



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.

Levélcím: 1245, Budapest 5. Pf. 1036

Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860

Ügyszám: Vj/104/2012.

Iktatószám: Vj/104-55/2012.

Nyilvános változat

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa (a továbbiakban: Versenytanács) a **Réciczka White & Case LLP** Ügyvédi Iroda (1061 Budapest, Andrásy út 11.) és a dr. K. Zs. jogtanácsos által képviselt **Shell Hungary Zrt.** (1117 Budapest, Alíz u. 2.) eljárás alá vont vállalkozás ellen fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat feltételezett megsértése miatt indult eljárásban – nyilvános tárgyalást követően – meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

A Versenytanács megállapítja, hogy a Shell Hungary Zrt. a fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor

- 2011. szeptember 6. és 2012. márciusa között egyes kereskedelmi kommunikációiban valótlanul azt állította, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagok alkalmazása révén – akár tankonként 1 liter – üzemanyag spórolható meg,
- 2012. március 21-től 2012. októberéig egyes kereskedelmi kommunikációiban valótlanul azt állította, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyag alkalmazásával minden gépjármű esetében fogyasztáscsökkentés következik be.

A jogsértés megállapítása mellett a Versenytanács a Shell Hungary Zrt.-t 25.000.000 Ft (huszonötmillió forint) bírság megfizetésére kötelezi, amelyet a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül a Gazdasági Versenyhivatal 10032000-01037557-00000000 számú bírságbevételei számlája javára köteles megfizetni.

Ha a kötelezett a bírságfizetési kötelezettségének határidőben nem tesz eleget, késedelmi pótlékot köteles fizetni. A késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a Gazdasági Versenyhivatal megindítja a határozat végrehajtását.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsánál benyújtott vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A Fővárosi Közigazgatási és

Munkaügyi Bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevelében terjesztheti elő.

I n d o k o l á s

I.

Az eljárás tárgya

1. A Gazdasági Versenyhivatal (a továbbiakban: GVH) annak vizsgálatára indított eljárást 2012. december 20-án a Shell Hungary Zrt. (a továbbiakban: Shell vagy eljárás alá vont) ellen, hogy az eljárás alá vont megsértette-e a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat [figyelemmel az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése b) pontjának bg) alpontjában foglalt tényállásra] az általa forgalmazott Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagok népszerűsítésére szolgáló kereskedelmi kommunikációjával, amikor a termékek alkalmazásával elérhető eredményekre vonatkozó állításokat tett közzé.
2. A versenyfelügyeleti eljárás kiterjed az eljárás alá vont által forgalmazott Shell FuelSave Euro 95 és Diesel termékekre vonatkozó, 2011. szeptember 6-tól alkalmazott teljes kereskedelmi gyakorlatra.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. Az eljárás alá vont főtevékenységként gépjármű üzemanyag-kiskereskedelemmel foglalkozik, 2011. évi nettó árbevétele¹ 250.051.733.000 Ft, 2012. évi nettó árbevétele 240.013.465.000 Ft² volt.³
4. Az eljárás alá vonttal szemben korábban Vj/167/2005. számon folyt versenyfelügyeleti eljárás, amely megszüntetésre került.

III.

A Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagok, valamint a különböző releváns – fogyasztáscsökkenéssel kapcsolatos – tesztek eredményei

Az érintett termékek

5. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett termékek az eljárás alá vont által Magyarországon 2011. szeptember 6-tól forgalmazott Shell FuelSave üzemanyagok (a Shell FuelSave Euro 95 és a Shell FuelSave Diesel megnevezésű üzemanyag). A Shell FuelSave

¹ Vj/104-027/2012. számú irat

² Vj/104-027/2012. számú irat

³ Az érintett termékek értékesítéséből származó árbevételi adatokat a Vj/104-004/2012. számú irat 14. melléklete tartalmazza

Euro 95 súrlódásmódosító és tisztító adalékot, a Shell FuelSave Diesel égésjavító és tisztító adalékot (formulát) tartalmaz.

6. A Shell FuelSave termékek az eljárás alá vont kínálatában alapüzemanyagnak számítanak, melyen túlmenően a Shell differenciált üzemanyagként forgalmazza a Shell V-Power, Shell V-Power Diesel és a Shell V-Power Racing elnevezésű üzemanyagokat.
7. Az eljárás alá vont országszerte 213 töltőállomásán árusítja üzemanyagait.⁴
8. Az eljárás alá vont a vizsgálat által érintett termékek tekintetében a kiskereskedelmi forgalomban üzemanyagot értékesítő összes céget⁵ versenytársának tekinti. Ezen vállalkozások is jellemzően forgalmaznak alap, illetve prémium üzemanyagokat.

