok Felhasználásáról

(24) A jelentés ki fog terjedni a következő dokumentumokra:

- a Jogosult Vásárlók száma, akik felhasználták a Coins-okat és a felhasználás teljes összege;
- egy példa képernyőmentés egy Jogosult Vásárló Coins pénztárcájáról, ahol láthatóak a Coins-ok;
- képernyőkép az AY Coins Aloldal Kiegészítéséről a Releváns Időszak első és utolsó napján, valamint még egy alkalommal a Releváns Időszak alatt.

(25) A Társaság vállalja, hogy saját költségén megbíz egy külső, az About You vállalkozáscsoportjától független audit céget, és megbízza a kompenzációs vállalással kapcsolatos audit elvégzésére. Az audit magában fogja foglalni, hogy hány fogyasztónak teljesítette a pénzvisszatérítést a Társaság és hány fogyasztó használta fel a Coin-okat és milyen összegben. Az audit eredményét a Társaság a jelentés részeként benyújtja a GVH-nak.

### 2.3 Belső Szabályzat Hatálybalépéséhez kapcsolódó Jelentés

(26) A jelentés tartalmazni fogja a következőket:

- belső szabályzat,
- képernyőmentés arról, hogy a Társaság a belső szabályzatot a belső hálózatán a munkatársak számára elérhetővé tette,
- képernyőmentés arról, hogy a Társaság e-mailben tájékoztatta a munkatársakat a belső szabályzat hatálybalépéséről és annak elérhetősége helyéről.

### 2.4 Időközi Jelentés Üzenetek Módosításáról és Megszüntetéséről

(27) A jelentés tartalmazni fog a Releváns Időszak első napján készült egy-egy képernyőképet a módosítások valamennyi típusáról (ahol a módosítás természete ezt lehetővé teszi).

### 2.5 Végző Jelentés

(28) A jelentés a (12)-(16) bekezdésekben foglalt kötelezés kapcsán tartalmazni fog a Releváns Időszak utolsó napján készült, illetve a Releváns Időszak alatt évente legalább 5 alkalommal készült egy-egy képernyőképet a módosítások valamennyi típusáról (ahol a módosítás természete ezt lehetővé teszi).

(29) A jelentés a (11) bekezdésben foglalt oktatások kapcsán tartalmazni fogja az évi egy oktatás anyagát és az oktatáson készült jelenléti ívet. A jelentés kitér arra is, ha a Releváns Időszak alatt a Társaság a belső szabályzatot a hatályba lépést követően módosította.