



1026 Budapest, Riadó utca 5-11.

KRID: 213396918

Telefon: (06-1) 472-8900

Ügyszám: VJ/4/2025.

Iktatószám: VJ/4-86/2025

Betekínthető változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Lakatos, Köves és Társai Ügyvédi Iroda (KRID: 18190254, 1075 Budapest, Madách Imre út 14., eljáró ügyvéd: dr. R. E.) által képviselt **Allegro sp. z o.o** (61-569 Poznań ul. Wierzbięcice 1B, Lengyelország) eljárás alá vont vállalkozással szemben fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indított VJ/4/2025. számú versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

- I. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Allegro sp. z o.o eljárás alá vont vállalkozás (továbbiakban Allegro vagy eljárás alá vont) az árgarancia biztosítására utaló szlogennel hirdetett kampányai során 2024. október 1-től 2025. február 28-ig nem nyújtott megfelelő tájékoztatást az árgarancia rendszer feltételeiről, amikor időszerűtlen módon bocsátotta rendelkezésre a garancia feltételeivel és érvényesíthetőségével kapcsolatos jelentős információkat, megvalósítva ezzel a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 7. § (1) bekezdésében foglalt tényállást, amivel megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.
- II. Az eljáró versenytanács a fenti jogsértésre tekintettel kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást 42 500 000 Ft (azaz negyvenkétfmilió-ötszáz ezer forint) versenyfelügyeleti bírság megfizetésére, melyet a kötelezett a Magyar Államkincstár 10032000-01037557-00000000 számú versenyfelügyeleti bírságszámlája javára köteles megfizetni a határozat közlésétől számított 30 napon belül, befizetésekor 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.
- III. Az eljáró versenytanács az I. pont szerinti jogsértésre tekintettel kötelezi az eljárás alá vont vállalkozást a határozat melléklete szerinti utólagos megfelelési intézkedések teljesítésére.

A határozat ellen az átvételtől számított harminc napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető Űrlap a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél betérjesztéséhez ügyleírás használatával¹. 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.

¹ https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

Az eljáró versenytanács meghozta az alábbi

v é g z é s t .

Az eljáró versenytanács a Tpvt. 60/A. § (1) bekezdés b) pontja alapján megszünteti az eljárást arra vonatkozóan, hogy az eljárás alá vont az árgarancia rendszerét olyan többszörös korlátozó feltételekkel alakította ki, amelyek a fogyasztó számára megnehezítik mind az igény érvényesítését, mind a garancia keretében megszerezhető kupon felhasználhatóságát, és ez megvalósította-e az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállást, mivel az eljárás során beszerzett bizonyítékok alapján nem állapítható meg, hogy a magatartás jogsértő-e, és az eljárás folytatásától sem várható eredmény.

A végzés ellen a közléstől számított 8 napon belül közigazgatási per indítható. A keresetlevelet a Gazdasági Versenyhivatalnál kell benyújtani elektronikusan a magyarorszag.hu oldalon elérhető *Úrlap a Gazdasági Versenyhivatal döntése elleni keresetlevél beterjesztéséhez* dokumentum² 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 képviselőt kötelező.

* * *

Amennyiben a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslással él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.

I N D O K O L Á S

I.

A versenyfelügyeleti eljárás tárgya és egyes eljárási lépések

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) 2025. február 3-án az eljárás alá vont vállalkozással szemben, VJ/4/2025. szám alatt feltételezett tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat miatt versenyfelügyeleti eljárást indított. Az eljárás indítására az adott okot, hogy a GVH észlelte, hogy az eljárás alá vont 2024. október 1-jétől kezdődően a „Legalacsonyabb ár garancia” szlogennel hirdetett kampányai során valószínűsíthetően
 - nem nyújt megfelelő tájékoztatást az árgarancia rendszer feltételeiről, amikor időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre a garancia érvényesíthetőségével kapcsolatos jelentős információkat (például: mindösszesen 20 webáruház esetében érvényesíthető a garancia, regisztrált és bejelentkezett felhasználóként kell vásárolni, valamint a kapott kupon csak bizonyos fizetési mód választása esetén használható fel). Az eljárás alá vont vállalkozás fentiekben rögzített magatartásával az Fttv. 7. § (1) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat;
 - nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el, mivel az árgarancia rendszerét olyan többszörös korlátozó feltételekkel alakította ki, amelyek fogyasztó számára megnehezítik mind az igény érvényesítését, mind a garancia keretében megszerezhető kupon

² https://magyarorszag.hu/szuf_ugyleiras?id=5a0fdf08-97b7-4015-874b-3643b45d7ebd

felhasználhatóságát, valamint ezen magatartással érzékelhetően rontja a fogyasztó lehetőségét a termékkel kapcsolatos tájékozott ügyleti döntésének meghozatalára, és ezáltal a www.allegro.hu weboldalon és az Allegro mobilalkalmazásban olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. Az eljárás alá vont vállalkozás fentiekben rögzített magatartásával az Fttv. 3. § (2) bekezdésében foglalt tényállás megvalósításával valószínűsíthetően megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdésében előírt tilalmat.

2. A vizsgálat 2025. október 21-én terjesztette a vizsgálati jelentést³ a Versenytanács elé, amelyre az eljárás alá vont az eljáró versenytanács felhívására 2026. január 26-án észrevételt tett.⁴
3. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontját 2026. március 26-án adta ki⁵, majd 2026. április 23-án tárgyalást tartott⁶.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

4. Az Allegro nyilatkozata szerint 1999-ben alakult a lengyelországi Poznańban, elsősorban a fogyasztókat célzó online aukciós szolgáltatást nyújtó vállalkozásként. Jelenleg Lengyelországban az Allegro online piacteret üzemeltet az allegro.pl domain alatt. Az allegro.pl oldalon történő értékesítések mintegy 99%-át független harmadik fél kereskedők (3P) bonyolítják, és csak az értékesítések mintegy 1%-át bonyolítja maga az eljárás alá vont vállalkozás (1. fél, 1P). Az elmúlt két évben az Allegro helyi domaineken működő piactereket indított Csehországban (allegro.cz), Szlovákiában (allegro.sk) és 2024. október 1-jétől Magyarországon (allegro.hu). Az eljárás alá vont vállalkozás a tulajdonosa, és üzemelteti ezeket a platformokat. Az allegro.hu oldalon 2024. október 1. óta a közvetlen (1P) értékesítést a magyarországi felhasználóknak az Allegro Retail a.s.⁷ végzi, amely egy Csehországban bejegyzett vállalat, amely teljes egészében az Allegro tulajdonában van.
5. Az Allegro Lengyelországban egy raktárat (One Fulfillment) és egy szállítási szolgáltatást (Allegro One & Allegro Delivery) működtet. Az eljárás alá vont vállalkozás Lengyelországban fizetési szolgáltatásokat is nyújt (Allegro Pay). Magyarországon jelenleg az Allegro tőle független logisztikai szolgáltatókkal működik együtt és nem nyújt Allegro Pay szolgáltatást.
6. Az eljárás alá vont vállalkozással szemben a megelőző tíz évben a Gazdasági Versenyhivatal nem folytatott versenyfelügyeleti eljárást.
7. Az eljárás alá vont vállalkozás teljes egészében az Allegro Treasury S.a.r.l. (Luxemburg) tulajdonában van, amely az Allegro.eu SA, a Luxemburgi Nagyhercegség törvényei szerint alapított részvénytársaság (société anonyme) tulajdonában van. Az Allegro.eu SA fő részvényesei a Permira VI Investment Platform Limited és a Cidinan S.à r.l.

³ VJ/4-64/2025. sz. irat

⁴ VJ/4-71/2025. sz. irat

⁵ VJ/4-76/2025. sz. irat

⁶ VJ/4-78/2025. sz. jegyzőkönyv (hangfelvétel a tárgyalásról)

⁷ Az Allegro Retail a.s. az egyedüli tulajdonosa az m-HU Internet Kft.-nek és az Internet Mail Hungary Kft.-nek, két olyan leányvállalatnak, amelyek 2024. október 1-je előtt az e-kereskedelemben tevékenykedtek és a MALL.HU webáruházat üzemeltették. Az m-HU Internet Kft. és az Internet Mail Hungary Kft. már nem végez értékesítési tevékenységet Magyarországon.

8. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint az alábbi vállalkozásokkal tartozik egy vállalkozáscsoportba:
- Allegro.eu SA (Luxemburg)
 - Allegro Treasury S.à r.l. (Luxemburg)
 - Ceneo.pl sp. z o.o. (Lengyelország)
 - Allegro Pay sp. z o.o. (Lengyelország)
 - eBilet Polska sp. z o.o. (Lengyelország)
 - Allegro Foundation (Lengyelország)
 - Opennet.pl sp. z o.o. (Lengyelország)
 - Allegro Retail a.s. (Cseh Köztársaság)
 - Allegro Finance sp. z o.o. (Lengyelország)
 - SCB Warszawa sp. z o.o. (Lengyelország)
 - Allegro Slovakia s.r.o. (Szlovákia)
 - MIMOVRSSTE, spletna trgovina, d.o.o. (Szlovénia)
 - Internet Mall d.o.o. (Horvátország)
 - Internet Mall Hungary Kft. (Magyarország)
 - Allegro Hungary Kft. (Magyarország).

III.

Érintett piac

III. 1. Érintett termékek

9. Jelen versenyfelügyeleti eljárásban érintett termékek a <https://allegro.hu/> weboldalon, illetve Allegro mobilapplikációban elérhető online piactéren az árgarancia megjelöléssel ellátott termékek. Az Allegro, mint online piactér számos termékkategóriában nyújt kínálatot. A fő termékkategóriák az alábbiak:
- Elektronika
 - Divat
 - Otthon és kert
 - Szupermarket
 - Gyerekek
 - Szépségápolás
 - Egészség
 - Kultúra és szórakoztatás
 - Sport és utazás
 - Autó-motor
 - Gyűjtemények és művészet
 - Vállalkozások és szolgáltatások.
10. Az Allegro nyilatkozata szerint⁸ a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelöléssel ellátott termékek köre folyamatosan, [Üzleti titok] változhatott, illetve bármely a piactéren elérhető termék kaphatott ilyen megjelölést amennyiben [Üzleti titok].

⁸ A VJ/4-6/2025. számon átemelt, B/114-9/2024. számú nyilatkozat 10. oldal

11. Az alábbi táblázat⁹ mutatja be a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelöléssel ellátott, az Allegro weboldalon és az Allegro alkalmazásban értékesített összes termékek számát¹⁰ 2024. október és 2025. február közötti időszakban. Ez alapján elmondható, hogy az összes termékhez képest a „Legalacsonyabb ár garanciával” érintett termékek aránya [Üzleti titok] között mozgott.

	2024. október	2024. november	2024. december	2025. január	2025. február
„Legalacsonyabb ár garancia” megjelöléssel ellátott termékek száma ¹¹	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]
Az Allegro kínálatában szereplő összes termékek száma ¹²	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]	[Üzleti titok]

12. Az érintett termékek értékesítéséből jutalék¹³ formájában származik az eljárás alá vont vállalkozásnak árbevétele, tekintettel arra, hogy termékértékesítést nem végez, hanem az eladók számára nyújt lehetőséget az eladásra az online piactér üzemeltetésével.

III. 2. Érintett piac

III.2.1. Kínálati oldal

13. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint¹⁴ a **magyarországi e-kereskedelmi szektor** általánosságban sok szereplős és erős verseny jellemzi, amelyen jelen vannak például:
- (i) nagy nemzetközi márkák (pl. MediaMarkt, Decathlon, Notino, Praktiker, Rossmann, Tesco, ecipo.hu),
 - (ii) piacterek, amelyek már stabil pozíciókkal rendelkeznek (pl. eMag, Alza), valamint kínai szereplők (pl. Temu, Shein, AliExpress), valamint
 - (iii) helyi szereplők (pl. pepita.hu), amelyek igen széles termékválasztékot kínálnak.

⁹ VJ/4-6/2025. számon átemelt, B/114-16/2024. számú nyilatkozat

¹⁰ A VJ/4-6/2025. számon átemelt, B/114-16/2024. számú nyilatkozat 4. pontja szerint a táblázatban szereplő számok a legalacsonyabb ár garancia jelzéssel ellátott termékek átlagos (napi) számai. Az átlag kiszámításánál csak azok az áruk kerültek figyelembevételre, amelyek egy adott napon aktívak voltak és a legalacsonyabb ár garancia jelvénnel voltak ellátva.

¹¹ VJ/4-6/2025. számú feljegyzéssel átemelt, B/114-16/2024. számú nyilatkozat, valamint a VJ/4-24/2025. számú nyilatkozat

¹² VJ/4-14/2025. számú nyilatkozat

¹³ Ld. VJ/4-6/2025. számú feljegyzéssel átemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés 1. melléklet

¹⁴ https://allegro.hu/kampany/ertesites-megkezdese?utm_campaign=referral_mainpage&affiliation=main_page

¹⁴ VJ/4-7/2025. számú adatszolgáltatás

14. A PwC és a Digitális Kereskedelmi Szövetség által végzett kutatás (a továbbiakban: Digitális Kereskedelmi Körkép 2025/I)¹⁵ alapján az aktív magyar webáruházak száma 18 900. Értékelésük szerint a „marketplace” (piactér) szereplők közötti verseny új szintre lépett. Míg korábban az eMAG uralta a hazai terepet, ma már a Pepita, a Fizz, az Allegro és a Temu is aktívan jelen van különböző stratégiákkal. Az Allegro még visszafogottan terjeszkedik, a Temu-ra pedig egyelőre nem lehet kereskedőként belépni, ugyanakkor a kínai cég a magyar piacra készült hirdetéseiben egyre gyakrabban reklámozza a hazai kiszolgálást.
15. A Digitális Kereskedelmi Körkép 2025/I szerint, amíg az e-kereskedelmi importból származó forgalom növekedése több mint 25% volt 2024-ben, addig a hazai és EU-n belüli e-kereskedőkből álló online piac forgalma együttesen csupán 9,8%-kal tudott bővülni, ráadásul utóbbi halmazon belül a növekedés főként az EU-s cégeknek köszönhető, nem pedig a magyar vállalatoknak. Ezek az unión belüli kereskedők a magyar piacot stratégiai országgént kezelve, helyi jelenléttel is rendelkeznek, weboldaluk, szolgáltatásuk igazodik a magyar fogyasztók igényeihez, ugyanakkor a rendelések kiszolgálása és az árukészlet beszerzése sokszor más országból történik. E-kereskedelem terén a magyar vásárlókat kiszolgáló EU-s kereskedők leggyakoribb anyapiaca Csehország, Lengyelország, Németország, Románia és Szlovákia.

III.2.2. Keresleti oldal

16. A Digitális Kereskedelmi Körkép 2025/I.¹⁶ szerint 2024-ben 4,3 millióan vásároltak online Magyarországon. A 2024-ben a magyar vásárlók által generált online termék rendelések száma meghaladta a 114 millió darabot, amely 12%-os bővülés az előző évhez képest. A rendelések intenzitását tekintve is koncentrált a piac: a bázis harmadát adó „gyakori vásárlók” – akik legalább havonta rendelnek – felelnek a rendelések közel háromnegyedéért.
17. Az internetes vásárlás már nem számít újkeletűnek, az hozzátartozik a legtöbb internetező mindennapjaihoz. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) 2023-ban végzett kutatása¹⁷ szerint a magyar internethasználók 80%-a vásárolt legalább egy terméket interneten keresztül. A kutatásban résztvevők 47%-a ruhát vagy cipőt vásárol leggyakrabban online, ezt az egészséggel kapcsolatos termékek követték, majd az élelmiszerek és az italok.
18. Az NMHH felkérésére 2025 elején, az online platformok üzleti modelljének érzékeléséről elvégzett kutatás (a továbbiakban: NMHH online platformok kutatás)¹⁸ alapján az online vásárlást leginkább a megvásárolni kívánt termék ára befolyásolja, tízből nyolc válaszadó (78%) jelezte ezt. Kiemelt számukra a fizetési lehetőségek köre is, kétharmaduk (67%) jelezte, hogy inkább vagy nagy mértékben van így. Közel ennyien (61%) jelezték, hogy (jelentősen) befolyásolja őket az online vásárlás esetén, hogy jól ismert-e a kereskedő, de a magyar nyelvűség is ugyanilyen jelentőségű (60%). Legkevésbé az befolyásoló tényező, hogy a termék bel- vagy külföldről érkezik (43%). Ugyanezen felmérésben résztvevő

¹⁵ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 16. számú melléklete (<https://dksz.hu/digitalis-kereskedelmi-korkep-2025-i>)

¹⁶ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 16. számú melléklete (<https://dksz.hu/digitalis-kereskedelmi-korkep-2025-i>)

¹⁷ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 25. számú melléklete (https://nmhh.hu/cikk/245624/Kevesebbet_koltunk_a_neten_Az_online_vasarlasi_szokasokat_vizsgalta_az_NMHH)

¹⁸ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 20. számú melléklete (<https://onlineplatformok.hu/cikk/online-platformok-uzleti-modelljeinek-erzekelese>)

fogyasztók harmada (33%) nem hallott még az Allegróról, negyede (25%) tekinti online piactérnek, hatoda (17%) nem, míg minden negyedik (24%) nem tudta eldönteni.