A fogyasztáscsökkentést igazoló eredmények

9. Az eljárás alá vont két szakértői vélemény [...] mellett számos technológiai, hivatkozást, forrást ismertetett
 - a benzinmotorok esetében a súrlódásmódosítókkal és fogyasztáscsökkentő hatásukkal,⁶
 - a dízelmotorok esetében az égésjavítókkal és fogyasztáscsökkentő hatásukkal,⁷ illetve
 - a tisztítóadalékok üzemanyag-gazdaságosság fenntartásához való hozzájárulásával⁸ kapcsolatban.
10. Ezen hivatkozások tartalmával kapcsolatban a versenyfelügyeleti eljárás során kifogás nem merült fel.
11. Az eljárás alá vont ismertette továbbá az érintett termékek használatának fogyasztáscsökkentő hatására, mértékére vonatkozó tesztek. A tesztek tárgyai részben az érintett termékekben is megtalálható adalékanyagok voltak.
 - a) Shell FuelSave Euro 95 fogyasztáscsökkentő hatásával kapcsolatos tesztek⁹
[...]¹⁰
 - b) Shell FuelSave Diesel fogyasztáscsökkentő hatásával kapcsolatos tesztek¹¹
[...]

IV.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

12. A versenyfelügyeleti eljárás a Shell FuelSave üzemanyagokat népszerűsítő
 - az „Akár 1 liter megtakarítás tankonként” elnevezésű kampányra és
 - a „Fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” elnevezésű kampányra,

⁴ benzin.apoi.hu

⁵ AGIP/ENI, AVIA, Auchan, Lukoil, MOL, OMV

⁶ Vj/104-004/2012. 13. számú melléklet 3. számú függelék

⁷ Vj/104-004/2012. 13. számú melléklet 3. számú függelék

⁸ Vj/104-004/2012. 13. számú melléklet 4. számú függelék

⁹ Vj/104-004/2012. 13. számú melléklet, 7. számú függelék

¹⁰ Az eljárás alá vont üzleti titkát tartalmazza

¹¹ Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklet, 8. számú függelék

illetve ezen szlogeneket használó azon reklámeszközökre terjed ki, amelyek természetes személy fogyasztóknak szóltak vagy juthattak el közvetítéssel (a sajtótájékoztatót követő, annak tartalmát átmenő média-megjelenések vagy az üzemanyag-töltő állomásokon dolgozók felkészítését követően nyújtott szóbeli tájékoztatás révén) és tartalmazzak állításokat a termékekkel elérhető üzemanyag-megtakarításra.

13. Az eljárás alá vont ismertette¹² a kampányok aktív időtartamát (a 2011. szeptember 6. és 2011. november 14., valamint a 2012. április 2. és 2012. június 31. közötti időszakok), amelyet a Versenytanács – tekintettel az eljárás alá vont érveire – el is fogadott szigorúan vett aktív kampányidőszaknak.

Azonban mivel egyes reklámeszközök (honlapi tájékoztatás) ezen időszakokon túl is elérhetőek voltak, illetve a Gosmart magazin 2012 februári száma az aktív kampány időszakot követően jelent meg, a Versenytanács azon időszakokat is a vizsgált magatartások időbeli kiterjedtsége körében értékelte, amelyek alatt a vizsgált szlogenek – ismerten, a fogyasztók számára elérhetően, az eljárás alá vont által befolyásolható módon – alkalmazásra kerültek. Az első kampány esetében így a releváns időszak a 2011. szeptember 6-tól 2012 márciusáig,¹³ a második kampány esetében pedig a 2012. március 21-től 2012 októberéig tartó időszak.

Az aktív kampány időszak és az egyes további reklámeszközök aktív kampányidőszakon túli megjelenésének, elérhetőségének időbeli elhatárolásának a magatartás súlyának, a kampányok elhúzóadásának szempontjából van jelentősége.

14. Az „Akár 1 liter megtakarítás tankonként” elnevezésű kampány keretében az eljárás alá vont a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagait
- 2011. szeptember 6. és 25. között [...] – többek között országos vételkörzetű audiovizuális médiaszolgáltatókon keresztül – sugárzott 30 másodperces televíziós reklámokban,
 - 2011. október 10. és 28. között [...] – többek között országos vételkörzetű audiovizuális médiaszolgáltatókon keresztül – sugárzott 15 másodperces televíziós reklámokban,
 - 2011. november 1. és 13. között [...] – többek között szintén országos vételkörzetű audiovizuális médiaszolgáltatókon keresztül – sugárzott 15 másodperces televíziós reklámokban,
 - 2011. szeptember 5. és 2011. november 11. között [...] – többek között országos vételkörzetű rádiós médiaszolgáltatókon keresztül is – sugárzott rádióspotokban,
 - 2011. szeptember 1. és 30. között az ország 18 megyéjében [...] db, valamint Budapesten [...] db 2D-s Billboard-on,
 - 2011. szeptember 16. és 30. között [...] db autópálya melletti Plus Billboard-on,
 - 2011. szeptember 6. és 30. között, illetve 2011. október 1. és 31. között Budapesten elhelyezett [...] építési hálón,
 - 2011. szeptember 6. és október 31. között a 11-es számú országos főúton, valamint 2011. szeptember 6. és november 15. között az M1/M7 autópálya szakaszon kihelyezett [...] db Megaboardon,