19. A Reacty Digital 2024-ben készített felmérése¹⁹ szerint az online vásárlóknak már 73%-a okostelefonon keresztül vásárol. A kutatás szerint minden második (55%) online vásárlónak fontos, hogy a webáruház mobilról/tabletről is könnyen kezelhető legyen, akár optimalizált weboldal, akár saját applikáció segítségével. Az okostelefont/tabletet használók több mint fele (56%) inkább az utóbbi verzióra szavaz, bár a rezponzív weboldal kedvelői (37%) sincsenek kevesen, egy szűk réteg (7%) pedig bizonytalan abban, melyiket részesíti előnyben.
20. A Shopfully nyolc európai országra (köztük Magyarországra is) kiterjedő 2025-ös kutatásából²⁰ kiderül, hogy az ár-érték arány a vásárlók legfőbb szempontja. A megkérdezettek 70 százaléka a minőséget, míg 65 százalékuk az árat tartja a márkaválasztás legfőbb tényezőjének. A magyar vásárlók árérzékenyebbek: a mérleg az ár javára billen, 67 százalék számára ez az elsődleges szempont, míg 62 százalék a minőséget helyezi előtérbe. A fogyasztók árérzékenységét mutatja be az a 2025-ben, az EY Future Consumer Index által elvégzett nemzetközi felmérés is, amely szerint a fogyasztók 80%-ának számára az ár a legfontosabb tényező a vásárlási döntés során.²¹
21. A Google és az Ipsos 2023-ban végzett tanulmánya²² szerint a fogyasztók 80%-a nyilatkozott úgy, hogy végzett valamely keresőmotorban keresést a vásárlás előtt. A keresés során a legfőbb szempontok az értékelések, vélemények, valamint az ár volt. A kutatásból az is kiderül, hogy a fogyasztók 86%-a szerint az online keresések segítenek megalapozottabb döntéseket hozni a vásárlás során. A Google hangsúlyos szerepet játszik a vásárlást megelőzően folytatott keresés során, ugyanis a kutatás szerint 10 megkérdezett fogyasztóból 9 hajt végre keresést a vásárlást megelőzően.
22. Az NMHH online platformok kutatása szerint a 18 éves vagy idősebb magyar internetezők 44%-a legalább havonta egyszer használja valamelyik online ár-összehasonlító oldalt, míg további harmada évente néhányszor. Vagyis összességében a felnőtt internetezők 23%-a sosem, vagy csak ritkán kattint ilyen oldalakra. Az ár-összehasonlító oldalak használata egyértelmű összefüggésben van az online nézelődéssel, információkereséssel és az internetes vásárlással is. Minél gyakrabban teszi ezt valaki, annál valószínűbb, hogy többször használja az ár-összehasonlító oldalakat is.
23. A Digitális Kereskedelmi Körkép 2025/I megállapítása szerint a fizetési szokások terén 4 százalékot növekedett az online előre fizetés aránya, és mostanra már 10-ből 4 rendelést így fizetnek a vásárlók. Annak ellenére, hogy jellemzően feláras, még mindig népszerű az utánvét, de már többen fizetnek bankkártyával (30%) mint készpénzzel (25%). Az utánvétes fizetés a trendeket tekintve lassan veszít népszerűségéből, ahogy azt a GKID–Mastercard 2024 májusában publikált²³ Digitális Fizetési Körképe is bemutatta, eszerint ugyanis 2015-

¹⁹VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 26. számú melléklete (<https://reactydigital.hu/2024/06/mar-a-zsebunkben-is-elfernek-a-webaruhazak/>)

²⁰ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 21. számú melléklete (<https://trademagazin.hu/hu/sporol-rakeres-az-interneten-akciora-vadaszik-igy-vasarol-europa-2025-ben/>)

²¹ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 30. számú melléklete (<https://mediafuture.hu/content/2025/04/29/ey-kutatas-markahuseg-ar-ertek-arany/>)

²² VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 27. számú melléklete (<https://marketing-consulting.hu/vasarlasi-trendek/>)

²³ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 31. számú melléklete (<https://gkid.hu/2024/05/08/digitalis-kereskedelmi-korkep-2024-i-e-ker-piac-lenduletvesztese/>)

2023 között az utánvétel fizetések aránya (az előre fizetett rendelésekhez képest) 80%-ról 58,9%-ra csökkent.²⁴

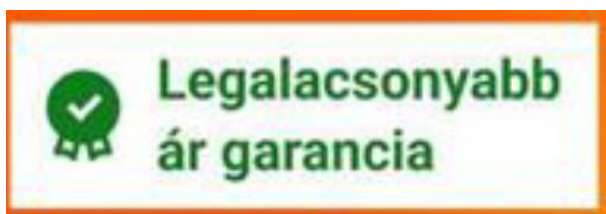
24. A Gazdasági Versenyhivatal 2022 februárjában publikált Adatvagyon piacelemzése²⁵ keretében elvégzett, nagymintás, 1000 fő megkérdezésével megvalósult kvantitatív (kérdőíves), reprezentatív fogyasztói kutatás (a továbbiakban: adatvagyon fogyasztói kutatás)²⁶ szerint a vásárlók, ha nem kötelező, általában megadják a kevésbé érzékenynek gondolt adataikat így például a szállítási címet, nemet, telefonszámot vagy a születési dátumot. Az adatok megadása legtöbb esetben a webáruház megbízhatóságától függ, illetve attól, hogy várhatóan fog-e a későbbiek során is rendelni onnan a vásárló. Az adatvagyon fogyasztói kutatáson belül elvégzett, lakossági fórumcsoportos kutatás²⁷ is megerősítette mindezt, kiegészítve azzal, hogy csak azokba a webáruházakba regisztrálnak jellemzően, amelyeket rendszeresen használnak, ha regisztráció nélküli vásárlási is választható, valamint a fogyasztók a születési dátum/év megadását regisztrációkor csak akkor teszik meg szívesen, ha ehhez konkrétan tudnak előnyt kapcsolni (pl. születésnap kedvezmény).

IV.

Megállapított tényállás

IV. 1. Az árgarancia rendszer

25. Jelen versenyfelügyeleti eljárás tárgyát az képezi, hogy az eljárás alá vont internetes áruházában és a funkciójában és működésében hasonló mobiltelefonos alkalmazásában hangsúlyos helyen, valamint nagy költségvetésű online kampányában szintén hangsúlyosan megjelenítette a „legalacsonyabb ár garancia!” szlogent az azt kiemelő zöld jelvényvel együtt, a legalacsonyabb árat azonban jelentős korlátozással garantálta az eljárás alá vont, amit nem időszerűen kommunikált a fogyasztók felé:



²⁴ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 32. számú melléklete (https://gkid.hu/wp-content/uploads/GKID-MC_DKK-public-summary-2024-I_HUN.pdf)

²⁵ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 17. számú melléklete (A Gazdasági Versenyhivatal AL/93/2021. számú piacelemzésének eredményeként készült „Az adatvagyon keletkezése és szerepe az online kiskereskedelemben fogyasztóvédelmi és versenypolitikai szempontból” c. tanulmány https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/piacelemzesi-tanulmany&inline=true)

²⁶ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 19. számú melléklete (https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/lakossagi-kerdoiives-kutatas&inline=true)

²⁷ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 18. számú melléklete (https://gvh.hu/pfile/file?path=/dontesek/agazati_vizsgalatok_piacelemzesek/piacelemzesek/lakossagi-forumcsoportos-kutatas&inline=true)

26. Az egyedi termékoldalakon a „Legalacsonyabb ár garancia” jelvény az Allegro nyilatkozata,²⁸ valamint a honlapon is elérhető tájékoztatás (részletesen lásd a IV.4.1. pontot) szerint azon ajánlatok esetén jelent meg, amelyek megfeleltek az alábbi feltételeknek:
- 1) az összehasonlításban résztvevő áruházak azonos termékei közül a legolcsóbb ajánlat,
 - 2) megbízható eladók által kínált,
 - 3) új termékek, és elérhetők a „Vásárlás most” opcióval,
 - 4) ingyenes kiszállítással vagy Allegro Smart! jelvényvel rendelkeznek,
 - 5) bejelentett feladási időpont megegyezik a kategória átlagával vagy annál rövidebb,
 - 6) az eladó áfás számlát állít ki.
27. 2024. október és 2025. február között minden hónapban kiadott, »„Garantáltan a legjobb ár a kiválasztott webáruházakban” kampány Szabályzata« (a továbbiakban: kampányszabályzatok) alapján²⁹ az egyes havi kampányok során a vásárló abban az esetben vált jogosulttá a garanciára, ha:
- 1) rendelkezik Allegro-fiókkal,
 - 2) „Legalacsonyabb ár garancia” felirattal ellátott terméket vásárol forintban,
 - 3) a vásárláskor be van jelentkezve Allegro fiókjába,
 - 4) a vásárlástól számított 72 órán belül a www.allegro.hu oldalon található űrlapon bejelenti, hogy
 - 5) a 20 meghatározott online kereskedő közül az egyik oldalán olcsóbb terméket talált (az árnál nem vehető figyelembe a szállítási költség, bármilyen kedvezmény),
 - 6) amely termék azonos a www.allegro.hu-n vásárolt termékkel (gyári szám, szín, méret),
 - 7) alacsonyabb árnak a www.allegro.hu-n történt vásárlástól számított 72 órán belül kell fennállnia,
 - 8) a termék nem esik valamely korlátozás alá (használt, sérült, outlet, licitálásra kínált, árverésen megszerezhető termék),
 - 9) ha több egységet vásárolt, akkor is csak egy termék után igényelhet kupont, valamint
 - 10) a vásárló a www.allegro.hu-n vásárolt terméket nem küldi vissza.
28. A 2024 októberétől 2025 február végéig tartó időszakban – változatlan sorrenddel – az alábbi 20 webáruház árait hasonlította össze az Allegro (miközben fenntartotta a jogot a kampányszabályzatban arra, hogy a lista változhat):
1. pepita.hu
 2. alza.hu
 3. notino.hu
 4. ecipo.hu
 5. conrad.hu
 6. answear.hu
 7. mediamarkt.hu
 8. profibarkacs.hu
 9. euronics.hu
 10. rossmann.hu
 11. dm.hu
 12. emag.hu

²⁸ VJ/4-6/2025. számú feljegyzéssel átemelt B/114-6/2024. számú nyilatkozat

²⁹ VJ/4-6/2025. számú feljegyzéssel átemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés 4 mellékletei, elérhetőségét a IV.4.1. pont mutatja be

- 13. regiojatek.hu
- 14. favi.hu
- 15. decathlon.hu
- 16. jatekraj.hu
- 17. obi.hu
- 18. babaszafari.hu
- 19. lira.hu
- 20. praktiker.hu.

29. A kampányszabályzatok arról is rendelkeztek, hogy a fenti feltételeknek való megfelelés esetén az árgaranciára jogosulttá váló fogyasztó
- a) az aktuális kampány végét követő (hónap utolsó napja) 30 napon belül,
 - b) az árkülönbözlet 150%-ának megfelelő,
 - c) de **legfeljebb** 19 000 Ft értékű,
 - d) felkerekített [200, 500, 700, 1000, 1500, 2000, 2500, 3000, 3500, 4000, 4500, 5000, 6000, 7000, 8000, 9000, 10 000, 11 000, 12 000, 13 000, 14 000, 15 000, 16 000, 17 000, 18 000, 19 000]
 - e) **kupont** kap, amelyet
 - f) 30 napon belül használhat fel a www.allegro.hu oldalon történő vásárlásért, akként, hogy
 - g) vásárlásonként csak egy kedvezménykupont használhat fel,
 - h) csak az Allegro felületén történő gyors fizetéssel használható fel,
 - i) nem vehető igénybe utánvét, hagyományos átutalás és részletfizetéses vásárlások esetén.
30. Az Allegro online piactéren történő vásárláshoz nem volt szükséges regisztrációt készíteni, illetve a már regisztrált fogyasztóknak bejelentkezni.³⁰ Amennyiben valaki regisztrált, regisztráció során meg kellett adni e-mail címet/telefonszámot, valamint életkort, vagy az Allegro webáruházat össze lehetett kötni a Google, illetve Facebook fiókkal. A regisztrációt követően meg kellett adni az azonosító adatokat (nevet), és levelezési címet.³¹

IV. 2. Az árgarancia rendszer működése

31. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, [Üzleti titok].
32. Az Allegro nyilatkozata szerint [Üzleti titok].
33. [Üzleti titok]. Az ilyen esetekben ad lehetőséget a fogyasztóknak arra, hogy a bejelentési űrlap kitöltésével a vásárlást követő 72 órán belül bejelenthessék azt a webáruházat, ahol ugyanazon terméket alacsonyabb áron találják meg.

IV. 3. A beérkezett árgarancia kérelmek

34. A „Legalacsonyabb ár garancia” keretében beérkezett bejelentések, azok elbírálása, a kuponok felhasználásának aránya 2024 októberétől 2025 februárjáig terjedő időszakban az alábbiak szerint alakult.³²

³⁰ VJ/4-56/2025. 4. számú melléklete (képernyőmentés a <https://allegro.hu/kosar> oldalról)

³¹ VJ/4-56/2025. 22. számú melléklete

(Az allegro adatkezelési szabályzata <https://allegro.hu/feltetelek/fuggelek/5#ii-resz-a-tarsasag-altal-kezelt-szemelyes-adatok-kore>)

³² VJ/4-8/2025. és a VJ/4-14/2025. számú nyilatkozatok

Időszak	2024 október	2024 november	2024 december	2025 január	2025 február	Összesen
Alacsonyabb árat bejelentő vásárlók száma						
Sikeres bejelentés után kupont kapó vásárlók száma						
A következő 30 napon belül felhasznált kuponok száma						
A megítélt érték és a felhasznált érték összesen (HUF)	[Üzleti titok] [Üzleti titok]	[Üzleti titok] [Üzleti titok]	[Üzleti titok] [Üzleti titok]	[Üzleti titok] [Üzleti titok]	[Üzleti titok] [Üzleti titok]	[Üzleti titok] [Üzleti titok]

35. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy 2024 októbere és 2025 februárja között mindössze [Üzleti titok] vásárlói igényt utasított el, az elutasítások okai pedig a következők voltak:
- 1) áru visszaküldése a jogszabályban meghatározott 14 napos elállási időszakon belül megtörtént³³ ([Üzleti titok])
 - 2) a rendelés törlésre került ([Üzleti titok])
36. Az Allegro adatszolgáltatása alapján nem volt olyan vásárló, akinél a bejelentett árkülönbözet 150%-a meghaladta volna a 19 000 Ft-os értékhatárt.

IV. 4. Az árgaranciára vonatkozó kereskedelmi kommunikáció

37. Az eljárás alá vont vállalkozás egy hónapos árgarancia kampányokat hirdetett 2024 októberében, novemberében és decemberében, valamint 2025 januárjában és februárjában. Az Allegro nyilatkozata szerint a kommunikáció az alábbi csatornákra terjedt ki:³⁴
- saját (www.allegro.hu) weboldal,
 - online megjelenések: Google Adwords,
 - e-DM levelek,
 - közösségi média megjelenések a saját oldalain (Facebook és Instagram),

³³ A vizsgálók utalnak a VI.1.1.1. pont j) szakaszra

³⁴ VJ/4-6/2024. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-9/2024. számú nyilatkozat

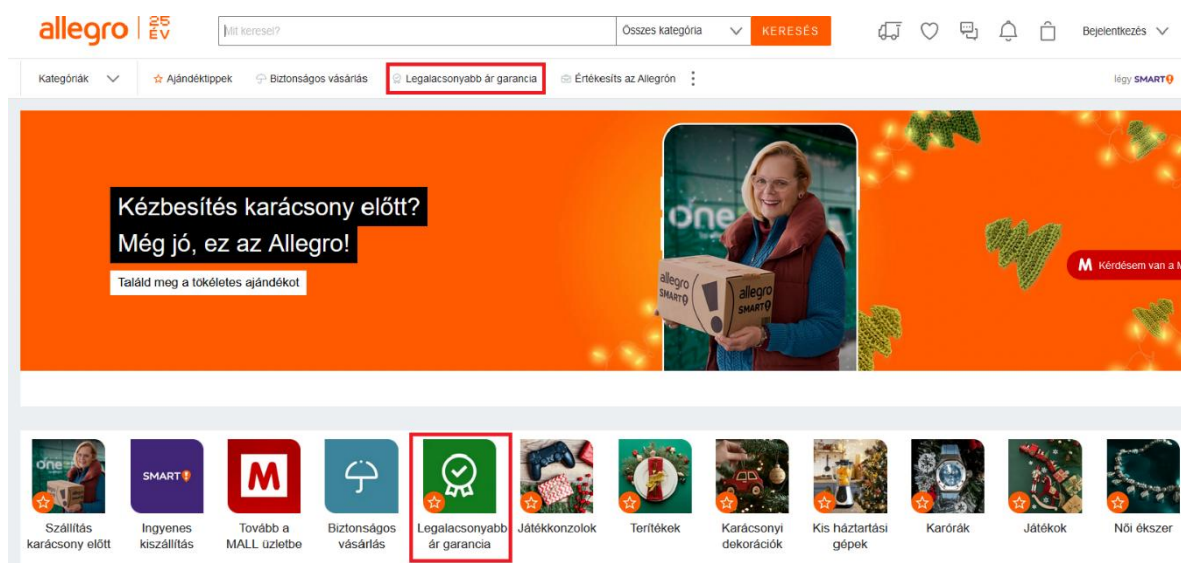
- az Allegro külföldi weboldalán³⁵ keresztül 2024. október 2-án angol nyelvű sajtóközlemény a magyarországi terjeszkedéséről, amelyben a kampány is említésre került, ezen sajtóközlemény nyomán számos cikk³⁶ jelent meg az Allegro magyarországi terjeszkedéséről 2024 októberében.

38. Az Allegro mobilalkalmazásban is megjelenítette az árgaranciára vonatkozó kommunikációját a fogyasztók számára az érintett termékekhez kapcsolódóan, **valamint általánosan is.**

IV.4.1. Weboldali kommunikáció

IV.4.1.1 A főoldalon elérhető információk

39. A weboldal főoldalán volt látható a „Legalacsonyabb ár garancia” alcím, valamint a „Legalacsonyabb ár garancia” ikon.³⁷



IV.4.1.2 Kampány információs oldal

40. Az alcímre, valamint az ikonra kattintva is a <https://allegro.hu/kampany/argarancia> kampány információs oldalra (a továbbiakban: kampány információs aloldal) lehetett eljutni,³⁸ ahol a

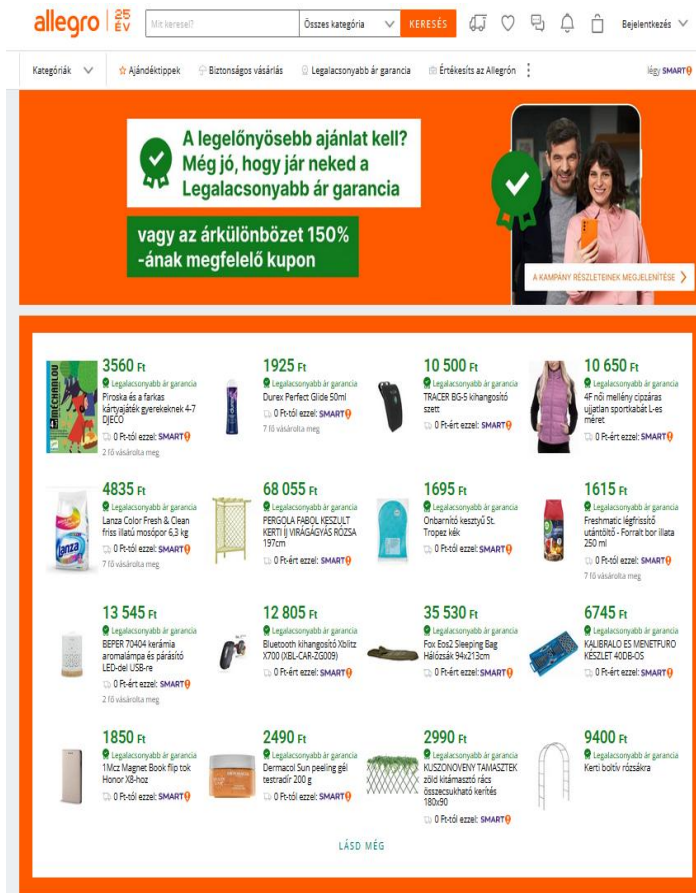
³⁵ „What is more, shopping on Allegro.hu comes with a Best Price Guarantee, which ensures that shoppers get the best deal on selected products by automatically comparing prices on Allegro with some of the most popular online stores. Products eligible for this guarantee display a special badge, and if a lower price is found for the same product elsewhere, Allegro will provide a coupon worth 150% of the price difference, redeemable on the platform. This guarantee allows customers to shop with confidence, knowing they are getting the best possible price.”

³⁶ VJ/4-7/2025. számú nyilatkozatának 1. melléletében pedálul: <https://www.hwsz.hu/hirek/68223/allegro-lengyelorszag-ekereskedelem-webshop-online-aruhaz-marketplace.html>, <https://www.penzcentrum.hu/vasarlas/20241001/uj-webshop-tarolna-le-magyarorszagot-gigaakciokkal-indult-el-rettegget-az-alza-emag-1157277>

³⁷ VJ/4-56/2025. számú beemelő feljegyzés . számú melléklete (allegro weboldal mentések 2025_január)

³⁸ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel áttemelt B/114-6/2024. sz. beadvány 1.3. melléklete tartalmazza 2024. október és 2025. január közötti történt kisebb változtatásokat

lap tetején ajánlatként megjelent 16 termék a „Legalacsonyabb ár garancia” jelvénnel ellátott termékkínálatból. ³⁹ (Lásd a következő kép.)



41. A kampány információs aloldalon továbbgörgetéssel vált elérhetővé az az információ, hogy csak kiválasztott webáruházak árait hasonlították össze, valamint itt tüntették fel, hogy a „Legalacsonyabb ár garancia” jelvény mely ajánlatokban jelenik meg. A „Szabályzatban”⁴⁰ felíratra kattintva új ablakban jelent meg az aktuális hónap kampányszabályzata. A szabályzat felirat alatt jelent meg az aktuális és az azt megelőző kampány időtartama, amint az a következő képen látható. ⁴¹

³⁹ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel áttemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés melléklete (2024. december 12-én a www.allegro.hu oldal termék aloldalain elérhető tájékoztató fül tartalmáról készült képernyőmentések)

⁴⁰ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel áttemelt B/114-18/2024. sz. iratbeemelésről szóló feljegyzés 4. sz. melléklete (<https://allegro.hu/feltetelek/a-legalacsonyabb-ar-garancia-a-kivalasztott-webaruhazakban-kampany-szabalyzata-k100YR1DKfE>)


⁴¹ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel áttemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés melléklete (2024. december 12-én a www.allegro.hu oldal termék aloldalain elérhető tájékoztató fül tartalmáról készült képernyőmentések)

Összehasonlítottuk számodra a kiválasztott webáruházak árait

A Legalacsonyabb ár garancia jelvény a következő ajánlatokban jelenik meg:

- ✔ az összehasonlításban részt vevő áruházak azonos termékei közül a legolcsóbb ajánlat,
- ✔ megbízható eladók által kínált,
- ✔ új termékek, és elérhetők a Vásárlás most opcióval,
- ✔ ingyenes kiszállítással vagy Allegro Smart! jelvénnel rendelkezők,
- ✔ a bejelentett feladási időpont megegyezik a kategória átlagával vagy annál rövidebb,
- ✔ az eladó áfás számlát állít ki.