¹² Vj/104-004/2012. számú irat

¹³ Honlapi tartalmak alapján

- 2011. szeptember 5. és november 14 között [...] elhelyezett banneren,
- 2011. szeptember 6-án [...] Clubsmart kártyatulajdonosnak elektronikus direkt marketing levélben,
- 2012. február 1-jén a Gosmart magazinban,
- a Szolnoki helyi magazinban,
- 2011. szeptember és 2012. március között a www.shell.hu honlapon,
- 2011. szeptember 26. és október 14. között a NEO FM Bumeráng Roadshow-n Győrben, Székesfehérváron, Keszthelyen, Pécsen, Baján, Miskolcon, Debrecenben, Békéscsabán, Kecskeméten és Budapesten,
- 2011. szeptember 29-én a Celebrity Challenge elnevezésű promóciós versenyben,
- 2011. szeptember 6-án megtartott sajtótájékoztatóján, illetve sajtóközleményekben népszerűsítette.¹⁴

15. A fentiekén túl a kampány keretében az eljárás alá vont az alábbi kommunikációs eszközöket¹⁵ alkalmazta üzemanyagtöltő állomásain:¹⁶

- A0 side poster,
- A1 poster,
- Belógató attrap,
- Pénzvisszaadó,
- Entry banner (molino),
- Szórólap,
- Zászlófüzér (benti),
- Zászlófüzér (kinti),
- Kútkorona poszter,
- Ajtómatrica,¹⁷
- Blokkhát,
- FuelSave marketing prezentáció,
- FuelSave training prezentáció,
- Monitorkártya shoposoknak,
- Zsebkártya kutasoknak.

¹⁴ Vj/104-004/2012. és Vj/104-022/2012. számú iratok

¹⁵ Vj/104-004/2012. és Vj/104-022/2012. számú iratok

¹⁶ Az üzemanyag- töltőállomások száma a kommunikációs kampány kezdetekor 243 volt. Vj/104-022/2012. számú irat

¹⁷ Mivel ezen reklámeszközön nem jelent meg egyik kampány szlogenje sem, a továbbiakban ezen reklámeszköz nem kerül értékelésre önállóan.

16. Ezen kommunikációs eszközökben az eljárás alá vont azt az ígéretet fogalmazta meg, hogy a Shell FuelSave Euro 95, illetve a Shell FuelSave Diesel üzemanyagok alkalmazása révén a fogyasztók akár 1 liter, az üzemanyag-fogyasztásban megmutatkozó megtakarítást érhetnek el üzemanyagtartályonként (tankonként).
17. A „Fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” kampány keretében az eljárás alá vont a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagait
- 2012. április 2. és április 22. között [...] – többek között országos vételkörzetű audiovizuális médiaszolgáltatókon keresztül – sugárzott 30 másodperces televíziós reklámokban,¹⁸
 - 2012. március 26. és június 4. között [...] – többek között országos vételkörzetű rádiós médiaszolgáltatókon keresztül is – sugárzott rádióspotokban,¹⁹
 - 2012. április 1. és 30. között Budapesten, 2012. április 1. és június 31. között az M1/M7 autópálya szakaszon kihelyezett [...] db építési hálókön,²⁰
 - 2012. április 1. és 30. között az autópályák mellett elhelyezett [...] db Megaboardon,²¹
 - 2012. április 1. és 30. között [...] elhelyezett banneren,²²
 - 2012. május 1-jén a Gosmart magazinban²³
 - 2012. áprilistól 2013. októberéig a www.shell.hu, 2012. április 16-22., 2012. május 7-13. és 2012. június 4-10. közötti időszakokban a www.index.hu, 2012. április 9-15. között a www.origo.hu, 2012. április 2-8., 2012. április 30., 2012. május 1-6., valamint 2012. május 21-27. közötti időszakokban a www.vezess.hu című honlapokon,
 - 2012. április 16-22. közötti időszakban NLC, valamint 2012. április 9-15., 2012. április 30., 2012. május 1-6., illetve 2012. május 21-27. közötti időszakokban a HÍR24 elnevezésű online hírportálokon megjelent cikkekkel népszerűsítette.
18. A fentiekén túl ezen kampány keretében az eljárás alá vont az alábbi kommunikációs eszközöket²⁴ alkalmazta üzemanyagtöltő állomásain.²⁵
- Maintenance A0,
 - Maintenance Cashmat,
 - Zsebkártya.
19. Az eljárás alá vont a „Fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” elnevezésű kampány egyes kereskedelmi kommunikációival azt az ígéretet közvetítette a fogyasztók felé, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyag alkalmazásával minden gépjármű esetében fogyasztáscsökkentés következik be még az alaptermék esetében is.

¹⁸ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat

¹⁹ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat

²⁰ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat

²¹ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat

²² Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat

²³ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat

²⁴ Vj/104-004/2012. és Vj/104-022/2012. számú iratok

²⁵ Az üzemanyag-töltőállomások száma a kommunikációs kampány kezdetekor 239 volt (Vj/104-022/2012.)

20. Az alkalmazott kommunikációs eszközök teljes körű ismertetését, illetve azok megjelenési adatait a Vj/104-030/2012. számú vizsgálati jelentés 4. számú melléklete, a jelen ügy szempontjából releváns részeit a határozat melléklete ismerteti.
21. A vizsgált kampányok kapcsán szükséges megjegyezni, hogy az Advertising Standards Authority (a továbbiakban: ASA²⁶) mint az Egyesült Királyságban tevékenykedő független szabályozó szervezet már vizsgálta 2011-ben a Shell FuelSave reklámokat, melynek keretében 2011. október 19-én megtiltotta²⁷ az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” állítást is tartalmazó reklámok használatát.²⁸ Az ASA többek között az alábbiakat fogalmazta meg:
- az ASA elvárása az „akár” állítással kapcsolatban, hogy a fogyasztók 10%-a képes legyen elérni az ígért maximális megtakarítást, azaz Angliában az autók 10%-a 50 literes tankolással 1 litert meg tudjon takarítani,
 - a Shell FuelSave Euro 95 üzemanyagot 5 autón tesztelték, melyből 1 nem volt elérhető Angliában, így annak eredményeit nem vették figyelembe, a tesztet 9 alkalommal végezték el minden egyes autón, melyekből összesen 2 autó ért el legalább 2%-os átlagos megtakarítást,
 - a Shell FuelSave Diesel üzemanyagot 4 autón tesztelték, 5 alkalommal, melyekből csak egy autó ért el legalább 2%-os átlagos megtakarítást,
 - az ASA véleménye szerint az a kutatási eredmény, mely szerint 8 autóból csak 3 autó éri el az állításban szereplő megtakarítást, nem megfelelő bizonyíték az állítás alátámasztásához.

V.

Az eljárás alá vont álláspontja

Az eljárás alá vont álláspontja az előzetes álláspont előtt

22. Az eljárás alá vont előadta, hogy mindkét kommunikációs kampányában a vonatkozó fogyasztóvédelmi jogszabályokat betartva járt el. A bizonyítékok alátámasztják az üzemanyag-hatékonyság javulását, ezáltal a fogyasztás-csökkenést. A hirdetések üzenetei világosak, nem félrevezetőek, és azokban feltüntetésre került minden szükséges tájékoztatás és feltétel. Az eljárás alá vont véleménye szerint ebből következően nem sértette meg az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését.
23. A fentiekén túlmenően az eljárás alá vont előadta, hogy a Vj/104-004/2012. számú adatszolgáltatás 13. számú melléklete (Shell FuelSave Műszaki Megalapozottsági Jelentés) olyan információkat tartalmaz, mely adatok részletezik az állítások technikai megalapozottságát bizonyítva, hogy azok alkalmazandóak a Magyarországon használt gépkocsik tekintetében, éppen ezért az eljárás alá vont nem sértette meg az Fttv. 3. § (1) bekezdésében foglalt tilalmat.

²⁶ <http://www.asa.org.uk/About-ASA/About-regulation.aspx>

²⁷ A vonatkozó sajtóközlemény szóhasználatával

²⁸ http://www.asa.org.uk/Rulings/Adjudications/2011/10/Shell-UK-Ltd/SHP_ADJ_154707.aspx

24. Az eljárás alá vont részletesen ismertette azon körülményeket (tudományos, illetve fejlesztési háttér) és tényeket (különböző tesztek), amelyek a vizsgált kampányok állításait megalapozzák. Ezen nyilatkozatok tartalmának egy jelentős része üzleti titok.
25. Az eljárás alá vont álláspontját alapvetően a „Shell FuelSave műszaki megalapozottsági jelentés” elnevezésű dokumentumra²⁹ alapozza. Ezen dokumentumban az eljárás alá vont az elvégzett tesztprogramok ismertetését követően előadja, hogy [...].
26. A fogyasztáscsökkentésre vonatkozó eredmények tudományos megalapozottságát illetően az eljárás alá vont több műszaki, technológiai tényezőt mutatott be.
27. Az eljárás alá vont kifejtette, a Shell FuelSave formula révén [...].³⁰ A Shell FuelSave benzinben levő Shell [...] adalék fogyasztáscsökkentő működése az alábbiakban foglalható össze.³¹
- [...]
28. A Shell FuelSave benzinben megtalálható a [...] adalék, így a Shell FuelSave benzin használatával a legtöbb benzinmotor típusnál fogyasztáscsökkenés érhető el.
29. Az eljárás alá vont ismertette, a Shell FuelSave Diesel az [...] adaléknak köszönhetően fogyasztáscsökkenést eredményez, hosszú távon pedig segít tisztán tartani a motort.³² A Shell FuelSave Diesel üzemanyagban lévő [...] adalék fogyasztáscsökkentő működése az alábbiak szerint foglalható össze:³³
- [...]
30. Az eljárás alá vont előadta, hogy a Shell FuelSave Diesel üzemanyagot úgy tervezték, hogy [...].³⁴
31. Az eljárás alá vont előadta, hogy a kommunikációs kampány fő üzenete az volt, hogy „a Shell FuelSave üzemanyagot fogyasztás-csökkentésre tervezték”. Mindkét üzemanyag olyan különleges összetételű, és olyan speciális hatékonyságnövelővel kombinált detergens adalékot tartalmaz, amelynek célja az üzemanyag-fogyasztás csökkentése. A Shell FuelSave egy új, gazdaságos alapüzemanyag, amely ólommentes benzin és/vagy dízel változatban kapható. Új, mert a korábbi normál ólommentes benzin / normál dízel üzemanyagok helyébe lép, és új, mert a Shell új üzemanyag-csökkentésre tervezett formuláját tartalmazza.³⁵
32. Az eljárás alá vont adatszolgáltatásában előadta továbbá, hogy a Shell Fuelsave üzemanyagok funkcionalitására vonatkozó vizsgálatokkal többféle, a tipikus motorplatform alapján választott autókön végezték el. Ugyanezen motorplatformokon működnek a Magyarországon forgalomban lévő autók is, így ezek jól reprezentálják a magyarországi fogyasztók körében elterjedt autókat.³⁶