További információk a [Szabályzatban](#)



Mikor élvezhetem a Legalacsonyabb ár garancia akciós kampány előnyeit?

A jelenlegi kampány 2024. december 1-től december 31-ig tart.


Az előző kampány 2024. november 1-től 2024. november 30-ig tartott.




42.


A kampány információs aloldalon még tovább görgetve az olcsóbb termékek bejelentésének folyamatát bemutató tájékoztatás⁴² szerepelt:

Olcsóbb terméket találtál? Nézd meg, hogyan lehet bejelenteni




Vásárolj egy terméket

Vásárolj egy terméket a  Legalacsonyabb ár garancia jelvénnel ellátott ajánlatból




Olcsóbb terméket találtál? Nézd meg, hogyan lehet bejelenteni

Lépj a **Vásárlási előzmények** lapra, és töltsd ki az űrlapot. Ezt az Allegrón történő **vásárlástól számított 72 órán** belül tedd meg.



Várd meg a döntésünket.

Bejelentésed a kampány végétől számított 30 napon belül bíráljuk el. Mihelyt ez megtörtént, e-mailben értesítünk.



Szerezd meg a kupont

Ha a bejelentésed pozitív eredménnyel zárul, egy kedvezménykupont kapsz tőlünk, amelyet az akciós kampány részeként használhatsz fel az Allegrón. Egy kampány során maximum **19 000 forintot** kereshetsz. **A kupon 30 napig érvényes.**

További információra van szükséged? Tovább a [Súgó](#) oldalra

43.

A következő legörgetéssel voltak érhetőek a kampányban való részvételre vonatkozó további feltételek⁴³:

⁴² A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés melléklete (2024. december 12-én a www.allegro.hu oldal termék aloldalain elérhető tájékoztató fül tartalmáról készült képernyőmentések)

⁴³ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés melléklete (2024. december 12-én a www.allegro.hu oldal termék aloldalain elérhető tájékoztató fül tartalmáról készült képernyőmentések)

Nézd meg, mikor kaphatsz utalványt

- ✔ Aktiv Allegro-fiókkal rendelkezel, amelybe be vagy jelentkezve, és amellyel vásárolhatsz Legalacsonyabb ár garancia jelvénnel ellátott termékeket.
- ✔ Forintban vásárolsz.
- ✔ Az összehasonlításban részt vevő áruházak egyikében azonos terméket találtál Magyarországra történő szállítással, az Allegro áránál alacsonyabb áron.
- ✔ Egy termék akkor azonos, ha ugyanaz a gyártói jelölése, a katalógusszáma (EAN, ISBN), a mérete és a színe, mint a „Legalacsonyabb ár garancia” jelvénnel ellátott terméké, és nem esik semmilyen kivétel alá.
- ✔ Töltsd ki és küldd el az űrlapot a vásárlásodtól számított 72 órán belül, és mi megkapjuk az értesítéset.

JELENTSD BE A VÁSÁRLÁSI ELŐZMÉNYEKBE

- ✘ A visszaküldött megrendelésekért nem adunk kupont.
- ✘ A szállítási díjat nem vesszük figyelembe. Az utalványokat és az ajándékkártyákat nem vesszük figyelembe.
- ✘ A bejelentésben kizárólag az azonos termék mindenki számára érvényesen feltüntetett aktuális eladási ára szolgálhat az ár-összehasonlítás alapjául. Az ár-összehasonlítás nem veszi figyelembe az egyéni, visszamenőleges kedvezményeket, a kedvezményeket, a pénzvisszatérítési akciókat stb.
- ✘ Kivételek, és nem tekinthetők azonos termékeknek, illetve nem képezhetik összehasonlítás alapját a használt, nem eredeti, sérült, outlet, licitálásra kínált és árverésen megszerezhető termékek, valamint a fizikai áruházban korábban kiállított termékek.

44. Ezen információk alatt szerepelt az ár-összehasonlításban résztvevő áruházak tételes listája⁴⁴:

Az általunk összehasonlított áruházak listája

pepita.hu	regiojatek.hu	answer.hu	babaszafari.hu
dm.hu	ecipo.hu	jatekraj.hu	euronics.hu
alza.hu	favi.hu	mediamarkt.hu	lira.hu
emag.hu	conrad.hu	obi.hu	rossmann.hu
notino.hu	decathlon.hu	profibarkacs.hu	praktiker.hu

45. A kampány információs aloldal legalján pedig a gyakran ismételt kérdések (GYIK) szerepeltek.

IV.4.1.3 Termék aloldalak

46. A „Legalacsonyabb ár garancia” jelvénnel ellátott termékre kattintva a termék aloldala nyílik meg, ahol a termék ára alatt elhelyezett, zöld pipás jelvény után a „Legalacsonyabb ár garancia” zöld felirat jelent meg, mellette szürke színnel volt olvasható a „*megtekintés*” felirat⁴⁵:

⁴⁴ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés melléklete (2024. december 12-én a www.allegro.hu oldal termék aloldalain elérhető tájékoztató fül tartalmáról készült képernyőmentések)

⁴⁵ VJ/4-56/2025. számú beemelő feljegyzés 3. számú melléklete (allegro weboldal mentések 2025_január)

47. A „*megtekintés*” gombra kattintva (anélkül, hogy a termék aloldalról elnavigálna a honlap) a lap jobb oldalán felugró oldalfülön volt megismerhető, hogy
- mely ajánlatokban jelenik meg a „Legalacsonyabb ár garancia” jelvény, valamint
 - melyek az olcsóbb termék bejelentési folyamatának a lépései.
48. A „*Szabályokban*” felírra kattintva a kampányszabályzat egy új ablakban jelent meg. Az alul olvasható, „*További információra van szükséged?*” felirat melletti „*Ellenőrzés*” felírra kattintva a kampány információs aloldal új ablakban⁴⁶ nyílt meg:

⁴⁶ VJ/4-56/2025. számú beemelő feljegyzés 3. számú melléklete (allegro weboldal mentések 2025_január)

Legalacsonyabb ár garancia

Ha az egyik kiválasztott webáruházban olcsóbb terméket találsz, akkor az árkülönbözet 150%-ának megfelelő kupont kapsz tőlünk.

Összehasonlítottuk számodra a kiválasztott webáruházak árait

A Legalacsonyabb ár garancia jelvény a következő ajánlatokban jelenik meg:

- ✓ az összehasonlításban részt vevő áruházak azonos termékei közül a legolcsóbb ajánlat
- ✓ megbízható eladók által kínált
- ✓ új termékek, és elérhetők a Vásárlás most opcióval
- ✓ ingyenes kiszállítással vagy Allegro Smart! jelvénnel rendelkeznek
- ✓ a bejelentett feladási időpont megegyezik a kategória átlagával vagy annál rövidebb
- ✓ az eladó áfás számlát állít ki

További információk a [Szabályokban](#)

Olcsóbb terméket találtál? Nézd meg, hogyan lehet bejelenteni

- **Vásárolj egy terméket**
Vásárolj egy terméket a Legalacsonyabb ár garancia jelvénnel ellátott ajánlatból
- **Olcsóbb terméket találtál? Tudasd velünk!**
Légy a Vásárlás most elemények lapja, és töltsd ki az űrlapot. Ezt az Allegro-n történő vásárlásod követően 72 óra belül teheti meg.
- **Várd meg a döntésünket**
Bejelentésed a kampány megkezdésétől számított 30 napon belül bírálja el. Mielőtt ez megtörténne, e-mailben értesítünk.
- **Szeresd meg a kupont**
Ha a bejelentésed pozitív eredményt ér el, egy kedvezménykupont kapsz tőlünk, amelyet az akció kampány részének használatára fel az Allegro-n. Egy kampány során maximum 15 000 forintot kereshetsz. A kupon 30 napig érvényes.

További információra van szükség? [Ellenőrzés](#)

Az oldalsó fülön olvasható felirat:

„Legalacsonyabb ár garancia

Ha az egyik kiválasztott webáruházban olcsóbb terméket találsz, akkor az árkülönbözet 150%-ának megfelelő kupont kapsz tőlünk.

Összehasonlítottuk számodra a kiválasztott webáruházak árait

A legalacsonyabb ár garancia jelvény a következő ajánlatokban jelenik meg:

- ✓ *az összehasonlításban részt vevő áruházak azonos termékei közül a legolcsóbb ajánlat*
- ✓ *megbízható eladók által kínált*
- ✓ *új termékek, és elérhetők a Vásárlás most opcióval*
- ✓ *ingyenes kiszállítással vagy Allegro Smart! jelvénnel rendelkeznek*
- ✓ *a bejelentett feladási időpont megegyezik a kategória átlagával vagy annál rövidebb*
- ✓ *az eladó áfás számlát állít ki*

További információk a [Szabályokban](#)

Olcsóbb terméket találtál? Nézd meg, hogyan lehet bejelenteni

- **Vásárolj egy terméket**
Vásárolj egy terméket a Legalacsonyabb ár garancia jelvénnel ellátott ajánlatból

- **Olcsóbb terméket találtál? Tudasd velünk.**
Lépj a Vásárlási előzmények lapra, és töltsd ki az űrlapot. Ezt az Allegrón történő vásárlástól számított 72 órán belül tedd meg.
- **Várd meg a döntésünket**
Bejelentésed a kampány végétől számított 30 napon belül bíráljuk el. Mihelyt ez megtörtént, e-mailben értesítünk.
- **Szerezd meg a kupont**
Ha a bejelentésed pozitív eredménnyel zárul, egy kedvezménykupont kapsz tőlünk, amelyet az akciós kampány részeként használhatsz fel az Allegrón. Egy kampány során maximum 19 000 forintot kereshetsz. A kupon 30 napig érvényes.

További információra van szükséged? Ellenőrzés”

IV.4.1.4 Kampányszabályzat aloldal

49. A kampányszabályzat aloldal tartalmazta az összes feltételt a kampányokkal kapcsolatban, (lásd a IV. 1. pontot) így az alapvető, a bejelentésre, a panasztételre, valamint a személyes adatokra vonatkozó információkat, ezen felül a kampányban résztvevő webáruházak felsorolását. Minden kampány időszakra külön szabályzat készült, az egyes kampányidőszakok a hónap első napjától az utolsóig tartottak.⁴⁷

IV.4.2. Online hirdetések

50. [Üzleti titok].⁴⁸
51. Az Allegro nyilatkozata szerint az alábbi, vállalkozást általánosan népszerűsítő kommunikációt tette közzé⁴⁹, melyben az árgarancia kampányára is felhívta a figyelmet:



⁴⁷ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel áttemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés mellékletei (4.a, b, c, d mellékletek)

⁴⁸ VJ/4-14/2025. számú adatszolgáltatás

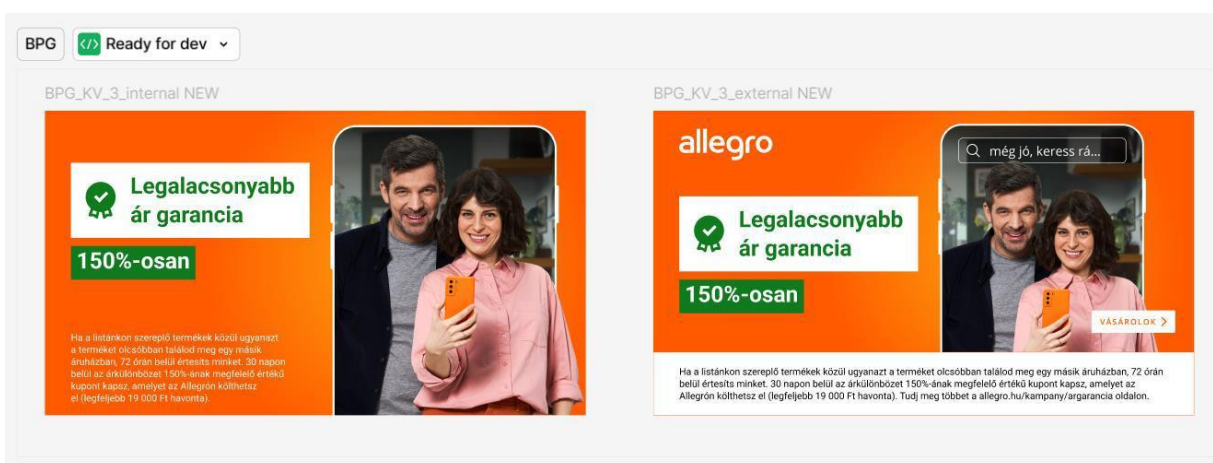
⁴⁹ VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel áttemelt B/114-9/2024. számú nyilatkozat

Feliratok:

„Vadiúj piactér hatalmas választékkal? Még jó, ez az Allegro. Fedezz fel több ezer terméket minden kategóriában a Legalacsonyabb ár garanciával. További részletek az allegro.hu/kampany/argarancia oldalon.” és

„Online vásárlás könnyen és egyszerűen? Még jó, ez az Allegro. Fedezzen fel több ezer terméket minden kategóriában a Legalacsonyabb ár garanciával. További részletek az allegro.hu/kampany/argarancia oldalon.”

52. Az Allegro előadta továbbá, hogy használt kifejezetten a „Legalacsonyabb ár garancia” kampányára vonatkozó megjelenéseket⁵⁰ is:



Felirat:

„Legalacsonyabb ár garancia 150%-osan. Ha a listánkon szereplő termékek közül ugyanazt a terméket olcsóbban találod meg **egy másik áruházban**, 72 órán belül értesíts minket. 30 napon belül az árkülönbözöt 150%-ának megfelelő értékű kupont kapsz, amelyet az Allegrón költhetsz el (legfeljebb 19 000 Ft havonta) Tudj meg többet a allegro.hu/kampany/argarancia oldalon.” (kiemelés az eljáró versenytanácstól)

IV.4.2.1 A Google Adwords egyes kampánytípusainak működése

53. A Google az alábbi információkat adta⁵¹ a Google Ads kampányok működésével kapcsolatban:
54. A Google Ads a Google elsődleges online hirdetési platformja, amely eszközöket biztosít a hirdetők számára a hirdetések létrehozásához, ajánlattételéhez és teljesítményük nyomkövetéséhez. A hirdetők a Google Keresési Hálózaton (pl. Google keresési, találati oldalak), a Google Display Hálózaton (pl. Gmail), továbbá harmadik felek webhelyein is megjeleníthetik hirdetéseiket.
55. Az eltérő hirdetésformátumok a kampány típusától és annak céljától is függhetnek. A hirdetők többféle hirdetést is futtathatnak ugyanazon Google Ads fiókból, akár ugyanazon kampányon belül is.

⁵⁰ VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel áttemelt B/114-9/2024. számú nyilatkozat

⁵¹ VJ/4-50/2025. számú adatszolgáltatás

56. A Google bemutatta, hogy milyen hirdetésformátumok különböztethetőek meg (például: Text Ads, Image Ads, Shopping Ads), valamint azt is, hogy milyen Google Ads kampánytípusok léteznek⁵². Jelen eljárásban a **teljesítmény-maximalizáló kampány (Performance Max Campaigns)** működése releváns, ami a Google tájékoztatása szerint egy célalapú kampánytípus, amely egy kampányból elérhetővé teszi a Google Ads teljes hirdetési felületét. A kampány a Google mesterséges intelligenciáját széles körben alkalmazza az ajánlattétel, a költségkeret-optimalizálás, a célközönség elérése, a kreatívelemek és a hozzárendelések területén, így valós időben maximalizálja a konverziókat és annak értékét. A Google Ads Súgó meghatározása szerint a konverzió a hirdetési kampányok teljesítményének mérésére és az ajánlattételi stratégia optimalizálására szolgáló művelet (például: vásárlás, kattintás, hírlevélre feliratkozás stb).⁵³
57. A hirdetések megjelenhetnek a YouTube-on, a Display hálózaton,⁵⁴ a Keresőben, a Discover felületen, a Gmailben és a Google Térképen. A kampányok képesek videókat és szöveges elemeket automatikusan létrehozni a céloldal tartalma alapján.
58. A Google továbbá előadta, hogy a **Pay Per Click – PPC** („kattintásalapú árazás”) hirdetéstípus nem jelent önálló kampánytípust a Google Ads rendszerében. A Google különbséget tesz az ajánlattételi (bidding) és a számlázási (billing) folyamatok között. A Pay Per Click (PPC) azaz a „kattintásalapú árazás” a számlázási folyamatra utal, míg a Cost-Per-Click (a továbbiakban: CPC) azaz a „kattintásonkénti költség” az ajánlattételi módszert jelöli. A kattintásonkénti költségen alapuló, azaz CPC-ajánlattétel esetén a hirdetők akkor fizetnek, amikor valaki rákattint a hirdetésükre, és ellátogat a weboldalukra. A hirdető által kattintásonként maximálisan fizetni kívánt összeg a maximális CPC-ajánlat, amelyet teljes hirdetés csoportra vagy egyes kulcsszavakra is meg lehet határozni. A CPC-ajánlattétel többféle Google Ads-kampányban⁵⁵ is alkalmazható.
59. A Google előadta, hogy a hirdetői felületen kizárólag a Search Campaign kampánytípus esetében lehetséges egyes kulcsszavakra rászűrni, ugyanis csak ez a kampánytípus használ kulcsszavakat.
60. A hirdetői felületen lehetséges egyes eszköztípusokra (Asset types) szűrni, amelyek képeket tartalmaznak, ez a funkció az Asset report felületén keresztül érhető el. A Google előadta továbbá, hogy bár van lehetőség képes eszköztípusokra keresni, azonban nem minden kép érhető el ellenőrzésre ezen a felületen, amelyet a Google létrehoz és megjelenít a hirdetéseiben.
61. Az Asset reportban a hirdetők eszköztípusonként képesek szűkíteni a megjelenített elemeket, így lehetséges a „kép” kategória kiválasztásával az is, hogy az adott kampányhoz tartozóan csak a képes elemek jelenjenek meg.
62. A hirdetések automatizált létrehozásával kapcsolatban a Google előadta, hogy a hirdető felelős a kezdeti tartalmi elemek megadásáért (például weboldalcím, tartalom, kiinduló címsorok/leírások, képek, kulcsszavak), amelyek alapján a Google mesterséges intelligenciája létrehozza vagy optimalizálja a hirdetésszöveget és más kreatívelemeket. A Google különféle funkciókat biztosít, amelyek lehetővé teszik a hirdetésszöveg automatikus

⁵² Pl.: keresési kampányok, display-kampányok, keresletgeneráló kampányok, shopping-kampányok.

⁵³ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 29. számú melléklete (<https://support.google.com/google-ads/answer/6365?hl=hu>)

⁵⁴ A Display Hálózat több mint kétmillió olyan webhely, videó és alkalmazás, ahol megjelenhetnek a hirdetések. – VJ/4-57/2025. beemelő feljegyzés 28. számú melléklet <https://support.google.com/google-ads/answer/117120?hl=hu>

⁵⁵ Keresési kampányok (Search Campaigns), Display-kampányok (Display Campaigns), Keresletgeneráló kampányok (Demand Gen Campaigns), Intelligens kampányok (Smart Campaigns).

létrehozását vagy összeállítását, és a szöveg forrása a kampány típusától függően változik. A Google nem von ki közvetlenül szöveget a képekből címsor vagy leírás létrehozásához, a Google mesterséges intelligenciája azonban más módon képes képekkel dolgozni.

63. A Google nyilatkozata alapján az alábbi eszköztípusok tartalmazhatnak képes hirdetést:
- Square image
 - Logo
 - Horizontal Image
64. A Google rendszerei nem tárolják kronologikus formában a múltban megjelenített konkrét hirdetés-dizájnokokat vagy hirdetés-kombinációkat, így nem lehetséges pontos vizuális hirdetés-előnézetet megjeleníteni egy múltbéli időszakra vonatkozóan.
65. A Google előadta továbbá, hogy a Google Ads felületén jelenleg nincsenek olyan eszközök, amelyek lehetővé tennék egy Performance Max kampányon belüli konkrét eszközcsoport (asset group) pontos költségének meghatározását.

IV.4.2.2 Az eljárásban érintett Google Adwords kampány⁵⁶

66. Az eljárás alá vont vállalkozás összesen kilenc Google fiókon keresztül⁵⁷ folytatta Google kampányát. Nyilatkozata szerint a [Üzleti titok].⁵⁸ Megküldte a 2024 októbere és 2025 márciusa közötti időszakból a hirdetések jellemző képkombinációit („top image combinations”),⁵⁹ egy példa erre:

[[Üzleti titok]]

67. A benyújtott képkombinációkon [Üzleti titok]). A vizsgálók felhívására az eljárás alá vont vállalkozás megküldte továbbá, hogy milyen szövegeket („headlines”, „descriptions”) adott meg a hirdetések megrendelésekor,⁶⁰ [Üzleti titok].
68. Tekintettel arra, hogy nyilatkozata szerint⁶¹ az [Üzleti titok], a vizsgálók felhívták az eljárás alá vont vállalkozást, hogy küldjön példákat a 2024 októbere és 2025 márciusa közötti Google hirdetéseihez kapcsolódóan azon képi megjelenésekre, amelyek nem tartalmazták a „Legalacsonyabb ár garancia” üzenetet. Az eljárás alá vont vállalkozás erre válaszul olyan Google hirdetések listáját küldte meg a 2024 októbere és 2025 márciusa közötti időszakból, amelyek nem tartalmaztak képet (legfeljebb az Allegro logót).⁶² Ezzel kapcsolatban az eljárás alá vont vállalkozás azt nyilatkozta, hogy a [Üzleti titok].⁶³

IV.4.3. E-DM levél

⁵⁶ VJ/4-9/2025, VJ/4-16/2025, VJ/4-29/2025, VJ/4-42/2025., VJ/4-60/2025. számú adatszolgáltatások

⁵⁷ VJ/4-33/2025. számú nyilatkozat 3. oldalán található lábjegyzet

⁵⁸ VJ/4-14/2024. számú nyilatkozat, 2. pont

⁵⁹ VJ/24/2024. számú adatszolgáltatás 3. melléklet – az Allegro nyilatkozatában kifejtette, hogy [[üzleti titok]]

⁶⁰ VJ/24/2024. számú adatszolgáltatás 2. melléklet

⁶¹ VJ/4-7/2025. számú adatszolgáltatás 1. számú melléklete

⁶² VJ/4-33/2025. számú adatszolgáltatás 1-8. számú mellékletei, VJ/4-49/2025. számú adatszolgáltatás 11. számú melléklete

⁶³ VJ/4-33/2025. számú adatszolgáltatás

The screenshot displays the Allegro website interface. At the top left, the Allegro logo is visible, followed by a greeting 'Szia!' and a message: 'Örömmel látunk az Allegrón. Érezd magad otthon nálunk, és vásárolj kényelmesen – bármit, amit szeretnél, ott és akkor, amikor neked tetszik.' Below this is a large orange banner with the text 'Örömmel köszöntünk az Allegron!' and an image of a woman and a child. To the right of the banner is a 'Neked választott ajánlatok' (Selected offers for you) section featuring several product cards with prices and descriptions. Below the banner, the 'Ismerd meg az Allegrót' (Get to know Allegro) section lists three key benefits: '100 millió ajánlat', 'Garantáltan a legjobb ár' (highlighted with a red box), and 'Kényelmes kiszállítás'. At the bottom of this section is a large orange button labeled 'VÁSÁROLJ AZ ALLEGRÓN'. To the right of the main content is a section titled 'Az Allegro megkönnyíti a vásárlást' (Allegro makes shopping easier), which includes icons and text for 'Allegro Smart: Ingyenes házhoz szállítás és esomágpontok', 'Allegro Protect: 2 év biztonság a megrendésektől', and 'Allegro App: Töltsd le az appot, és kövesd nyomon rendeléseidet!'. At the very bottom, there is a small section for 'Kérdésed van?' (Do you have a question?) with a link to 'Tudj meg többet a rólunk' (Learn more about us).

69. Az e-DM levelekben⁶⁴ [Üzleti titok]:⁶⁵

IV.4.4. Közösségi média megjelenések

70. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a saját közösségi média oldalain, a Facebookon⁶⁶, valamint az Instagramon⁶⁷ tett közzé „Legalacsonyabb ár garancia” kampánnyal kapcsolatos tartalmakat⁶⁸.

⁶⁴ VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-9/2024. számú nyilatkozat

⁶⁵ VJ/4-56/2025. számú beemelő feljegyzés 15. számú melléklete

⁶⁶ VJ/4-7/2025.számú adatszolgáltatásának 1. számú mellélete

⁶⁷ VJ/4-7/2025.számú adatszolgáltatásának 1. számú mellélete

⁶⁸ VJ/4-14/2025. számú adatszolgáltatás



71. Az Allegro előadta, hogy az Allegro.hu Facebook oldalának 2024 októbere és 2025 februárja közötti időszakban hozzávetőlegesen [Üzleti titok]követője volt.⁶⁹ Az eljárás alá vont vállalkozás azt nyilatkozta⁷⁰, [Üzleti titok].

IV.4.5. Az Allegro mobilalkalmazás

72. Az Allegro mobilalkalmazás tartalmában (szövegesen és vizuálisan) és felépítésében is egyezett a weboldalnál a IV.4.1 pontban bemutatottakkal. A főoldalról kattintható volt a kampány információs aloldal (IV.4.1.2. pontban bemutatott tartalommal megegyező módon jelent meg). Az egyes termékek aloldalán a „megtekintés”-re kattintva megjelent a 48. pontban feltüntetett képen szereplővel azonos kinézetű és tartalmú tájékoztató. Szintén elérhető volt a kampányszabályzat aloldal a mobilalkalmazásban.

IV.4.6. A vizsgált időszakban az árgarancia kampánnyal kapcsolatos változások

73. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy 2024. november 1-jén változtatta meg a kampány megnevezését „Legalacsonyabb ár garancia” kampányra, 2024 októberében még a „garantáltan a legjobb ár” megnevezést alkalmazta.⁷¹
74. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta továbbá, hogy pontosításokat végzett a novemberi kampányra vonatkozó ÁSZF-ben, valamint kisebb módosításokat végzett az Allegro weboldalának érkezési oldalán⁷².
75. Az Allegro 2024. novemberi kampányszabályzatát az alábbi ponttal egészítette ki, tekintettel arra, hogy az októberi kampányszabályzat elírást tartalmazott, amely szerint a fogyasztó által

⁶⁹ VJ/4-60/2025. számú adatszolgáltatás

⁷⁰ VJ/4-7/2025. számú adatszolgáltatás

⁷¹ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-9/2024. számú nyilatkozat

⁷² A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-16/2024. számú nyilatkozatának 1.3. melléklete

kapható kupon mértéke az árkülönbözet 50%-ának felel meg, az árkülönbözet 150%-a helyett ⁷³:

„2024. november 26-án közzétettük az Általános Szerződési Feltételek helyesbítését, amely korábban gépelési hibát tartalmazott, és a Programban odaítélt kuponok értékét az árkülönbözet 50%-áról 150%-ra javítottuk. A helyesbítés szerkesztői jellegű, és nem érinti a Kampányban való részvétel szabályait, amelyek változatlanok maradnak.”⁷⁴

76. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy a „Legalacsonyabb ár garancia” kampányaival kapcsolatban nem érkezett panasz, a 2024. október 1. és 2025 februárja közötti időszakban összesen két megkeresés⁷⁵ érkezett a kampánnyal kapcsolatban, amelyek tartalmukat tekintve nem minősíthetők panasznak.
77. Az Allegro a versenyfelügyeleti eljárás megindulásáról szóló végzés kézhezvétele után, 2025. március 12-i keltezéssel arról tájékoztatta a vizsgálókat, hogy **2025. március 1-jétől** kezdődően a versenyfelügyeleti eljárásra tekintettel **megszüntette a „Legalacsonyabb ár garancia” kampányát** és annak hirdetését. Az Allegro ennek körében azt is vállalta, hogy a 2025 februárjában lebonyolított vásárlásokhoz kapcsolódó kampánnyal összefüggő igényeket a szokásos módon feldolgozza és biztosítja, hogy a 2025. februári kampány során kiosztott kuponok felhasználhatók maradjanak.⁷⁶
78. Az Allegro 2025. március 12-i tájékoztatása szerint **2025. március 1-jétől Magyarországon nem reklámozza** a „Legalacsonyabb ár garancia” kampányt. Ennek keretében az Allegro nem küldött ki további kampánnyal kapcsolatos kommunikációt azon felhasználók részére, akik feliratkoztak az Allegro hírlevélre. Szisztematikusan felülvizsgálta a weboldalán, az alkalmazásán belül és azon kívül megjelenő összes magyar nyelvű reklámot, hogy azok ne tartalmazzanak utalást arra nézve, hogy az Allegro árai a legjobb árak, vagy az ezzel kapcsolatos garanciára. Az Allegro online piactere nem mutat „Legalacsonyabb ár garancia” jelzéssel megjelölt termékeket sem.⁷⁷
79. A vizsgálók a fentiekkel kapcsolatban rögzítették, hogy 2025. március 13-án észlelték a Google nyilvános hirdetési információs oldalának⁷⁸ megtekintése során, hogy 2025. március 1-jét követően is megjelent az Allegro több olyan magyar nyelvű hirdetése, amelyek tartalmazzák a „Legalacsonyabb ár garanciára” való utalást. Ezzel kapcsolatban a vizsgálók felhívására az eljárás alá vont vállalkozás azt nyilatkozta, hogy egy előre nem látható technikai hiba miatt a [Üzleti titok]kampány bizonyos „Legalacsonyabb ár garanciára” hivatkozó display hirdetési 2025. március 1-jét követően véletlenül tovább futottak, azonban a jelenség észlelésével egyidejűleg azonnali intézkedést tett a hiba kijavítására és az Allegro minden érintett hirdetést eltávolított. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozta továbbá, hogy ellenőrzési protokollt futtat le minden hirdetési kampány esetében, hogy folyamatosan biztosítsa a nyilatkozatában foglaltaknak való megfelelést.⁷⁹
80. A vizsgálók **2025 szeptemberében** a Google nyilvános hirdetési információs oldalán azt tapasztalták, hogy a hirdetések között – ugyan kis számban (kb. 200 hirdetésből öt db hirdetés összesen javarészt 25 000 - 50 000 megjelenítésszámmal, azonban olyan hirdetések

⁷³ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-16/2024. számú nyilatkozat

⁷⁴ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-18/2024. számú iratbeemelésről szóló feljegyzés 3.4b melléklete

⁷⁵ A VJ/4-6/2025. sz. feljegyzéssel átemelt B/114-9/2024. számú nyilatkozat, valamint a VJ/4-14/2025. számú nyilatkozat

⁷⁶ VJ/4-3/2025. számú nyilatkozat

⁷⁷ VJ/4-3/2025. számú nyilatkozat

⁷⁸ Google Ads Transparency (<https://adstransparency.google.com/>)

⁷⁹ VJ/4-3/2025. számú nyilatkozat

is megtalálhatók, amelyek esetben 130-150 000 megjelenítésszám látható) – **továbbra is találhatóak voltak olyanok, amelyek tartalmazták** a „Legalacsonyabb ár garancia” szlogent.⁸⁰

81. Az Allegro 2025. február 28-tól **módosította a kampány feltételeire vonatkozó kommunikáció láthatóságát a weboldalon**. Emellett az Allegro biztosította, hogy a fogyasztók továbbra is könnyen megtalálják az információkat, amennyiben a lezárt kampányokra vonatkozó szabályzatokat szeretnék leellenőrizni.⁸¹
82. Az Allegro a korábbi „Legalacsonyabb Ár Garancia” oldalt átnevezte „Kérdésem van a februári Legalacsonyabb Ár Garancia kampánnyal kapcsolatban”-ra. A „Legalacsonyabb Ár Garancia” oldal linkjét áthelyezte a weboldal alján található „Súgó rész” -hez. Az Allegro a „Legalacsonyabb Ár Garancia” oldal tetejére a következőket tartalmazó megjegyzést helyezte el: „Az alábbi információ a 2025. február 1-28-ig tartó lezárt kampánnyal kapcsolatos.”⁸²
83. Az Allegro előadta, hogy a „Legalacsonyabb Ár Garancia” oldal a fenti pontokban részletezett formában marad 2025 március végéig, továbbá a súgó cikkek is elérhetőek maradnak eddig az időpontig, abból a célból, hogy a fogyasztók tájékozódhassanak a már lezárt kampányok feltételeiről. A már lezárt kampányok szabályzataihoz a fogyasztók az Allegro nyilatkozata szerint 2025. március vége után is hozzáférhetnek majd, azonban a korábbi „Kérdésem van a februári legalacsonyabb ár garanciával kapcsolatban” megnevezésű link helyett a „Korábbi lezárt Legalacsonyabb ár garancia kampány szabályzatok” megnevezést fogja alkalmazni, amely linkre kattintva a már lezárt, 2025. februári kampány szabályzat aloldalra juthatnak a felhasználók és az oldal alján a korábbi kampányok szabályzatait is megtalálhatják. Az Allegro nyilatkozata szerint a fenti pontokat az Allegro alkalmazásban is átvezette. [Üzleti titok]. 2025 augusztusában az <https://allegro.hu/> weboldala a lap alján elhelyezkedő a „korábbi lezárt Legalacsonyabb ár garancia kampány szabályzatok” menüpont alatt található kampányszabályzatokon kívül nem tartalmazott további utalást a „Legalacsonyabb ár garancia” kampányra.⁸³

IV. 5. A kommunikáció kiterjedtsége

84. Az <https://allegro.hu/> weboldal látogatottsági adatait a következő táblázat⁸⁴ tartalmazza:

⁸⁰ VJ/4-56/2025. számú feljegyzés 6-14. számú mellékletei

⁸¹ VJ/4-3/2025. számú nyilatkozat

⁸² VJ/4-3/2025. számú nyilatkozat

⁸³ VJ/4-56/2025. számú beemelő feljegyzés 19-20. számú mellékletei

⁸⁴ VJ/4-7/2025. számú nyilatkozat, VJ/4-60/2025. számú nyilatkozat

Hónap	Látogatottsági adatok (felkeresési adatok)
2024 október	[üzleti titok]
2024 november	[üzleti titok]
2024 december	[üzleti titok]
2025 január	[üzleti titok]
2025 február	[üzleti titok]
2025 március	[üzleti titok]
2025 április	[üzleti titok]
2025 május	[üzleti titok]
2025 június	[üzleti titok]
2025 július	[üzleti titok]
2025 augusztus	[üzleti titok]
2025 szeptember	[üzleti titok]

85. [üzleti titok] fő látogatta meg a weboldalának árgaranciára vonatkozó **aloldalát** (www.allegro.hu/kampany/argarancia)⁸⁵.

86. [üzleti titok].⁸⁶

87. A saját Facebook és az Instagram posztjainak elérési, impressziói⁸⁷ elenyésző számúak⁸⁸ voltak.

88. A magyar Allegro **mobilalkalmazás** letöltési adatai⁸⁹ 2024. szeptemberétől kezdődően:

Hónap	Összes telepítés száma	Nettó telepítések száma ⁹⁰
2024 október	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2024 november	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2024 december	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2025 január	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2025 február	[üzleti titok]	[üzleti titok]
2025 március	[üzleti titok]	[üzleti titok]

⁸⁵ VJ/4-7/2025. számú nyilatkozatának 1. számú mellélete

⁸⁶ VJ/4-7/2025. számú nyilatkozatának 1. mellélete, VJ/4-60/2025. számú nyilatkozat

⁸⁷ Az elérés az egyedi felhasználókat jelenti, míg az impresszió az összes megtekintést

⁸⁸ VJ/4-7/2025. számú nyilatkozatának 1. mellélete szerint:

[üzleti titok]

[üzleti titok]

⁸⁹ VJ/4-24/2025. számú nyilatkozat

⁹⁰ A VJ/4-24/2025. számú nyilatkozatában az eljárás alá vont előadta, hogy [üzleti titok].

Összesen	[üzleti titok]	[üzleti titok]
----------	----------------	----------------

89. A **Google hirdetésekkel** kapcsolatban első adatszolgáltatásában⁹¹ az Allegro úgy nyilatkozott, hogy [üzleti titok].⁹² Az Allegro nyilatkozata szerint a konverziók alatt a vásárlásokat érti.⁹³
90. Az eljárás alá vont vállalkozás bemutatta a teljes kampányára vonatkozóan⁹⁴, hogy milyen összesített teljesítményadatok érhetőek el a Google hirdeteiről.⁹⁵

Kép a kattintások és konverziók számáról⁹⁶

[[üzleti titok]]

[üzleti titok]⁹⁷

[[üzleti titok]]

91. Az eljárás alá vont vállalkozás nyilatkozata szerint⁹⁸ [üzleti titok].

IV. 6. Kampány célja, megcélzott fogyasztói kör, fő üzenete, hatásosság

92. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta, hogy **az árgarancia kampány fő üzenete** az, hogy az Allegro felületén „Legalacsonyabb ár garancia” jelzéssel ellátott ajánlatok ár szempontjából rendkívül versenyképesek, mind az Allegrón, mind a kiválasztott legnagyobb versenytársaknál elérhető azonos ajánlatokhoz képest. Az eljárás alá vont vállalkozás [üzleti titok]. Az árgarancia kampány magyarországi célja az volt, hogy ez a funkció a magyarországi vásárlók számára is elérhetővé váljon, ezáltal növelve a vásárlók kényelmét.⁹⁹
93. Az eljárás alá vont vállalkozás az **árgarancia kampányban megjelenített felirattal és ikonnal** összefüggésben az alábbiakat nyilatkozta.¹⁰⁰
94. [üzleti titok]¹⁰¹ [üzleti titok].
95. [üzleti titok].
96. [üzleti titok].
97. [üzleti titok].
98. [üzleti titok]

- [üzleti titok]

⁹¹ VJ/4-7/2025. számú nyilatkozatának 1. melléletében szereplő lábjegyzet

⁹² VJ/4-33/2025. számú adatszolgáltatás 9. melléklet

⁹³ VJ/4-14/2025. számú adatszolgáltatás

⁹⁴ [üzleti titok] lásd: VJ/4-28/2025 számú jegyzőkönyv

⁹⁵ VJ/4-24/2025. számú adatszolgáltatás

⁹⁶ VJ/4-24/2025. számú adatszolgáltatás

⁹⁷ VJ/4-24/2025. számú adatszolgáltatás

⁹⁸ VJ/4-33/2025. számú adatszolgáltatás

⁹⁹ VJ/4-24/2025. számú és VJ/4-48/2025. számú nyilatkozatok

¹⁰⁰ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás

¹⁰¹ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás 5. számú melléklete az angol nyelvű, a 6. számú melléklete a magyar nyelvű változatot tartalmazza

- [üzleti titok].

99. [üzleti titok].

100. [üzleti titok].

101. [üzleti titok].

102. Az eljárás alá vont vállalkozás a „Legalacsonyabb ár garancia” üzenetet megjelenítő Google hirdetések koncepciójának kialakításával kapcsolatban előadta¹⁰², hogy [üzleti titok].

103. [üzleti titok]¹⁰³ [üzleti titok]¹⁰⁴.