²⁹ Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklete

³⁰ Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklet, 7. számú függelék

³¹ Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklet, 2. számú függelék

³² Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklet, 8. számú függelék

³³ Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklete, 2. számú függelék

³⁴ Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklet, 2. számú függelék

³⁵ Vj/104-004/2012. számú irat

³⁶ Vj/104-004/2012. számú irat

33. Az eljárás alá vont jelezte, hogy a vizsgáltakat tudomása szerint más hatóság nem tette eljárás tárgyává.³⁷

Az eljárás alá vont álláspontja³⁸ a versenytanácsi előzetes álláspont³⁹ megismerését követően

34. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a Versenytanács tévesen értelmezte a vizsgált reklámkampányok üzenetét, és így nem tudta bizonyítani, hogy az eljárás tárgyát képező reklámkampányok tisztességtelenül megtévesztőek voltak. Az eljárás alá vont több tekintetben nem értett egyet az előzetes álláspont megállapításaival, illetve a vizsgálat irányával. Kifogásolta, hogy

- a Versenytanács két egymástól eltérő kampányt úgy értelmezi, mintha azok egyetlen kampányt alkotnának, lényegében ugyanazt az üzenetet közvetítették volna a fogyasztók felé, és a társaság által az előző évek során végzett különböző vizsgálatokat úgy értékeli, mintha azok mindkét kampány állításai hitelességének igazolására szolgálnának;
- a Versenytanács a Társaság által alkalmazott szlogeneknek olyan jelentést tulajdonít, amely ellentétes az adott szavaknak, az átlagos fogyasztó értelmezése szerinti jelentésével. Az „Akár 1 liter megtakarítás tankonként” kifejezés semmiképpen sem értelmezhető kategorikus kijelentésként, és a (valamilyen célra) „tervezve” kifejezés sem azt jelenti, hogy bármely személy, aki bármilyen típusú Shell üzemanyagot használ, garantált üzemanyag megtakarítást fog elérni;
- az „akár” kifejezés használata az átlagos fogyasztó számára azt jelenti, hogy bizonyos feltételek mellett érheti el az eredményt. Az eljárás alá vont meggyőződése szerint a fenti kampányt megalapozó tesztek igazolják ennek az állításnak a hitelességét. [...];
- a Versenytanács a „Fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” szlogen üzenetét úgy értelmezi, mintha az azt ígérné a fogyasztók számára, hogy amennyiben Shell FuelSave termékeket használnak, üzemanyag fogyasztásuk *minden esetben* csökkenni fog, amikor autójukat használják. Az eljárás alá vont álláspontja szerint a „Fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” szlogent az átlagos fogyasztó úgy értelmezi, hogy a Shell olyan társaság, amely nagy hangsúlyt helyez a termékfejlesztésre, és olyan üzemanyagok kifejlesztésébe fektet be, amelyek alacsonyabb fogyasztást eredményeznek. Továbbá, a speciális adalékanyagokat tartalmazó üzemanyagokat alapáron kínálja, vagyis: még a Shell legegyszerűbb üzemanyagai is tartalmaznak olyan speciális adalékanyagokat, amelyeket alacsonyabb fogyasztás biztosítására terveztek. A társaság meggyőződése, hogy a GVH részére a vizsgálat során benyújtott, a termékfejlesztés történetére és 2002 óta végzett tesztekre vonatkozó leírások alátámasztják a Shell fejlesztések iránti elkötelezettségét.

35. A vizsgált szlogenek kategorikus állításokként való kezelése kapcsán előadja, hogy a Versenytanács jogi szempontból helytelenül értékeli a kereskedelmi gyakorlat jogszerűségét. Egyik kampány sem értelmezhető kategorikus állításként, és azokat nem ebből a szempontból kell értékelni. A kampányok szövegének megfogalmazása („akár”, „tervezve”) és az apró betűs tájékoztatások azt igazolják, hogy a társaság nem tett kategorikus állításokat. A Versenytanács olyan döntésekre alapozza értékelését, amelyeket kozmetikai termékek gyártói által alkalmazott kategorikus állításokra vonatkozó ügyekben hoztak. Az ilyen

³⁷ Vj/104-023/2012. számú irat

³⁸ Vj/104-046/2012. számú irat

³⁹ Vj/104-036/2012. számú irat

gyártók által alkalmazott állítások túlnyomó többségétől eltérően a Shell tudatosan alkalmazta a mértéktartóbb, kevésbé ígéretes „akár” kifejezést: az „akár” fordulat alkalmazása a fogyasztó számára egy nem szükségszerűen megvalósuló lehetőséget jelent.

36. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az „akár” kifejezéssel kapcsolatos általános precedens alkalmazandó.
37. A társaság álláspontja szerint az „akár” kifejezés használata megalapozott volt:
 - a Shell FuelSave termékek a fogyasztók számára egyértelműen elérhetőek és a Shell töltőállomásokon megvásárolhatóak,
 - a feltételek, habár elkülönítetten jelennek meg, nem módosítják lényegesen az üzenetet (és az üzenet nem közvetlenül a termék árára vonatkozik), valamint
 - a tesztek igazolják, hogy a megtakarítás normál körülmények között is, és nem csak atipikus fogyasztói kör számára elérhető (vagyis a teszt eredmények Magyarország tekintetében is reprezentatívnak tekinthetők).
38. A „fogyasztás-csökkentésre tervezve” üzenet sem tartalmaz kategorikus állítást. A (valamilyen célra) „tervezve” kifejezést az átlagos fogyasztó erőteljes módosítószóként értelmezi. A Shell folyamatos kutatási és fejlesztési tevékenysége és az utóbbi évtized során elvégzett tesztek megalapozzák a fenti állítást.
39. Az eljárás alá vont álláspontja szerint tehát a fogyasztóival nem közölt megtévesztő információkat, és két, egymástól elkülönülő reklámkampányának a fogyasztókhoz eljuttatott üzeneteit megfelelő bizonyítékokkal tudja alátámasztani, következésképpen a Társaság nem sértette meg az Fttv. rendelkezéseit. Az „Akár 1 liter megtakarítás tankonként” kifejezés hitelességét (i) empirikus tesztek és (ii) angol és magyar tudományos szakértők fentieket megerősítő véleményei igazolják. A „fogyasztás-csökkentésre tervezve” kampány (i) a társaság általános kutatási és fejlesztési eredményein, (ii) az üzemanyag adalékanyagok előnyös hatásaira vonatkozó tudományos bizonyítékokon, (iii) az empirikus tesztek pozitív eredményein és (iv) angol és magyar tudományos szakértők fentieket megerősítő véleményén alapul.
40. Az eljárás alá vont a versenytanácsi előzetes álláspont kézhezvételét követően szakértői vélemény is készítettett. A szakértői vélemény megállapításai szerint
[...]
41. A szakértői vélemény összegzése szerint [...].
42. A szakértői vélemény megállapítása szerint [...].
43. Az eljárás alá vont véleménye szerint a Versenytanács tévesen értelmezi a társaságnak a marketing állítások alátámasztására alkalmazott tesztekre vonatkozó nyilatkozatait. [...]
44. [...].
45. A két vizsgált kampány időtartama és elhúzódása kapcsán az eljárás alá vont megjegyezte, hogy az első kampány 2011 novemberében lezárult, és a második kampány pedig csak 2012 áprilisában indult meg, így figyelembe véve a különböző iparágakban működő számos társaság rendkívül intenzív reklámtevékenységét, megállapítható, hogy az eljárás alá vont marketing kampánya nem volt folyamatos, és a második kampány nem kapcsolódott az elsőhöz. Az eljárás alá vont hivatkozott továbbá a Vj-49/2007. számú ügyben alkalmazott

értelmezésre, ahol a Versenytanács elfogadta, hogy még az azonos állításokat alkalmazó kampányok sem tekinthetők folyamatosnak, amennyiben hónapok telnek el azok nyilvánosságra hozatala között. Álláspontja szerint még inkább ez a helyzet, ha a kampányok üzenetei egymástól eltérőek.