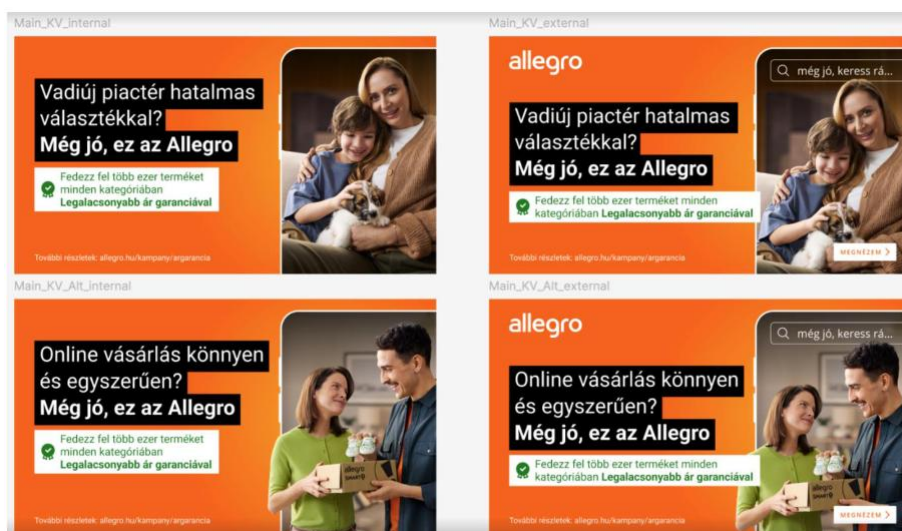
104. [üzleti titok]:¹⁰⁵

1. [üzleti titok].¹⁰⁶

2. [üzleti titok]¹⁰⁷ [üzleti titok].

105. [üzleti titok]¹⁰⁸.

106. [üzleti titok]:



107. [üzleti titok].¹⁰⁹

108. [üzleti titok].¹¹⁰

109. [üzleti titok].¹¹¹

110. [üzleti titok].¹¹²

¹⁰² VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás

¹⁰³ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás 4. számú melléklete

¹⁰⁴ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás 2. melléklet

¹⁰⁵ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás

¹⁰⁶ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás 3. számú melléklete

¹⁰⁷ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás 4. számú melléklete

¹⁰⁸ Az eljárás alá vont vállalkozás hangsúlyozza, hogy [üzleti titok].

¹⁰⁹ VJ/4-48/2025. számú adatszolgáltatás

¹¹⁰ VJ/4-24/2025. számú adatszolgáltatás

¹¹¹ VJ/4-24/2025. számú adatszolgáltatás

¹¹² VJ/4-24/2025. számú adatszolgáltatás

111. Az eljárás alá vont vállalkozás az alábbi táblázatot¹¹³ mutatta be annak igazolása céljából, hogy a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelölés miként növelte az árgaranciás ajánlatok konverziós arányát, láthatóságát az <https://allegro.hu/> weboldalon és az Allegro alkalmazásban a többi, ilyen megjelöléssel nem rendelkező ajánlatokhoz képest:

[[üzleti titok]]

112. [üzleti titok].¹¹⁴

IV. 7. A kommunikáció költsége

113. Az eljárás alá vont vállalkozás a versenyfelügyeleti eljárás elején előadta¹¹⁵, hogy 2024 októbere és 2025. március 19. között [üzleti titok] volt a [üzleti titok] teljes költsége, mint online hirdetési költség.
114. A vizsgálók az eljárás alá vont vállalkozás által bemutatott Google számlák¹¹⁶ összegeit összeadták, melynek végösszege [üzleti titok] Ft-ot tett ki. Mivel ez az összeg lényegesen eltér az eljárás alá vont vállalkozás által korábban meghatározottaknál, felhívták az Allegrot az ellentmondás feloldására, aki az alábbiakat adta elő: „Az eltérés abból adódik, hogy a [üzleti titok] 2024. október és 2025. március 19. közötti időszak összköltsége [üzleti titok]. A Google Ads számlákban szereplő összegek az összes Google-fiók számláit tartalmazzák (tehát azokat is, amelyek nem tartalmazták a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelölésű hirdetéseket). A [üzleti titok] kapcsolódó számlák költsége összesen [üzleti titok]. Ez a különbség abból adódik, hogy a számlák az egész hónapra vonatkozó költségeket tartalmazzák.”¹¹⁷
115. [üzleti titok].¹¹⁸A fentiekben meghatározott összegek tehát nem kizárólag a jogsértéssel érintett kereskedelmi kommunikációs tartalmakra vonatkoznak.
116. [üzleti titok].
117. [üzleti titok].
118. [üzleti titok].
119. [üzleti titok].
120. [üzleti titok]¹¹⁹ [üzleti titok].

[[üzleti titok]]

121. [üzleti titok].

122. [üzleti titok].

¹¹³ VJ/4-49/2025. számú adatszolgáltatás

¹¹⁴ VJ/4-49/2025. számú adatszolgáltatás

¹¹⁵ VJ/4-14/2025. számú nyilatkozat

¹¹⁶ VJ/4-48/2024. számú adatszolgáltatás 12. számú melléklete, a vizsgálók felhívása arra vonatkozott, hogy „Küldje meg a magyar nyelven megjelent Google hirdetésekre kifizetett összegeket igazoló számlákat és azok mellékleteit a 2024 októbere és 2025 márciusa közötti időszakból!”

¹¹⁷ VJ/4-60/2025. számú nyilatkozat

¹¹⁸ VJ/4-7/2025. számú adatszolgáltatás 1. számú melléklete és VJ/4-14/2025. számú adatszolgáltatás

¹¹⁹ VJ/4-33/2025. számú adatszolgáltatás

123. [üzleti titok]:

[üzleti titok]

124. [üzleti titok].¹²⁰

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

V. 1. Az eljárás alá vont vizsgálati szakaszban előadott álláspontja

125. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta,¹²¹ hogy az online vásárlás során a fogyasztók olyan kihívásokkal szembesülnek, mint a rengeteg választási lehetőség és az információáradat, amely jelentősen megnehezíti a legköltséghatékonyabb árak azonosítását. A fogyasztók frusztrációját tovább növelheti, hogy az árak összehasonlítása időigényes folyamat. [üzleti titok].
126. Álláspontja szerint az Allegro gondoskodott arról, hogy a fogyasztók megfelelően tájékozódhassanak a kampány feltételeiről, valamint arról a tényről, hogy az összehasonlításban csak meghatározott webáruházak vesznek részt. Ebből a célból hozta létre a kampánnyal kapcsolatos összefoglalót, és a teljes weboldalát úgy alakította ki, hogy a fogyasztók kevés kattintással elérhessék a kampánnyal kapcsolatos információkat anélkül, hogy a kiválasztott termék aloldaláról el kellene kattintaniuk.
127. [üzleti titok]. E körben előadta, hogy a kampány releváns információira mutató link folyamatosan látható az oldal tetején található bannerben, valamint az ár mellett a termék céloldalán is, amelyre, ha a fogyasztó rákattint, a termékoldalon felugró oldalablakban jelenik meg az összes releváns információ a kampánnyal összefüggésben. Ez álláspontja szerint felhasználóbarát módon nyújt lehetőséget arra, hogy a felhasználó áttanulmányozhassa ezeket az információkat, anélkül, hogy a termékoldalról elnavigáljon. Hozzáfűzte, hogy a felhasználók a termékoldalon megjelenő oldalablakból a kampányszabályzatra vagy az általános kampányleíró oldalra is tovább léphetnek, amelyek mindegyike új oldalon nyílik meg a felhasználó kényelme érdekében, ugyanis a termékvásárlási folyamat megszakítása nélkül juthatnak bővebb információkhoz a kampányról.
128. Előadta továbbá az Allegro, hogy gyakorlata – miszerint az információk egy kattintással, további kutakodás nélkül egyértelmű és világos módon, a döntési folyamat megkezdése előtt már a fogyasztók rendelkezésére állnak – [üzleti titok].
129. [üzleti titok].
130. [üzleti titok].

V. 2. Az eljárás alá vont vizsgálati jelentésre tett észrevétele

131. Az eljárás alá vont szerint a vizsgálati jelentés nagyon leegyszerűsített megközelítést alkalmazott a „Legalacsonyabb ár garancia” (továbbiakban rövidítve „LÁG”) program előnyeinek értékelésekor, és a tényfeltárás e tekintetben hiányos. Lényegében a jelentés nem vette figyelembe a LÁG programban monitorozott weboldalak forgalmát az értékelés során, és csupán a versenytárs webáruházak számát jelezte. Egyértelmű, hogy a LÁG a magyar e-

¹²⁰ VJ/4-53/2025. számú adatszolgáltatás

¹²¹ VJ/4-6/2025.számú feljegyzéssel átemelt B/114-9/2024. számú nyilatkozat 8. kérdésre adott válaszábanak 1-2. bekezdései

kereskedelmi weboldalak forgalmának nagyon nagy részét, az összehasonlítás alá vonható forgalomnak pedig még nagyobb részét fedte le (figyelemmel arra, hogy a LÁG programban nem képezhették összehasonlítás alapját azok a weboldalak, amelyek egyedi saját márkás termékek forgalmazása miatt nem alkalmasak összehasonlításra, mint például az IKEA vagy a JYSK, vagy olyan termékeket kínálnak, amelyeket adatok híján nem lehet beazonosítani, mint például a SHEIN vagy a TEMU). Ezért a vizsgálati jelentésnek, a LÁG program hiányosságaként megjelölt, a megfigyelt webáruházak korlátozott számára vonatkozó következtetései megalapozatlanok.

132. Az eljárás alá vont megállapította, hogy a vizsgálati jelentés fő következtetései a LÁG program és más, állítólagos árgaranciát kínáló programok összehasonlításán alapulnak. A vizsgálati jelentés ezeket a programokat úgy kezeli, mintha ezek a találmányra összegyűjtött „programok” egyben a magyarországi árgarancia-programok elfogadott és közismert piaci gyakorlatát testesítenék meg. Ez alapján vonja le a vizsgálati jelentés a következtetéseit a LÁG program állítólagos problematikus jellegével kapcsolatban.
133. Álláspontja szerint a vizsgálat ezen következtetései számos okból alapvetően tévesek, ezek közül néhányat sorolt fel:
- A vizsgálat nem terjedt ki arra, hogy a példaként vizsgált árgarancia-ígéretek az azt alkalmazó kereskedők valóban betartják-e.
 - Az összes vizsgált versenytárs árgarancia-programot kereskedők működtették, és nem olyan platformok (közvetítők), mint az Allegro. Alapvető különbséget jelent a működési modellben, hogy melyik szereplő határozza meg az árakat az értékesítési folyamat során, és milyen ehhez kapcsolódó ígéretek tehetők.
 - A bemutatott versenytárs árgarancia-programok közül egyik sem e-kereskedelmi technológiai platformon fut. A vizsgálat nem terjedt ki arra, hogy vizsgálja, mennyiben indokoltak a LÁG programhoz kötött korlátozások egy platform működési környezetében, mielőtt a vizsgálati jelentés ezekkel kapcsolatban jogi következtetéseket vont le, és mielőtt azokat összehasonlította más, kevésbé kifinomult programokkal, melyek kapcsán a hangzatos ígéretek tényleges teljesítéséről semmilyen információ nem áll rendelkezésre.
134. Az eljárás alá vont véleménye szerint a vizsgálati jelentés nem tartalmaz megfelelő tényfeltárást a LÁG program állítólagos korlátozásainak indokoltságáról. A jelentés csupán feltételezi, hogy az Allegro ezeket azért vezette be, hogy önkényesen korlátozza a kuponok beváltásának körét (293–300. pont). A vizsgálatnak ki kellett volna térnie az ilyen korlátozások okának feltárására. Kifejtette, hogy számos funkcionális korlátozás magyarázható a következőkkel:
- jogi megfelelési követelmények (regisztrált felhasználóként jogosult vásárlás),
 - átláthatóság és elszámolási folyamatok az eladókkal (nem lehetséges kuponbeváltás az utánvétes fizetési modellben),
 - műszaki, pénzügyi és adózási követelmények (a kuponok csak regisztrált fiókokba allokálhatók),
 - csalásmegelőzés (kuponkorlát és ellenőrzött kuponkiosztás a kuponok megszerzésére és beváltására jogosult vásárlásokon keresztül).
135. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a vizsgálati jelentés azon következtetése, miszerint indokolatlan korlátozás az, hogy a kompenzációt az Allegro kuponok formájában nyújtja,

ami a fogyasztókat további vásárlásra ösztönzi, egyértelműen ellentétes a GVH saját következetes gyakorlatával, amely kifejezetten „szentesíti” a fogyasztók kuponokkal történő kompenzációjának a gyakorlatát.

136. A Minds and Roses jelentéssel¹²² kapcsolatban előadta, hogy a jelentés borítóján is szerepel, a jelentés 2023 februárjában készült. Amint azt a jelentés kifejtette, és a vizsgálati jelentés 110–111. bekezdése is tartalmazza, a Minds and Roses jelentés célja az volt, hogy összefoglalja a program ikonográfiája (jelvények) kapcsán készített fogyasztói felmérés eredményeit. Lényeges, hogy ez a fogyasztói felmérés NEM az Allegro „éles”, fogyasztói kommunikációban megjelenő LÁG programján készült.
137. A LÁG programot az Allegro először 2023. április 5-én indította el Lengyelországban, amint azt az allegro.pl oldalon elérhető első LÁG program szabályzat is bizonyítja. Az eljárás alá vont csatolta azokat a demo vizuális anyagokat, amelyeket a Mind&Roses jelentést megelőző fogyasztói felméréshez használtak. Ahogy ezeken az anyagokon látható, a jelvény teljesen más, mint az allegro.hu-n futó LÁG Programban végül a valóságban használt jelvény. Az allegro.hu-n a jelvénynek sajátos színe van, és részletes programinformáció érhető el a terméklapon, a landing oldalon, az Interline¹²³ felületen stb, ahogy azt a vizsgálat során bemutatta.
138. Egyértelmű továbbá, hogy a Minds & Roses jelentést megelőző felmérés nem magyar felhasználók körében készült, ezért álláspontja szerint a vizsgálati jelentés következtetései e tekintetben megalapozatlanok.
139. Az eljárás alá vont vállalkozás az előzetes álláspont kapcsán úgy nyilatkozott, hogy a tényeket nem vitatja.

VI.

Az eljárás alá vont kötelezettségvállalási nyilatkozata

140. Az Allegro a versenyfelügyeleti eljárásban az első adatszolgáltatást megelőzően megküldött beadványában¹²⁴ [üzleti titok]. Az eljárás alá vont vállalkozás a Tptv. 75. § szerinti kötelezettségvállalásra irányuló nyilatkozatot terjesztett elő VJ/4-18/2025. számon, amelyet később a VJ/4-41/2025. számú nyilatkozatával kiegészített. Az eljárás alá vont a vizsgálati jelentés észrevételezésével egyidejűleg felülvizsgálta korábbi kötelezettségvállalásra vonatkozó nyilatkozatait, és egy újabb frissített és kiegészített kötelezettségvállalási ajánlatot terjesztett elő¹²⁵, amit az előzetes álláspontra tett nyilatkozatában tovább fejlesztett.
141. [üzleti titok]..

VII.

Jogsabályi háttér

142. 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.

¹²² Lásd a 97. bekezdést

¹²³ A platformon megjelenő a többi információtól elkülönült információs felület

¹²⁴ VJ/4-3/2025. számú tájékoztatást

¹²⁵ VJ/4-71/2025. számú adatszolgáltatás

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

143. Az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat,
- amelynek alkalmazása során a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója nem az ésszerűen elvárható szintű szakismerettel, illetve nem a jóhiszeműség és tisztesség alapelveinek megfelelően elvárható gondossággal jár el (a továbbiakban: szakmai gondosság követelménye), és
 - 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.
144. Az Fttv. 3. § (3) bekezdése szerint tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
145. Az Fttv. 7. § (1) bekezdése alapján megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely
- a) – figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközének korlátait – az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és
 - b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.
- Ugyanezen szakasz (2) bekezdése szerint, ha a kommunikáció eszköze térbeli vagy időbeli korlátokat támaszt, ezeket az akadályokat és minden olyan intézkedést, amelyet a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója annak érdekében tett, hogy az információt más módon eljuttassa a fogyasztókhoz, figyelembe kell venni annak megítélésénél, hogy fennállt-e megtévesztő mulasztás.
146. Az Fttv. 9. § (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 szerint az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára.
147. 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.
148. 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.

149. Az Fttv. 19. § c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a Gazdasági Versenyhivatal eljárása tekintetében a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) rendelkezéseit kell alkalmazni.
150. Az eljáró versenytanács határozatában a Tpv. 76. § (1) bekezdésének
- f) pontja alapján megállapítja a jogsértés tényét;
 - i) 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 alapján bírságot szab ki.
151. 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.
152. 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. Figyelemmel azonban arra, hogy a jelen ügyben vizsgált kereskedelmi gyakorlat a rendelkezésre álló információk szerint legalább 2024. májusig folyamatban volt, így a Tpv. 78. §-ának 2023. szeptember 1-től hatályos (1b) bekezdése alkalmazandó, amely 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.
153. A Tpv. 78. §-ának (2) bekezdése értelmében a bírság legmagasabb összegének meghatározásakor a nettó árbevételt 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 árbevételéről 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.
154. 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.
155. A Tpv. 46. § (1) bekezdése alapján a versenyfelügyeleti eljárásra a Tpv.-ben foglalt rendelkezéseket kell alkalmazni. Az általános közigazgatási rendtartásról szóló 2016. évi

CL. törvény (a továbbiakban: Ákr.) rendelkezéseit akkor kell alkalmazni, ha azt a Tpv. kifejezetten előírja.

VIII.

Jogi értékelés

VIII. 1. Hatály, hatáskör, illetékesség

156. A fentebb ismertetett tényállásra az Fttv. rendelkezései alkalmazandók tekintettel arra, hogy a vizsgált kereskedelmi kommunikáció természetes személy fogyasztóknak szólt.
157. Az Fttv. 10. § (3) bekezdése szerint a GVH kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
158. A gazdasági verseny érdemi érintettsége az Fttv. 11. § (1) bekezdés a) és b) pontja alapján fennáll, tekintettel az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat kiterjedtségére, így arra, hogy a kifogásolt kereskedelmi gyakorlatok az eljárás alá vont vállalkozás magas látogatottságú saját weboldalán és mobilalkalmazásában, az általa kiküldött e-DM leveleken, továbbá Google hirdetésekén keresztül jelentek meg, így a fogyasztók széles körét érték el (lásd IV. 5. alfejezetet). Az eljárás alá vont vállalkozás továbbá több milliárd forintot meghaladó árbevétellel rendelkezik.
159. A Gazdasági Versenyhivatal illetékességét a Tpv. 45. §-a állapítja meg.

VIII. 2. Eljárás alá vont felelőssége

160. 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 az alábbiak szerint.
161. A vizsgálattal érintett szolgáltatásokat az eljárás alá vont nyújtja közvetlenül a fogyasztók részére, a kapcsolódó kereskedelmi kommunikációkat is a vállalkozás hozza létre és teszi közzé, és ezzel összefüggésben a szolgáltatások igénybevételének ösztönzése az eljárás alá vontnak közvetlenül érdekében állt, mivel abból bevétele származott a vizsgált időszakban.