46. Vitatja az eljárás alá vont azt a megközelítést, amely tényként állapítja meg, hogy a társaság „fogyasztás-csökkentésre tervezve” szlogenje „a fogyasztók számára azt az üzenetet közvetíti, hogy (...) minden esetben fogyasztás csökkenés érhető el” a Shell FuelSave termékek használatával. Az eljárás alá vont megjegyzi, hogy a fenti állítás nem tény, hanem csak a Versenytanács értelmezése, miközben egyéb értelmezések is indokoltak lehetnek.
47. A Versenytanács nem vette figyelembe azt a rendkívül lényeges tény, amely a Shell FuelSave termékek hatékonyságának és a „fogyasztás-csökkentésre tervezve” állításnak a megítélése szempontjából alapvető fontosságú: a fenti állítás egyik legfontosabb igazolását azok az egyértelmű, nem vitatott tudományos bizonyítékok képezik, amelyek kimutatják, hogy a speciális funkciókkal és hatással rendelkező különleges adalékokat tartalmazó üzemanyagok valóban kedvező hatással vannak az üzemanyag fogyasztásra.
48. Az eljárás alá vont kifogásolta, hogy a Versenytanács azt állítja, hogy a társaság ugyanazon tesztek eredményeit ismertette a két eltérő marketing kampány hitelességének bizonyítékként, mivel ez csak részben igaz.
49. Az eljárás alá vont a versenytanácsi előzetes álláspontban a tesztek, azok eredményeinek interpretálása kapcsán felsorolt egyes alábbi megállapítások kapcsán a következőket adta elő:
 - a társaság az adalékanyagokat tesztelte, de a végső terméket nem:
 - o az iparági gyakorlat alapján tesztelendő adalékanyagokat a sztenderd üzemanyaghoz adják, és gyakorlatilag ez képezi a végterméket. A különböző finomítóknál gyártott üzemanyagok nem teljesen azonosak, illetve az üzemanyag bizonyos paraméterei eltéréseket mutathatnak meleg és hideg időjárási körülmények között. Következésképpen a társaság által alkalmazott tudományos teszt a fentieket oly módon veszi figyelembe, hogy referenciaként a sztenderd iparági üzemanyagot, valamint ugyanezt a Shell FuelSave adalékokkal kombinált referencia üzemanyagot használja fel. Ez a módszer biztosítja, hogy az alap üzemanyagok közötti eltérések nem befolyásolják az üzemanyag hatékonyságát, illetve a mérést, valamint a Shell FuelSave termék(ek) hatékonyságának alátámaszthatóságát. Tehát nincsenek lényeges eltérések a tesztelt termékek és a magyar üzemanyagtöltő állomásokon kapható Shell FuelSave termékek között;
 - a társaság által végzett tesztek a társaság kutatóinak és nem fogyasztóinak tájékoztatását célozták:
 - o a reklámállításokat megfelelően alátámasztó tesztek bizonyítékként kell elfogadni, a teszt eredeti céljára való tekintet nélkül;
 - a tesztek nem vesznek figyelembe olyan egyéb tényezőket, amelyek befolyásolják az üzemanyag megtakarítást, mint például a vezetési stílust, a járművek jellemzőit, egyéb külső körülményeket:
 - o az állítás igaz, de nem következik belőle a társaság magatartásának tisztességtelensége, mivel az iparágban a fenti módszer képezi a szabvány tesztelési eljárást. Mindazonáltal az eljárás alá vont a hirdetéseit mindig

kiegészítette olyan tájékoztatással, amely felhívta a fogyasztók figyelmét arra, hogy a megtakarítás tényleges mértéke egyéb tényezőkön is múlik. Továbbá általánosan ismert tény, hogy minden autógyártó az általa gyártott autókra vonatkozó átlagos üzemanyag fogyasztási értéket ad meg (ez egyben a jogszabályi követelmény is). A fenti számadat a társaság által végzett tesztekhez hasonló (vagy azokkal gyakorlatilag azonos) tesztek alapján kerül megállapításra. Az ilyen mérési ciklusok leírását lásd az alábbi weboldalon:

http://www.fueleconomy.gov/feg/how_tested.shtml (amerikai ciklusok) és http://www.unep.org/transport/gfei/autotool/approaches/information/test_cycles.asp#European (európai ciklusok).

Bár a tesztek nem képesek valamennyi külső körülményt tekintetbe venni, ezek figyelembe vétele nem is szükséges, sőt nem is kívánatos, mivel ezeket a tesztek kifejezetten az átlagos üzemanyag fogyasztás mérésére tervezik, és kizárják az olyan nem objektív tényezőket, amelyek a teszt eredményeket összehasonlíthatatlanná tennék. Amint azt már egy korábbi beadványában is kifejtette az eljárás alá vont, a tesztek pontosan úgy tervezték, hogy kizárólag a vizsgált Shell FuelSave adalékanyagok hatását mérijék. Az ilyen mérést az tette lehetővé, hogy az alap üzemanyag összetétele nem befolyásolja az adalékanyag működését: így a teszt során mért bármilyen kedvező eredmény a Shell FuelSave adalékanyagnak tulajdonítható. Amennyiben más tényezők hatását párhuzamosan szintén mérni próbálnák, lehetetlenné válna annak megállapítása, hogy egy adott hatás melyik tényezőnek tulajdonítható.

- a benzin és dízel üzemanyagok nem együtt kerülnek tesztelésre, habár a reklámüzenetek a benzines és a dízel üzemű járművek között nem tesznek különbséget:
 - o ezen üzemanyagok egymással nem helyettesíthetők, és együtt nem tesztelhetők. A reklámállítások azért nem tettek különbséget a kétféle üzemanyag típus között, mert a külön tesztek eredményei alapján az állítások mindkét üzemanyag esetében alkalmazhatók voltak. Mivel a dízel üzemanyag-tesztek azt is igazolták, hogy egy bizonyos motor típusnál a Shell FuelSave Diesel hatékonysága kellően magas (több mint 2%-os megtakarítás), az az állítás, amely „akár” 2%-os megtakarítást ígért, igaznak tekintendő. Abból a tényből, hogy a benzin és dízel üzemanyagokra vonatkozó tesztek nem párhuzamosan végezték, illetve, hogy azok eredményei nem voltak azonosak, nem következik, hogy ne lett volna használható ugyanaz az állítás az „akár” kifejezéssel kiegészítve, mivel ez a kifejezés olyan módosítószó, amely egyértelműen bizonyos eltéréseket jelez az elérhető eredmény tekintetében;
- a piac nem homogén, más gyártók is fejlesztik termékeiket:
 - o ez az állítás szintén igaz, de nem bír jelentőséggel, mivel a társaság nem hasonlította termékét a versenytársak termékeihez, miközben olyan tájékoztatásokat alkalmazott, melyek egyértelművé tették az összehasonlítás alapjául szolgáló terméket,
- a teszt minták alacsony száma, alacsony reprezentatív érték:
 - o a Versenytanács nem ismertette, hogy a jogszerűség érdekében hány autót kellett volna tesztelni, miközben a fenti tesztelési módszer megfelel az iparági gyakorlatnak. A tesztelésre szánt gépjárművek kiválasztása során a reprezentatív