VIII. 3. A vizsgált magatartás értékelése

VIII.3.1. Az érintett fogyasztói célcsoport

162. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat 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. Jelen ügyben a kereskedelmi gyakorlattal érintett fogyasztók között nem azonosítható koruk, hiszékenyséjük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott csoport, illetve speciális tudás vagy magasabb tudatossági szint sem várható el a fogyasztóktól.
163. A töretlen joggyakorlat alapján a fogyasztótól az „észszerű tájékozódás” körében nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információ helytállóságát. A kereskedelmi kommunikációk egyik funkciója éppen az, hogy a vállalkozás és a fogyasztó között meglévő információs aszimmetria feloldására költséghatékony megoldásokat kínáljanak, s a fogyasztó – számára költségmegtakarítást

eredményezően – valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában, továbbá az a fogyasztó is észszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikációk által nyújtott tájékoztatásban, a vállalkozás szavahihetőségében, hanem a kereskedelmi kommunikációkat egy észszerűen költséghatékony tájékoztatósi folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

VIII.3.2. A kommunikáció üzenete

164. Az eljáró versenytanács egységesen kezeli a társaság 2024 októberétől 2025 február végéig folytatott árgaranciával kapcsolatos kereskedelmi gyakorlatát. A kampány elnevezése az első hónapban „Garantáltan a legjobb ár a kiválasztott webáruházakban” szlogennel futott, majd 2024. november 1-től változott „Legalacsonyabb ár garanciára” megnevezésre.¹²⁶ Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a „garantáltan legjobb ár” szlogent a fogyasztók akár piacelsőségi állításként is értelmezheték, azonban ennek külön értékelésétől a versenytanács eltekintett, tekintettel arra, hogy a webáruház indulását követően csak egy hónapig alkalmazta és mert az ügyindító végzés értelmében az eljárás tárgyát az eljárás alá vont azon gyakorlata képezi, miszerint időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre a garancia érvényesíthetőségével kapcsolatos jelentős információkat, amely a „legalacsonyabb ár garancia” szlogennel folytatott kereskedelmi gyakorlathoz hasonlóan a „garantáltan a legjobb ár” szlogen tekintetében is vizsgálható.
165. A jelen ügyben az eljárás alá vont vállalkozás által alkalmazott árgarancia kampányok azt az üzenetet közvetítették a fogyasztó számára, hogy garantálja azt, hogy a piacon elérhető árukat a fogyasztók a platformján tudják a legkedvezőbb áron megvásárolni.
166. Azon kommunikációk esetében, ahol a kereskedelmi kommunikáción, vagy a „landing page”-en kiemelt módon jól észlelhetően megjelent, hogy az árkülönbözetet 150% értékű kupon formájában téríti vissza az Allegro, ott azt az üzenetet azonosította az átlagfogyasztó, hogy amennyiben egy másik versenytársnál olcsóbb árat talál, akkor az Allegro a különbözet 150%-át téríti vissza számára.
167. A fenti üzeneteken túl maga az árgarancia felkínálása azt a benyomást kelti a vásárlóban, hogy az eljárás alá vont által üzemeltetett online piactéren nagyon kedvező áron kínált termékek közül válogathat (hiszen ha nem így lenne, valószínűleg nem vállalna a vállalkozás árgaranciát.) Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy ez az értelmezés nem tér el a hasonló ügyekben eddig alkalmazott joggyakorlattól.¹²⁷

VIII.3.3. A fogyasztó ügyleti döntése, annak befolyásolására való alkalmasság

168. 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

¹²⁶ „A „legjobb ár garancia” állítás önmagában olvasva azt jelenti, hogy az [újságban] található termékeket a vásárló nem tudja kedvezőbben megvásárolni – ezért, ha a vevő adott termék mellett dönt, számára az [...] boltok nyújtják a legjobb lehetőséget. VJ/52/2005; „[A] „legjobb árak” állítás azt az általános üzenetet közvetíti a fogyasztók felé, hogy a [...] weboldalon elérhető termékek, illetőleg a [...] termékek az azokat forgalmazó többi webáruházhoz képest kedvezőbb, alacsonyabb áron vásárolhatóak meg.” VJ/51/2022 199. bekezdés

¹²⁷ VJ/70/2014; VJ/93/2014

döntése, amikor azonosítja a szükségletét, és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítésére.

169. 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.
170. Az ügyleti döntés fogalmába a fogyasztó által egy termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatban hozott döntések széles köre beletartozik. Az Európai Bizottság szerint az ügyleti döntés fogalma magában foglalja a vásárlást megelőző és a vásárlást követő döntéseket is. A vásárlás mellett vagy ellen szóló döntésen túl a fogyasztó az ügyleti döntések széles körét hozhatja meg egy termékkel vagy szolgáltatással kapcsolatban.¹²⁸
171. 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. 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. A joggyakorlat alapján tehát a fogyasztók érzékenysége miatt a fogyasztói figyelem felkeltésének egyik leghatásosabb eszköze adott termékkel kapcsolatos árelőny kommunikálása.¹²⁹
172. A következő 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.
173. Az Elvi Döntések szerint:¹³⁰ „Az, hogy az igényt felkeltő megtevesztő tájékoztatás és a vásárlást megelőzően megkapott valós információ eredőjeként a fogyasztó olyan döntést hozhat-e, amelyet a reklám ismeretének hiányában nem hozott volna (vagyis megvásárolja az adott árut), nem független attól, hogy a fogyasztó milyen mértékben vélelmezhetette azt, hogy a reklám a döntését befolyásoló minden információt tartalmaz. A tájékoztatás nem teljes körűségére történő utalás abba az irányba mutat, hogy a fogyasztó – még ha fel is keltette a reklám az érdeklődését az adott áru iránt – kevésbé köteleződik el a vásárlásra, mint egy ilyen figyelemfelhívó tájékoztatás hiányában. A fogyasztói elköteleződés mértéke nem független az alkalmazott reklámeszköz áteresztő képességétől: minél nagyobb az áteresztő képesség, annál inkább feltételezheti a fogyasztó, hogy a reklám minden lényeges körülményről tájékoztatást ad.”
174. A VIII.3.4.1 pontban bemutatott lényeges körülmények időszerűtlen rendelkezésre bocsátása alkalmas volt az átlagfogyasztó ügyleti döntésének torzítására, hiszen elaltatta a fogyasztó azon törekvését, hogy alacsonyabb árban bízva online ár összehasonlítást

¹²⁸ „Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához” Bizottsági Közlemény (2021/C 526/01) 2.4. pont

¹²⁹ Nagykommentár, illetve VJ/25/2022. határozat 176. bekezdés

¹³⁰ Elvi Döntések I.7.7.

végezzen, más online áruházban is ellenőrizze a termék árát. Az eljárás alá vont szándéka is az volt, hogy az árösszehasonlítás nyújtójától megkímélje a fogyasztót¹³¹, azonban a fogyasztó lényeges körülmények ismerete nélkül „bízta rá magát” az eljárás alá vontra, mivel a lényeges információk átadása időszerűtlen volt.

175. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy jelen eljárásban az Allegro által alkalmazott kereskedelmi kommunikációs eszközök (weboldal, mobilalkalmazás, eDM levél) nagy áteresztő képességgel rendelkeznek. Az online hirdetésekbe ágyazott link, amely a „landing page”-re vezet, szintén alkalmas információk széleskörű átadására. A fogyasztók tehát alappal feltételezhetik, hogy az árgarancia kampánnyal kapcsolatban minden olyan lényeges információ a birtokukban van, amely az ügyleti döntésük meghozatalához szükséges, azonban a fogyasztók mégsem kaptak megfelelő tájékoztatást minden ügyleti döntéshez szükséges információról, ebből fakadóan nem voltak képesek olyan döntést hozni, amelyet akkor hoztak volna meg, ha minden lényeges információ a birtokukban lett volna, ezért az Allegro kereskedelmi kommunikációja alkalmas az ügyleti döntés torzítására.
176. Tekintettel arra, hogy a fent ismertetett kereskedelmi kommunikációs eszközök nagy áteresztő képességgel rendelkeznek és alkalmasak lennének a jelentősnek minősített információ közvetítésére, nem érvényesül az Allegro által hivatkozott VJ/32/2016. számú határozatban megfogalmazott azon versenytanács elvárás, miszerint amennyiben a kommunikációs eszköz terjedelme nem alkalmas jelentős információ közvetítésére és ezért az információknak csupán egy részét közli, a kereskedőnek a kommunikációs eszköz megjelenésével azonos időpontban és a döntési folyamat ugyanazon szakaszában kell ezen információkat a fogyasztók részére eljuttatnia. Különösen nem érvényesül a 20 áruházra korlátozódó megszorító feltétel kapcsán, amely információ megjelenítése még a legszűkebb áteresztőképességű kommunikációs eszközök esetében is elvárható lett volna. A jelentős információkat továbbá nem éri el a fogyasztó egy helyen, hanem további görgetésekkel, kattintásokkal, kutakodással kell azokat „összeszednie”.
177. A „Legalacsonyabb ár garancia” egy olyan erőteljes üzenet, amely alkalmas arra is, hogy becsalogató hatást váltson ki, hiszen az árérzékeny fogyasztók szívesen vásárolnak olyan piactéren, amely garantálja a legalacsonyabb árakat. Joggal bízhat a fogyasztó abban, hogy aki garantálja a legalacsonyabb árakat, az alapvetően az esetek túlnyomó többségében alacsony árakkal is dolgozik, hiszen ellenkező esetben az érvényesített árgarancia miatt jelentős plusz költséget kellene felvállalnia.
178. A fentiekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a „Legalacsonyabb ár garancia” üzenet, megjelölés és maga az árgarancia kampány a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására alkalmas.

VIII.3.4. A megtévesztő mulasztás (Fttv. 7. § (1))

179. A megtévesztő mulasztás tényállásának megállapíthatóságához az alábbi négy tényező értékelése szükséges:
 - a szóban forgó információ jelentős (a tájékozott ügyleti döntéshez szükséges) legyen

¹³¹ „[üzleti titok]. A Legalacsonyabb Ár Garancia program magyarországi célja az volt, hogy ez a funkció a magyarországi vásárlók számára is elérhetővé váljon, ezáltal **növelve a vásárlók kényelmét.**” (kiemelés az eljáró versenytanácstól) VJ/4-24/2025 ügyfél válaszbeadványa 1. oldal

- a vállalkozás elhallgatja, elrejtje azt, vagy homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, és a jelentős információ a körülményekből sem derül ki;
- a jelentős információ elhallgatása a fogyasztó üzleti döntését befolyásolja, vagy arra alkalmas;
- van-e olyan térbeli vagy időbeli korlátja a kommunikációnak, amely akadályt képez az információ fogyasztóhoz való eljutása szempontjából, illetve a vállalkozás mindent megtett-e, hogy az információt ezek ellenére eljuttassa a fogyasztóhoz.

VIII.3.4.1 Az információ jelentős volta

180. Az eljárás alá vont a vizsgált kereskedelmi kommunikáció során elhallgatta a következő jelentős információkat:

(a) *mindössze 20 webáruház áraival „szemben” vállalja az Allegro az árgaranciát*

181. Az eljárás alá vont elhallgatta, hogy **mindössze 20 webáruház áraival „szemben” vállalja az Allegro az árgaranciát**. Jelentős ténynek minősül, hogy az árgarancia csupán 20 kiválasztott webáruházzal szemben érvényesül. Az online térben Magyarországon 18 900 szereplő található,¹³² így ehhez képest jelentősen szűkebb az eljárás alá vont vállalkozás által figyelembe vett (kiválasztott) webáruházak listája. Amennyiben a fogyasztó ezen tény (20 webáruházat vesz csak figyelembe az Allegro) birtokában lenne, könnyen dönthetne úgy, hogy internetes keresést végez azzal kapcsolatban, hogy elérhető-e olcsóbban ugyanaz az adott termék. Az internetes keresés, és azon belül is különösen az árösszehasonlító oldalak segítségével (például az arukereso.hu több, mint 4000 webáruház, az www.argep.hu pedig több mint 2000 webáruház árait hasonlítja össze¹³³) a fogyasztó jóval tágabb körben tudja azt felmérni, hogy található-e más webáruházban (piactéren) jobb ajánlatot. A III. pontban ismertetett kutatások¹³⁴ alapján az erősen árérzékeny magyar fogyasztók sokszor használják az összehasonlító oldalakat, de ezt az árszinteket felmérő előszűrést elhagyhatják, ha arra vonatkozó vállalást látnak, hogy az Allegro platformján érvényesülő ár garantáltan a legalacsonyabb a versenytársakkal szemben.

182. A legalacsonyabb ár garancia egy olyan vállalás a vállalkozás részéről, amely abba a téves feltevésbe ringatja a fogyasztót, hogy megspórolhatja a részletes és erőfeszítést igénylő árösszehasonlítást, hiszen amúgy is garantált, hogy a legalacsonyabb áron vásárolhat. Jelentős információ, ha ez az árgarancia csekély számú webáruház áraikhoz képest érvényesíthető. Nem változtat ezen az a tény, hogy az eljárás alá vont előadása szerint az árgarancia rendszerében figyelembe vett 20 webáruház az e-kereskedelmi forgalom „nagyon nagy részét” kiteszi (amely egyes kategóriák esetében az eljárás alá vont által bemutatottak szerint esetenként a forgalom 70%-át is lefedi, más esetben azonban a 8%-ot sem éri el), általánosan azonban a forgalom 21%-át sem haladja meg. Az eljárás alá vont ugyanakkor megszorítás nélkül kommunikálta kereskedelmi gyakorlatában a legjobb ár garanciát (azaz elhallgatta, hogy csupán 20 webáruházzal szemben alkalmazza a legjobb ár garanciát). Nem teszi az elhallgatott információt jelentéktelenné az, hogy a magyarországi e-kereskedelmi

¹³² Lásd 14. bekezdés

¹³³ VJ/4-57/2025. számú beemelő feljegyzés 23. számú melléklete <https://www.arukereso.hu/static/megujultunk.html> „Válassz tökéletesen - Több mint 400 webshop”

¹³⁴ Lásd a 20-22 bekezdéseket

forgalom meghatározott 21%-ába eső áruházakban forgalmazott termékekkel szemben tartja fenn vállalását, ami szintén minőségileg más, megszorító feltétel. Semmi nem gátolta volna az eljárás alá vontat, hogy azt kommunikálja, hogy az általa kijelölt összehasonlításban résztvevő 20 webáruház áraihoz képest vállalja a legalacsonyabb ár garanciát. Ez nagyon más üzenet, mint a megszorítás nélküli „legjobb ár garancia” kommunikáció, ezért ennek a körülménynek az elhallgatása kétségekívül jelentősnek minősül.

183. A fogyasztó a megszorítás nélkül kommunikált „legalacsonyabb ár garancia” alapján alappal bízhat abban, hogy legalább az egész magyar piacra vonatkozik az árgarancia. Ezt támasztja alá az eljárás alá vont vállalkozás által bemutatott kutatási anyag¹³⁵ is, amely szerint [üzleti titok]. Az eljáró versenytanács nem ért egyet az eljárás alá vont álláspontjával, miszerint mivel a kutatás fiktív képekkel, a lengyelországi hasonló kampány bevezetése előtt készült, ezért mind időbeliség mind pedig az a tény, hogy lengyel fogyasztók bevonásával készült, kizárja azt, hogy a magyar átlagfogyasztó értelmezésére lehessen belőle következtetni. Az eljárás alá vont nem mutatta be, hogy a lengyel fogyasztókhoz képest a magyar fogyasztók miért értelmeznék eltérően az üzenetet, és azt sem, hogy a magyarországi kampány bevezetéséig eltelt idő hogyan változtatott volna a fogyasztói értelmezésen. A fogyasztók értelmezését a közismert árösszehasonlító weboldalak teljesítménye is befolyásolja, melyek több ezer webáruház adatait vetik össze.

(b) a kupon visszatérítés csak olyan megrendelés után érvényesíthető, amelyet regisztrált vásárló (bejelentkezve) hajt végre

184. Lényeges körülménynek minősül az, hogy az árgarancia csak akkor érvényesíthető, ha a vásárlást **regisztrációval rendelkező bejelentkezett** vásárló hajtja végre. Ahogy az a III. pontban ismertetett adatvagyon piacelemzés keretében végzett kutatásból¹³⁶ kiderül, a fogyasztók a regisztrációt (ha nem kötelező) inkább csak a rendszeresen használt webáruházak esetében részesítik előnyben, ugyanakkor az Allegro az árgarancia kampányok alatt még új piaci szereplőnek számított. Az Európai Bizottság UCP Iránymutatásának¹³⁷ 1.20.10. fejezete úgy foglal állást, hogy „*általános adatvédelmi rendeletben és az elektronikus hírközlési adatvédelmi irányelvben foglalt tájékoztatási követelmények a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv 7. cikkének (5) bekezdése szerinti jelentős információnak minősülhetnek. A személyes adatok, a fogyasztói preferenciák és a felhasználók által létrehozott egyéb tartalmak gazdasági értékkel bírnak, és gyakran harmadik felek rendelkezésére bocsátják őket.*” A fentiekre tekintettel azon ismeret, hogy az árgarancia **csak olyan megrendelés után érvényesíthető, amelyet regisztrált vásárló (bejelentkezve) hajt végre**, jelentős azon ügyleti döntéshez, hogy személyes adatai megadásával készítsen-e Allegro fiókot magának a fogyasztó vagy sem. Illetve annak is van jelentősége, hogy mivel lehetséges volt regisztráció nélkül is megrendelést leadni a webáruházban, akkor a fogyasztó, ha így járt el, tudtán kívül nem vehette igénybe az árgaranciát. A Kúria joggyakorlata szerint az online szolgáltatást nyújtó weboldal meglátogatása és a regisztráció az ügyleti döntés része¹³⁸, tehát a regisztráció

¹³⁵ Lásd IV. 6. pont

¹³⁶ Lásd 24. bekezdés

¹³⁷ A Bizottság közleménye: Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (2021/C 526/01), 3.4. fejezet, 68. oldal.

¹³⁸ Kúria Kfv.VI.37.026/2022/8. számú ítélete – a VJ/19/2018 be2 S.á.r.l., insparx GmbH, Interdate S.A. ügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata

szükségességére vonatkozó információ az ügyleti döntéshez szükséges jelentős információnak minősül.

(c) az árgarancia kampány keretében juttatott Allegro kupon nem használható fel utánvétes vásárlás esetén

185. A fogyasztók számára lényeges információ továbbá, hogy **az árgarancia kampány keretében juttatott Allegro kupon nem használható fel utánvétes vásárlás esetén.** A fizetés lehetséges módja a fogyasztók számára jelentős információnak számít, hiszen az ügyleti döntést befolyásolja, hogy lehetséges-e a számára preferált fizetési mód választása a vásárlás során. Ahogyan az a III. pontban ismertetett kutatásból¹³⁹ megállapítható, annak ellenére, hogy jellemzően feláras, népszerű fizetési mód az utánvétel, és csupán 10-ből négy online rendelést fizetnek előre a magyar vásárlók. Tekintettel arra, hogy az Allegro Magyarországon új piaci szereplőnek számít, a fogyasztói bizalom még nem alakult ki a vállalkozással szemben, ebből fakadóan bizalmi okokból is számos fogyasztó dönthet az utánvétes fizetési mód mellett. Erre tekintettel az az információ, hogy az árgarancia szolgáltatás keretében kapott kupon nem használható fel utánvétes vásárlás esetén, szintén az ügyleti döntést befolyásoló jelentős körülménynek minősül.
186. Nem befolyásolja a lényeges információ elhallgatását az a tény, hogy az eljárás alá vont álláspontja szerint technikai okai voltak annak, hogy utánvétes vásárlással, illetve regisztrációval lehetett igénybe venni az árgaranciát, ugyanis ez sem zárta ki azt, hogy ezekről a jelentős körülményekről a fogyasztók időszerű tájékoztatást kapjanak.
187. Összességében tehát a „Legalacsonyabb ár garancia” kampány kapcsán jelentős információnak (feltételnek) minősül, hogy:
- mindössze 20 kiválasztott webáruházhoz képest vállal garanciát a legalacsonyabb árra az Allegro;
 - csak olyan vásárlás esetén érvényesíthető a garancia, amelyet regisztrált felhasználó (a fiókjába bejelentkezve) hajtott végre;
 - a garancia keretében kapott kupon csak olyan vásárlásra használható fel, amely során nincs mód utánvétes fizetésre.
188. Egyetért az eljáró versenytanács a vizsgálók azon megállapításával, hogy nem tekinthető tényállásszerűnek az Allegro azon hivatkozása sem, amely szerint a kampányában tett valamennyi állítás összhangban volna a Gazdasági Versenyhivatal gyakorlatával, így a VJ/45/2005. számú határozatában foglaltakkal, miszerint az árgaranciát alkalmazó vállalkozásnak a fogyasztó számára egyértelművé kell tennie, hogy
- az árgarancia mely termékekre terjed ki,
 - mik az érvényesítésének feltételei, korlátai, valamint
 - a vállalkozás milyen kötelezettséget vállal a fogyasztó irányában.
189. A VJ/45/2005. számú ügyben a Versenytanács egyrészt jelen ügyhöz hasonló adminisztratív jellegű feltétel elhallgatása kapcsán mondta ki a jogsértést, például a hivatkozott ügyben a fogyasztó számára nem derült ki az érintett reklámból, hogy mind az eredeti, mind a versenytársnál történt olcsóbb vásárlást blokkal kell igazolnia, ha érvényesíteni akarja az árgaranciát. Szintén kifogásolta a hivatkozott határozat, hogy az eljárás alá vont vállalkozás elmulasztotta arról tájékoztatni a fogyasztókat, hogy az adott garanciát csak földrajzilag kis

¹³⁹ Lásd a 15. bekezdést

körben, az áruházai 3 km-es körzetében vásárolt olcsóbb termékre vállalja, ezáltal a potenciális versenytársi kínálatot leszűkítette.

190. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az Allegro a jelen eljárásban a VJ/45/2005. számú ügyben vizsgált feltételekhez nagyon hasonló feltételeket hallgatott el, így egyrészt adminisztratív jellegűeket (csak regisztrált, Allegro fiókkal bejelentkezett vásárlások esetén érvényesíthető az árgarancia), másrészt a figyelembe vehető versenytársi kínálatot is rendkívül szűken határozta meg (mindössze 20 webáruház). Ezen felül, jelen ügyben a kupon felhasználása során az utánvetés fizetés kizárása olyan feltételnek minősül, mely arra vonatkozik, hogy „*vállalkozás milyen kötelezettséget vállal a fogyasztó irányába*”.
191. A Versenytanács VJ/45/2005. számú ügyben kifejtett véleménye szerint: „*A fogyasztó befolyásolásában az adott vállalkozás által kínált szolgáltatásokról, így például az árgarancia nyújtásáról való tájékoztatás a fogyasztó érdemi választását befolyásoló tényezőnek tekintendő. A magatartás kétségtelenül hatást gyakorol a gazdasági versenyre, mely hatást fokozza az, hogy az ilyen információk alkalmasak a fogyasztók áruházba történő „becsábítására”, s az áruházba ily módon betért fogyasztók vásárlásai nem szorítkoznak az árgaranciával érintett termékekre, a vállalkozás magatartása kedvezően hat az áruházakban forgalmazott többi áru értékesítésére is. [...] Az árgarancia alkalmas a fogyasztói döntések befolyásolására, mivel a fogyasztók erre is figyelemmel hozzák meg azon versenyjogilag releváns döntéseiket, hogy hol bonyolítják le vásárlásaikat, megvásárolják-e az adott vállalkozás által forgalmazott termékeket. Ennek megfelelően versenyjogi értékelés tárgya lehet a valamely vállalkozás által kínált árgarancia kapcsán a fogyasztók részére adott tájékoztatás, illetve az is, az árgaranciát magában foglaló piaci stratégiával összefüggésben nem állapítható-e meg, hogy a vállalkozás által alkalmazott üzleti módszer indokolatlanul korlátozza a fogyasztó választási szabadságát.*
192. A fentiekben (még az Fttv. hatályba lépése előtti jogszabályi környezetben) kifejtett versenytanácsai értékelés a jelen eljárásban is irányadó, azt a jelen eljárásban beszerzett adatok és információk is alátámasztják. Egyrészt, az eljárás alá vont vállalkozás által megadott azon adatok, amelyek szerint a vizsgált időszakban a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelöléssel érintett termékek aránya az összes termékhez képest csupán 0,2% - 0,4% közötti volt, miközben a „Legalacsonyabb ár garancia” jelzéssel ellátott ajánlatokból származó bruttó árbevétel az Allegro platform összes értékesítésének 17,1%-át tette ki. Másrészt az Allegro által bemutatott, a „Legalacsonyabb ár garancia” ikon érzékeléséről, láthatóságáról és hatásairól szóló kutatásból¹⁴⁰ is megállapítható, hogy a fogyasztók üzleti döntését befolyásolni képes a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelölés, ugyanis a tesztet kitöltő fogyasztók tíz százalékponttal nagyobb arányban választottak úgy, hogy megvásárolnának egy „Legalacsonyabb ár garancia” jelvényvel ellátott ajánlatot, mint egy árgarancia programban részt nem vevő terméket.

VIII.3.5. Elhallgatás a kommunikáció korlátaira is figyelemmel

193. Annak megítélésakor, hogy a jelentősnek minősülő információt elhallgatta-e a vállalkozás, azt is tisztázni kell, hogy a jelen ügyben mely kommunikációs eszközök azok, amelyeknek az információ-áteresztő képességét (korlátait) figyelembe kell venni. Az információ áteresztő-képesség mértékével kapcsolatban abból kell kiindulni, hogy a kialakult bírói gyakorlat alapján az egyes reklámhordozók ugyan eltérő információ-áteresztő kapacitással rendelkeznek, azonban a reklámhordozók terjedelmi korlátai nem adnak felmentést a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalma alól. Erre tekintettel

¹⁴⁰ Lásd IV. 6. pont

a vállalkozásnak olyan reklámhordozót kell választania, amely a területi korlátokra is figyelemmel biztosítja a tisztességes tájékoztatás közreadását.

194. Annak a jelentős információnak, hogy az eljárás alá vont

- **csak az általa megjelölt 20 versenytársával szemben**

vállalja azt, hogy ha a konkurenciánál alacsonyabb ugyanaz az ajánlat, akkor a különbséget (150% értékű kupon formájában) megtéríti, nem szab gátat egyetlen vizsgált kommunikációs eszköz áteresztőképessége, tehát az az eljárás alá vontnak minden kommunikáción meg kellett volna jelenítenie. Maga az eljárás alá vont is kezdetben hosszabb üzenetet alkalmazott a reklámfelületein „Garantáltan a legjobb ár a kiválasztott webáruházakban”, tehát semmi akadály nem lett volna annak, ha a reklámfelületeken is feltünteteti, hogy például „Legalacsonyabb ár garancia (az általunk megjelölt) 20 online áruházzal szemben”.

195. Az a megszorítás, hogy az eljárás alá vont az árgaranciát csak az általa kiválasztott 20 online áruház ajánlataival szemben vállalja, lényegesen módosítja a „legalacsonyabb ár garancia” szlogen üzenetét. A versenytanács joggyakorlata szerint ha a fogyasztó csak a döntési folyamat egy későbbi szakaszában jut további információhoz a teljeskörűség látszatát nem keltő információ kapcsán, akkor ez jogsértést eredményez, amennyiben a későbbi döntési szakaszban szerzett valós információ lényegesen módosítja a korábbi szakaszban alkalmazott kereskedelmi kommunikáció üzenetét vagy a korábbi szakaszban alkalmazott kereskedelmi kommunikációban közölt információban szereplő lényeges árujellemező csak szélsőséges esetben, atipikus fogyasztói kör számára elérhetően érvényesül. (Vj/9/2010.)

196. A közösségi média posztok esetében feltüntetésre került, hogy további részletekért kattintani kell, valamint az e-DM levelek is úgy voltak kialakítva, hogy kattintás után az eljárás alá vont nyitó oldalára irányították a fogyasztót. Ez azonban nem teszi jogszerűvé a jelentős információ elhallgatásával megvalósuló kommunikációt. A versenytanács gyakorlata szerint önmagában annak feltüntetése a reklámszövegben, hogy valamely tájékoztatás nem teljes körű, és a részletekért érdeklődjenek az ügyfélszolgálaton, nem alkalmas a felelősség alóli mentesüléshez, hiszen a fogyasztói döntési folyamat egy későbbi szakaszában adott további tájékoztatás nem szünteti meg a reklámok jogsértő jellegét. (Vj/101/2012.)

197. Annak a jelentős korlátozásnak elhallgatása tehát, hogy az árgarancia csak 20 online áruházzal szemben érvényes, egységesen minden vizsgált kommunikációs felület esetében megállapítható.

198. A másik két jelentős információ (csak regisztrált vásárlás esetén érvényesíthető a garancia, és a kupon utánvétel vásárlás esetén nem használható fel), az áteresztőképességre tekintettel az alábbiak állapíthatók meg:

VIII.3.5.1 Időszerűtlen tájékoztatás a weboldalon

199. A Versenytanács gyakorlata szerint a kommunikációs eszközök között különbség mutatkozik abban, hogy azok csak néhány vagy részletesebb információk közlésére alkalmasak-e. Az eljárás alá vont saját honlapján elhelyezett kereskedelmi kommunikációs tartalmak értékelése során nem hagyható figyelmen kívül, hogy az internet (azaz a weboldal) jellegéből adódóan alkalmas arra, hogy információkat, egy-egy áru vonatkozásában akár a releváns információk teljes körét gyorsan és kényelmesen elérhetővé tegye. Az interneten megjelentethető és meg is jelenő információk nagy tömege ugyanakkor azt is jelenti, hogy a fogyasztó versenyjogilag figyelembe veendő döntésének meghozatalát általában nem az információk rendelkezésre állásának hiánya nehezíti meg, hanem a nagy mennyiségű

információ szelektálása, a releváns információk megtalálása és kiválasztása, s azok feldolgozása. Ebből fakadóan fontos, hogy az áru fogyasztók általi reális megítéléséhez szükséges lényeges információk **könnyen elérhetők legyenek, fogyasztóbarát módon kerüljenek elhelyezésre.**¹⁴¹

200. Az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi kommunikációs eszköz (azaz a weboldal) megjelenésében és felépítésében alkalmas arra, hogy a fogyasztók számára megfelelő, időszerű tájékoztatást jelenítsen meg. A TV- vagy rádióreklámokkal ellentétben ezen kommunikációs eszköznél nincs időbeli, térbeli korlát, sőt a fogyasztóknak szóló fő üzenetet és mellé a kiegészítő információkat még figyelemfelhívó webdesign elemek alkalmazásával is megjeleníthetik.
201. Továbbá a weboldali tájékoztatások kapcsán (amennyiben webáruházról, online vásárlásról van szó), a Versenytanács gyakorlata szerint¹⁴² a felhasználóknak nyújtott teljeskörű tájékoztatás szempontjából különös jelentősége van az ÁSZF-ben megtalálható tájékoztatáson kívül, a vásárlás folyamatába illesztett tájékoztatásoknak.
202. A VJ/11/2023. számú ügyben hozott határozatában a Versenytanács aláhúzta, hogy fogyasztók teljeskörű, időszerű tájékoztatásához a lényeges információknak már a szolgáltatás funkcionális használata során, jelen esetben a **vásárlási folyamat megkezdésekor** meg kellett volna jelennie, ebben az esetben a felhasználóknak nem kell külön sem az ÁSZF-et böngésznie, sem nehezen fellelhető aloldalakon megjelenő cikkek tartalmát értelmeznie, mivel a lényegi információ a weboldalon, a szolgáltatás igénybevétele során megjelenik.
203. Jelen eljárásban a **vásárlási folyamatba épített tájékoztatásnak a termék aloldalon elérhető, a „Legalacsonyabb ár garancia” kiemelt elem mellett szürkével megjelenő „megtekintés” feliratra kattintás után, a lap jobb oldalán felugró oldalsó fülön megjelenő tájékoztatás minősül** (lásd a 46. bekezdésben bemutatott képkivágás). Ezen oldalfülön azonban a VIII.3.4.1. pontban ismertetett három jelentős információ közül egyik sem jelenik meg, ahhoz további, a kampány információs aloldalra, vagy a kampányszabályzatra való kattintás, az azokon való keresés, görgetés szükséges.
204. Megállapítható, hogy a termék aloldalon megnyitható oldalsó fülön (illetve a kampány információs aloldalon is) megjelenő „összehasonlításban részt vevő webáruházak” kifejezést könnyedén kiegészíthette volna az eljárás alá vont vállalkozás a kiválasztott webáruházak számával. Az „összehasonlításban részt vevő webáruházak” kifejezés üzenetéből az sem állapítható meg továbbá, hogy a kiválasztást maga az Allegro vagy a fogyasztó fakultatívan végzi el. Itt ismét utal az eljáró versenytanács azon tényekre, hogy a magyar online kereskedelmi piac több mint 18 ezer résztvevővel rendelkezik, és a megszorítás nélküli „legalacsonyabb ár garancia” erőteljes üzenetével ellentétes a garancia mindössze 20 versenytársi körre való szűkítése.
205. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a kampány információs aloldal, illetve a kampányszabályzatok aloldalai nem tekinthetők a vásárlási folyamatba épített tájékoztatásnak, így az ezeken az oldalakon elhelyezett információk nem tekinthetők megfelelő tájékoztatásnak, főleg annak fényében, hogy a „legalacsonyabb ár garancia” szlogent az átlagfogyasztó egy megszorítás nélküli erőteljes üzenetként értelmezi. Megnehezíti a fogyasztó számára az árgarancia intézményének megértését az is, hogy a kampány információs aloldalon megjelenő első információ-csoport, nem az, hogy pontosan mit „garantál” az Allegro és miként érvényesíthet ezzel kapcsolatos igényt a fogyasztó,

¹⁴¹ Elvi döntések I.7.19 (VJ/51/2014.)

¹⁴² VJ/11/2023. sz ügy, valamint az abban hivatkozott VJ/42/2019. és VJ/17/2020. ügyek

hanem az ügyleti döntéshez nem szükséges azon információk, hogy miként választja ki az eljárás alá vont vállalkozás az érintett termékek körét. Ez utóbbi inkább az Allegron árusító eladók számára lehet fontos, amennyiben arra törekednek, hogy minél több terméküket lássa el a piactér üzemeltetője „Legalacsonyabb ár garancia” jelöléssel. A fogyasztónak nincs szerepe az érintett termékek kiválasztási folyamatában, számára csupán az a lényeges, hogy az eljárás alá vont vállalkozás egyes termékekre árgaranciát vállal. Vásárlói oldalról az számít ügyleti döntést befolyásolónak, hogy világos, és időszerű módon (többi információt megelőzően, első helyen szereplő) tájékoztatást kap-e arról, hogy pontosan milyen helyzetben és miként érvényesítheti az árgaranciát. Ezen információkat azonban csak több helyről összeszedve, köztük a kampányszabályzatok végigolvasásával szerezhethi be.

206. A versenytanács joggyakorlata alapján az internetes honlapon tájékozódó fogyasztótól sem várható el, hogy a honlapon egymástól elszakítva található különböző információkat összevesse, azok összefüggéseit feltárja (VJ/75/2008). A 203. pontban ismertetett „megtekintés” felíratra kattintás után sem kap a fogyasztó további kutakodást nem igénylő egyértelmű világos, minden szükséges részletre kiterjedő tájékoztatást. Nem minősül megfelelő tájékoztatásnak, ha a fogyasztónak a jelentős információkat a vásárlási folyamatba épített tájékoztatáson túlmenően az (általános szerződési feltételekhez hasonló) kampányszabályzatból kell felkutatnia, ugyanis az már nem tekinthető a vásárláshoz kapcsolódó tájékoztatásnak, mivel nem felel meg annak a (joggyakorlat alapján az ún. landing page esetében már kikristályosodott) követelménynek, hogy a szükséges információ egyszeri továbbkattintással minden nehézség nélkül megismerhető legyen.
207. Erre tekintettel nem tekinthető tényállásszerűnek az Allegro azon hivatkozása, miszerint megvalósul esetében a VJ/1/2023. és a VJ/11/2023. számú ügyekben kifejtett versenytanácsi elvárás, miszerint a fogyasztók a vásárlási folyamatba építve kapjanak tájékoztatást a jelentős információról.
208. Mindezek alapján megállapítható, hogy az Allegro az árgarancia kampány jelentős feltételeit időszerűtlen módon bocsátotta rendelkezésre a weboldalán.

VIII.3.5.2 Időszerűtlen tájékoztatás a mobilalkalmazásban

209. A weboldalakhoz hasonlóan a kommunikációs csatorna áteresztőképességére vonatkozó korlát hiánya az applikációk kapcsán is megállapítható a Versenytanács döntése értelmében.¹⁴³
210. Megállapítható, hogy a mobilalkalmazásban feltüntetett tájékoztatások helye, formája és módja megegyezik a weboldalon nyújtott tájékoztatásokkal, ebből fakadóan megállapítható, hogy az Allegro időszerűtlen módon bocsátotta rendelkezésre az árgarancia kampány jelentős feltételeit a fogyasztók részére a mobilalkalmazásában is.

VIII.3.5.3 Időszerűtlen tájékoztatás az online hirdetések esetén

211. Ezen típusú online reklámok esetén a Gazdasági Versenyhivatal bannerek kapcsán kikristályosodott joggyakorlatát lehet alkalmazni, mert a bannerek, mint kommunikációs eszközök jellegüket tekintve részben megfeleltethetők az e körben vizsgált kommunikációs eszközökkel, mivel a kommunikációk nem keltették a teljeskörűség látszatát, és tartalmazták az arra vonatkozó felhívást, hogy az árgarancia részletei a vonatkozó linken érhetőek el.

¹⁴³ VJ/16/2022. számú ügyben hozott határozat 207. bekezdés

Hasonlóképp járt el a Versenytanács a VJ/31/2023. számú ügyben, a performance marketing (Facebook, Instagram, YouTube) és saleshouse (Gamestar banner) típusú reklámok kapcsán.

212. A Versenytanács Elvi Döntési szerint „A banner-ek esetében a fogyasztó a reklám észlelésekor többféle viselkedésmintát követhet, így a reklám sajátosságának megfelelően rákattinthat a banner-re, amely jellemzően „elvezeti” az adott vállalkozás honlapjára, azaz ebben az esetben a banner csak elérési útként szolgál a további információszerzéshez, s az ún. landing page-en (amely tehát általában a vállalkozás honlapja) többnyire további információk állnak rendelkezésre. Fő szabály szerint a banner-ek Fttv. szerinti minősítéséhez szükséges annak ismerete, hogy a fogyasztó a banner-re történő egyetlen kattintással milyen felületre (landing page-re) jut, s ott további tájékozódás, „kutakodás” nélkül milyen (egyértelmű, világos, minden szükséges részletre kiterjedő, vagy ezzel ellentétben értelmezési problémákhoz vezető, homályos, magában is hiányos) tájékoztatást kap a reklámozott termékkel kapcsolatban.”¹⁴⁴
213. Az online hirdetések ugyan tartalmaztak linket a kampány információs aloldalra. Ugyanakkor ezen kampány információs aloldalon nagy mennyiségű, csak többszörös görgetéssel átfogható információkkal találkozik a fogyasztó. A kiválasztott webáruházak pontos száma (20 db) sehol nem olvasható, a weboldalak pontos nevét tartalmazó lista pedig csak az oldal alján, sokadik legörgetés után, utolsó előtti információként érhető el, így a fogyasztónak kutakodnia kell, és a listán szereplő neveket össze kell számolnia, ahhoz, hogy a lényeges információt megismerhesse. A Versenytanács joggyakorlata alapján a legörgetés (annak jellegéből adódó gyorsaságára is figyelemmel) növeli annak a lehetőségét, hogy a fogyasztóhoz nem jut el valamennyi feltétel, így egy többszörös görgetés után elhelyezett információ esetében a vállalkozásnak számolnia kell azzal, hogy az már nem feltétlenül jut el a fogyasztókhoz¹⁴⁵.
214. Megállapítható továbbá, hogy a másik két jelentős információ (a regisztrált fiókhoz kötöttség, és a kupon felhasználásakor az utánvétes fizetés kizárása) egyáltalán nem található meg ezen az aloldalon, azok kizárólag a kampányszabályzatban olvashatók, amelyhez további kattintással lehet elérni.
215. Mindezekre tekintettel az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont az árgarancia kampány jelentős feltételeit időszerűtlen módon bocsátotta rendelkezésre online hirdetéseiben.

VIII.3.5.4 Időszerűtlen tájékoztatás a közösségi média megjelenések esetén

216. A közösségi médiakampány során sem jelentek meg a VIII.3.4.1 pontban ismertetett jelentős információk, holott a közösségi média posztok alkalmasak több információ megjelenítésére. A jelentős információk azonban hasonlóan az online reklámokhoz, csak tovább klikkeléssel és többszörös legörgetéssel voltak elérhetőek, így az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont az árgarancia kampány jelentős feltételeit időszerűtlen módon bocsátotta rendelkezésre a saját közösségi média felületein elhelyezett bejegyzésekben.

VIII.3.5.5 Időszerűtlen tájékoztatás az e-DM levelekben

217. A Versenytanács a VJ/7/2015. számú ügyben arra a megállapításra jutott, hogy az elektronikus direkt marketing levél Fttv. szerinti megítélése kapcsán hasonló megközelítés érvényesül: jelentőséggel bír, hogy a levél rákattintással lehetőséget nyújt a továbblépésre,

¹⁴⁴ Elvi Döntések I.7.15. (Vj/12/2009.)

¹⁴⁵ VJ/32/2016. számú ügy

amely jellemzően elvezeti a fogyasztókat az adott vállalkozás honlapjára, azaz ebben az esetben az elektronikus direkt marketing levél csak elérési útként szolgál a további információszerzéshez, s az ún. landing page-en (amely általában a vállalkozás honlapja) többnyire további információk állnak rendelkezésre. Főszabály szerint az elektronikus direkt marketing levelek Fttv. szerinti minősítéséhez szükséges annak ismerete, hogy a fogyasztó a levélre történő egyetlen kattintással milyen felületre (landing page-re) jut, s ott további tájékozódás, „kutakodás” nélkül milyen (egyértelmű, világos, minden szükséges részletre kiterjedő, vagy ezzel ellentétben értelmezési problémákhoz vezető, homályos, magában is hiányos) tájékoztatást kap a reklámozott termékkel kapcsolatban.

218. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az e-DM felület alkalmas lehet több információ elhelyezésére is, jelen esetben azonban inkább a banner szerű megjelenés volt hangsúlyos. Az e-DM levelek tartalmazták a „Garantáljuk a legjobb árakat” üzenetet, és egy hivatkozást, amelyre kattintva egy, a vevőnek szóló, az Allegro piacteret általánosságban bemutató aloldalra jutott a fogyasztó, azonban ez a „landing page” semmilyen egyéb információt nem közölt az árgaranciáról, csupán azt hangsúlyozta, hogy „több ezer termék, minden kategóriában” érhető el árgaranciával. A fogyasztók számára további kutakodást igényelt, hogy megtalálják az <https://allegro.hu/vevoknek> oldalon azt a kisbetűs, színekkel nem kiemelt hivatkozást, amely a kampány információs aloldalra vezetett. Erre tekintettel az időszerűtlen tájékoztatás ezen kommunikációs eszközök vonatkozásában is megállapítható.

Összegzés

219. A mulasztás **időszakával** kapcsolatban megállapítható, hogy a kampány lezárult 2025 februárját követően, így az eljáró versenytanács a jogsértés időszakának záró időpontjaként 2025 február utolsó napját azonosítja, annak ellenére, hogy a vizsgálok 2025 szeptemberében is észleltek online hirdetéseket „Legalacsonyabb ár garancia” üzenettel,¹⁴⁶ azonban az eljárás alá vont a weboldalon, a mobilalkalmazásban elérhető kommunikációt a kampányok beszüntetésével párhuzamosan eltávolította, és e-DM leveleket sem küldött már árgarancia üzenettel. A 2025. február 28-át követő időszak esetében feltárt online hirdetések száma a megelőző kampányhoz képest marginális volt, ezért az eljáró versenytanács az eljárás alá vont számára kedvező módon ezt az időszakot már nem kívánja a jogsértéssel érintett időszakba beszámítani.
220. **Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy a fogyasztó nem kapott időszerű tájékoztatást a „Legalacsonyabb ár garancia” kampányokkal kapcsolatban, így az Allegro 2024. október 1-től 2025. február 28-ig elhallgatta a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelöléssel folytatott kereskedelmi gyakorlatára vonatkozó jelentős információkat, amely kereskedelmi kommunikációjával az eljárás alá vont megvalósította az Fttv. 7. § (1) bekezdésben foglaltakat, ezáltal megsértette az Fttv. 3. § (1) bekezdését.**

VIII. 4. A kötelezettségvállalás értékelése

221. Az eljáró versenytanács a jelen ügyben nem fogadta el a Tpv. 75. §-a alapján az eljárás alá vont által benyújtott kötelezettségvállalást több körülményre tekintettel. Az eljáró versenytanács kiemeli, hogy a kialakult joggyakorlat¹⁴⁷ értelmében a Versenytanács diszkrecionális jogkörébe tartozik a kötelezettségvállalás elfogadása vagy elutasítása.

¹⁴⁶ Lásd vizsgálati jelentés 92. bekezdés

¹⁴⁷ Lásd FKMB 5.K.32.772/2015/34. 13. o.; Fővárosi Törvényszék 105.K.701.058/2020/24. számú ítélete 10.o.; 105.K.701.046/2020/21. számú ítélete 11. o.; 105.K.701.046/2020/21. számú ítélete 9. o.

222. A Kötelezettségvállalási Közlemény értelmében esetről esetre mérlegeli a Versenytanács, hogy a speciális és generális prevenció elveit is figyelembe véve a versenyfelügyeleti eljárás kötelezettségvállalással történő lezárásával elérhető előnyökhöz képest indokoltabb-e a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, esetlegesen a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása.
223. A jelen ügyben az alkalmazott kereskedelmi gyakorlat jelentős súlyúnak minősül, mivel egy erőteljes üzenetre épült (legalacsonyabb ár garantálása), ami különösen nagy költségvetésű online reklámkampány alkalmazásával alkalmas volt arra, hogy az új piacralépő platform esetében az árérzékeny fogyasztók figyelmét felkeltse, azonban jelentős tény elhallgatásával tisztességtelen gyakorlatot valósított meg, ami a gazdasági verseny érdemi érintettsége miatt tisztességtelen versenyelőnyt is okozhatott.
224. –A vizsgálat tárgyát képező kereskedelmi gyakorlat jelentős számú fogyasztót érintett, hiszen az eljárás alá vont honlapjának több milliós látogatottsága volt, a jogellenes kereskedelmi kommunikációt tartalmazó online reklámokkal is több millió fogyasztó találkozhatott.
225. A kötelezettségvállalás elutasításának mérlegelésekor az eljáró versenytanács azt is figyelembe vette, hogy az árgarancia alkalmazása kapcsán a joggyakorlat már kikristályosodott abban a tekintetben, hogy az árgarancia korlátait egyértelművé kell tenni, amit azonban az eljárás alá vont elhallgatott vagy nem időszerűen kommunikált.
226. A jelen ügyben a közérdek hatékony védelmének biztosítása kötelezettségvállalás elfogadásával, még a kompenzációs érték, a fogyasztóknak címzett közvetlen kifizetések mértékének jelentős növelésével vagy a vállalat egyéb elemeinek bővítésével, további kiegészítésével sem garantálható. A jelen ügyben indokolt a közérdeket ért sérelem jellege, súlya miatt a tényállás teljes körű tisztázása és adott magatartás jogi minősítése, a jogsértés megállapítása és bírság kiszabása (lásd a Kötelezettségvállalási Közlemény 11. pontját).

VIII. 5. Az eljárás megszüntetése a szakmai gondosság vizsgálata vonatkozásában

227. Az eljáró versenytanács a vizsgálat által feltárt bizonyítékok alapján nem látta megfelelően alátámasztva azt, hogy az eljárás alá vont kereskedelmi gyakorlata a jelentős tények elhallgatásán, illetve időszerűtlen rendelkezésre bocsátásán túl önmagában az árgarancia rendszerének kialakításával, megsértette volna a szakmai gondosság követelményét. A Nagykommentárban ismertetett joggyakorlat alapján minden megtévesztő kereskedelmi gyakorlat a szakmai gondosság követelményével ellentétesnek minősül, így ahhoz, hogy egy megtévesztő kereskedelmi gyakorlat az Fttv. 3. § (1) bekezdésének tilalmába ütközzön, elegendő csak az Fttv. 6. (vagy 7.) §-ában foglalt feltételek teljesülésének a vizsgálata (ezt támasztja alá az Európai Unió Bíróságának a C-435/11. CHS Tour Services GmbH kontra Team4 Travel GmbH ügyben 2013. szeptember 19-én hozott és a C-388/13. Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság ügyben 2015. április 16-án hozott ítélete)¹⁴⁸.
228. A szakmai gondosságnak való megfelelés vizsgálata körében a feltárt körülmények jelen eljárásban szoros összefüggést mutattak a jelentős információk elhallgatásával, azonban önmagában az eljárás alá vont árgarancia rendszer kialakításának szakmai gondosság követelményébe ütközését a jelentős információk elhallgatásának figyelmen kívül hagyása mellett – amelyet az eljáró versenytanács az Fttv. 7. § (1) bekezdése alapján értékelt – a

¹⁴⁸ Nagykommentár a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvényhez - Zavadnyik József; lásd még a Kúria Kfv.III.37.602/2012/9. ítélete.

feltárt bizonyítok alapján nem lehetett megállapítani, és erre vonatkozóan az eljárás folytatásától sem várható eredmény, ezért az eljáró versenytanács az Fttv. 7. § (1) bekezdésben foglalt tényállást megvalósító magatartás vizsgálatán túl az eljárást az Fttv. 3. § (2) bekezdés a) pontja tekintetében a Tpvt. 60/A § (1) bekezdés b) pontja alapján megszüntette.

IX.

Jogkövetkezmények

229. Az eljáró versenytanács az Fttv. 7 § (1) bekezdés megsértése miatt bírságot szabott ki.
230. Az eljáró versenytanács a jogsértés megállapítása esetén a jogsértés jellegére, súlyára, a jogsértés körülményeire, illetve a piaci viszonyokra is tekintettel a Tpvt. 76. § (1) bekezdés k) pontja és a Tpvt. 78. § (1) bekezdés a) pontja alapján bírság kiszabását is indokoltnak tartja az eljárás alá vont vállalkozással szemben, különös figyelemmel a generális és speciális prevencióra.
231. 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) részletezi azokat a szempontokat, amelyek alapján a Gazdasági Versenyhivatal meghatározza az Fttv. és a Tpvt. III. fejezete, illetve valamennyi, az Fttv. eljárási szabályaira visszautaló, ezen szabályokra tekintettel alkalmazandó és a GVH hatáskörébe tartozó – fogyasztók és üzletfelek tisztességes tájékoztatását szabályozó – jogszabályi rendelkezések megsértése miatt indított ügyekben kiszabott versenyfelügyeleti bírság mértékét.
232. A Tpvt. 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.
233. 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.
234. 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.
235. A versenyfelügyeleti bírság kiinduló összegének a megállapítása során a versenytanács főszabály szerint a jogsértő kereskedelmi gyakorlat költségéből indul ki. Jelen ügyben azonban a jogsértő kommunikáció költségére a becsléshez szükséges mértékben sem áll

rendelkezésre megbízható adat. Az eljárás alá vont megkísérelte megbecsülni a jogsértő kommunikáció költségét, mivel [üzleti titok].

236. [üzleti titok].

237. Az eljárás alá vont becslése teljesen megalapozatlan, mivel nem veszi figyelembe a képet is tartalmazó Google hirdetések, annak ellenére, hogy a hirdetések túlnyomó része képet tartalmazott. Ezen felül azért sem tekinthető megalapozottnak az Allegro által meghatározott arányszám, mert a „Legalacsonyabb ár garancia” jelzéssel ellátott ajánlatokból származó GMV (a termékek teljes értéke) az allegro.hu platform összes értékesítéssel járó bruttó árumennyiségéhez képesti aránya ([üzleti titok]%) a többszörösét teszi ki a „Legalacsonyabb ár garancia” megjelöléssel érintett termékek arányának ([üzleti titok]%) az összes termékhez képest. Azonban az továbbra sem világos, hogy ez a mérőszám miért releváns a költségek arányosításához, mivel az eljárás alá vont nem ad magyarázatot a két érték kapcsolatára. Másrészt a jogsértő kommunikáció nem csak Google hirdetések, hanem a kiküldött 45 ezer elektronikus DM levélben, több mint százezer letöltéssel rendelkező mobil alkalmazásban, és az eljárás alá vont magas (több milliós) látogatottságú weboldalán is kiemelten megjelent.

238. A Bírágközlemény 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 árukból a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevétel 10%-át veszi figyelembe.

239. Jelen ügyben rendelkezésre áll a jogsértő időszakban a magyarországi értékesítések után kapott jutalékokból származó árbevétel, amelynek összege [üzleti titok],- forint volt¹⁴⁹. Mivel „a legalacsonyabb ár garancia” program az eljárás alá vont platformján hangsúlyosan megjelent, azzal minden fogyasztó már a kezdőoldalon találkozott, a szlogen erőteljes üzenete miatt annak becsalógató hatásától sem lehet eltekinteni, ezért a teljes jutalékokból származó árbevétel – mivel ez tekinthető a jogsértés időszaka alatt realizált nettó árbevételnek – 10%-át tekinti az eljáró versenytanács kiinduló összegnek.

240. A kiinduló összeg fentiek szerinti meghatározását követően kerül sor az alapösszeg kiszámítására, amely a jogsértés súlyát, hatását és a vállalkozás jogsértéshez való viszonyulását kifejező súlyosító és enyhítő körülmények figyelembevételére ad lehetőséget.

241. Az eljáró versenytanács súlyosító körülményként vette figyelembe közepes súllyal, hogy a jogsértő gyakorlatot tartalmazó kampány csaknem fél éven keresztül tartott jelentős online marketingköltséggel, célzott eDM levelekkel, valamint a jogsértő kommunikáció az eljárás alá vont magas látogatottságú honlapján is hangsúlyosan megjelent, így széles fogyasztói kört érhetett el, másrészt a „legalacsonyabb ár garancia” erőteljes üzenetként jelent meg, aminek a jelentős információk elhallgatása miatt becsalógató hatása is lehetett, hiszen a legalacsonyabb árak garantálása alkalmas arra, hogy felkeltse a potenciális vásárlók figyelmét (lásd a Bírágközlemény 34. pontját).

242. Az eljáró versenytanács kis súlyú enyhítő körülményként azonosítja a jelen ügyben azt a körülményt, hogy az eljárás alá vont az eljárás megindulásának hatására felhagyott a legalacsonyabb árgarancia kampányával. A kis súlyt az indokolja, hogy több hónappal a

¹⁴⁹ VJ/4-73/2025. számú adatszolgáltatás

kampány abbahagyása után is voltak olyan hirdetések, amelyek tartalmazták a jogsértő szlogent annak ellenére, hogy a „Legalacsonyabb ár garancia” program már egyáltalán nem volt elérhető.

243. A fentiek alapján kalkulált bírság alapösszege a kiinduló összegnél kb. 10%-kal magasabb, mintegy [üzleti titok] Ft.
244. Az alapösszeg kiszámítását követően kerül sor a Bírságközlemény értelmében a jogsértés esetleges ismétlődésének, a jogsértéssel elért előnynek, az elrettentő hatásnak és a Tpvt. 78. § rendelkezéseiben meghatározott bírság maximumának figyelembevételére. Az eljáró versenytanács egyik tényezőre tekintettel sem látja szükségesnek a fenti összeg korrekcióját.
245. Az eljáró versenytanács álláspontja szerint a kiszabott bírság összege összhangban van a Tpvt. 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, jellegére.
246. Az eljárás alá vont az előzetes álláspontban leírt tényeket nem vitatta és lemondott jogorvoslati jogáról, amire tekintettel az eljáró versenytanács 20%-kal mérsékli a bírságot a Bírságközlemény VI. A vállalkozás együttműködésének figyelembevétele c. fejezete alapján. Az eljárás alá vont vállalta továbbá, hogy megfelelési programot vezet be, amelyre tekintettel további 5% bírságcsökkentést alkalmazott az eljáró versenytanács.
247. Az eljáró versenytanács a Tpvt. 78. § (3) bekezdése szerinti szempontokat a fentiek szerinti mérlegelve kerekítéssel 42 500 000 forint versenyfelügyeleti bírságot szabott ki.

X.

Egyéb eljárási kérdések

248. A Tpvt. 62/C. § (2) bekezdése szerint a kötelezett a teljesítési határidő lejárta előtt benyújtott kérelmében annak igazolásával kérheti a kötelezettséget megállapító döntést hozó vizsgálótól, 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.
249. A Tpvt. 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 vizsgálónak 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.
250. 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.

251. 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.
252. 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.
253. 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.
254. 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.
255. 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.
256. 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 indul jogorvoslati eljárás. A 114. § (1) bekezdése szerint az ügyfél – az önálló fellebbezéssel nem támadható végzések kivételével – a véglegessé vált döntés ellen közigazgatási pert indíthat.
257. A Tpvt. 82. § (5) bekezdése alapján az eljáró versenytanács vagy az eljáró versenytanács előadó versenytanácsstagjának önálló jogorvoslattal támadható végzése a végzés közlésétől számított nyolc napon belül támadható meg közigazgatási perben.
258. A joggyakorlat értelmében egy okiratba foglalható a határozat és a végzés, illetve több határozat vagy végzés. Ha a jogorvoslatra jogosult az egybefoglalt határozat és végzés ellen is jogorvoslattal él, a határozat elleni jogorvoslat szabályait kell alkalmazni.
259. A közigazgatási perrendtartásról szóló 2017. évi I. törvény (a továbbiakban: Kp.) határozza meg a közigazgatási per szabályait.
260. A Kp. 29. §-ának (1) bekezdése az elektronikus kapcsolattartásra a polgári perrendtartás szabályait rendeli megfelelően alkalmazni. A polgári perrendtartásról szóló 2016. évi CXXX. törvény 608. §-ának (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.

261. 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.
262. 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.
263. A Kp. 39. §-ának (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.
264. Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (a továbbiakban: Itv.) 37. § (1) bekezdése szerint a bírósági eljárásért az Itv.-ben megállapított illetéket kell fizetni.
265. 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.
266. 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, 2026. június 25.

dr. Ay Zoltán Nándor
előadó versenytanács tag

dr. Kuritár Dávid
versenytanács tag

Váczi Nóra
versenytanács tag

Melléklet

Az Allegro vállalja, hogy 2026. szeptember 30-ig bevezet egy új, kifejezetten a Magyarországra irányuló tevékenységéhez kapcsolódó belső fogyasztóvédelmi megfelelési programot, és azt legalább 3 évig fenntartja. Ez a program a következő elemekből áll:

Magyarországra vonatkozó belső fogyasztóvédelmi megfelelési szabályzat: ezt a dokumentumot kétnyelvű formában (lengyel és angol nyelven) fogadja el az Allegro, és azon üzleti csapatok számára teszi elérhetővé, amelyek az Allegro fogyasztók felé irányuló tevékenységeivel – beleértve a fogyasztók felé irányuló reklámtevékenységet is – foglalkoznak. A dokumentum az Allegro intranetén is állandóan elérhető lesz.

Az újonnan bevezetendő folyamatok értelmében az Allegro üzleti csapatai kötelesek lesznek konzultálni az Allegro jogi osztályával, amennyiben fogyasztókat érintő változásokat vagy új funkciókat terveznek bevezetni az allegro.hu platformon. Az Allegro jogi osztálya szükség esetén felveszi a kapcsolatot a helyi magyar jogi tanácsadóval.

Az Allegro vállalja, hogy az új megfelelési folyamatot legalább a következő 3 évig fenntartja, amely időszak alatt az Allegro a megfelelési irányelvet az intraneten elérhetővé teszi.

Az Allegro évente egyszer írásbeli emlékeztetőt küld ki a Magyarországra vonatkozó fogyasztói megfelelési szabályzat létezéséről és annak belső hozzáférhetőségéről.

A fentiek teljesítésének ellenőrzése érdekében az Allegro a tárgyévet követő március 31-ig benyújtja a GVH-nak

- a kétnyelvű, Magyarországra vonatkozó fogyasztói megfelelési folyamatok másolatát, valamint, hogy azok hol érhetők el az Allegro üzleti csapatai számára;
- képernyőképeket (negyedévente egyet), amelyek igazolják, hogy a fogyasztói megfelelési folyamatok elérhetőek az Allegro belső rendszerén.