motor technológiákat és méreteket, valamint többféle autógyártót felvonultató teszt-autópark összeállításra törekednek a vállalkozások, mivel ugyanazon gyártó által előállított, ugyanolyan, vagy gyakorlatilag egymáshoz rendkívül hasonló motorokat használnak különböző gépjárművekben. A fentiek alapján a teszt eredmények relevanciája nem csupán a magyar gépjárművek [...] korlátozódik.

A Shell FuelSave Euro 95 programban használt járművek az általános európai benzinmotor jellemzők alapján kerültek kiválasztásra annak érdekében, hogy az eredmények valamennyi európai országra érvényesek legyenek. A vizsgált autók lefedik a Magyarországon használt alapvető benzinmotoros technológiák [...]%-át és a magyarországi benzinmotoros konfigurációk [...]%-át. A teszt eredmények mind a benzin, mind pedig a dízel üzemű járművek esetében reprezentatívak, függetlenül a kiválasztott autók márkájától, vagy éppen a motor méretétől.

50. A Shell FuelSave Diesel termék [...] tesztjeinek eredményeivel kapcsolatos versenytanácsi megjegyzések kapcsán az eljárás alá vont előadta, hogy álláspontja szerint az „akár” fordulat használata miatt a megfogalmazott aggályok alaptalanok. A reklámkampány nem garantált 2%-os fogyasztás csökkenést, ezért nem is szükséges annak vizsgálata, hogy minden egyes eredmény szignifikáns-e, vagy hogy az átlagos fogyasztáscsökkenés eléri-e a 2%-ot.
51. Az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” kampány üzenete kapcsán az eljárás alá vont előadta, hogy az nem tekinthető kategorikus állításnak, egy átlagos fogyasztó nem adna e szavaknak ilyen értelmezést. A versenytanácsi gyakorlat is elismeri, hogy az „akár” fordulat alkalmazása a fogyasztó számára egy nem szükségszerűen megvalósuló lehetőséget jelent. Az „akár” fordulat alkalmazása azt jelzi a fogyasztók felé, hogy a megtakarítás bizonyos feltételek esetén érhető el, melynek az ígért mennyiség a maximuma. Kifogásolta, hogy a Versenytanács azt a következtetést vonta le, hogy az állítás kellő alátámasztásához legalább 2%-os fogyasztáscsökkenést kellett volna elérnie a teszten részt vevő minden járműnek. Ezen konklúzió ugyanis ellentétes mind a GVH gyakorlatával, mind a vizsgált állítás egyszerű nyelvtani értelmezésével és mind a társaság által az eljárás alatt benyújtott okirati bizonyítékokkal.
52. A panaszok hiánya is azt igazolja, hogy az átlagos fogyasztó nem tekintette a fenti állításokat kategorikusnak. Sőt, a fogyasztói tapasztalatok kifejezetten pozitívak voltak. Az eljárás alá vont az „akár” fordulat használatával tette világossá a fogyasztók számára, hogy bár a megtakarítás elérheti az 1 litert egy átlagos 50 literes tank esetében, a megtakarítás tényleges mértékét több változó befolyásolhatja, tehát az 1 literes fogyasztáscsökkenés nem garantált.
53. Egyebekben a Versenytanács nem bizonyította a kategorikus állítások lehetséges fogyasztói értelmezésére vonatkozó állítását. [...]
54. Az eljárás alá vont utalt továbbá a Versenytanács Elvi Jelentőségű Döntések I.6.30. bekezdésére, amely kifejezetten azt tartalmazza, hogy: „[a]z a reklámállítás, amely az „akár” fordulatot a fogyasztó számára jól észlelhetően, a kiemelt terméktulajdonsághoz kapcsolódóan tartalmazza, alkalmas a feltételek közvetett módon történő megjelenítésére” (azaz az ilyen kommunikáció nem megtévesztő). A hivatkozott Elvi Jelentőségű Döntések I.6.31. pontja sorolja fel azokat az eseteket, amelyekben az „akár” kifejezés megtévesztőnek minősülhet:
 - ha a tájékoztatást közlétező vállalkozásnak nincs olyan terméke, mint amire a tájékoztatás vonatkozik,

- ha a reklámban kiemelten megjelenő – elsősorban ár/árjellegű – főüzenetet a kevésbé hangsúlyosan, elszakítottan megjelenített feltételek lényegesen módosítják,
 - ha a feltüntetett mérték csak szélsőséges esetben, a vizsgált terméktulajdonság tekintetében atipikus fogyasztói kör számára elérhetően érvényesül.
55. A társaság álláspontja szerint az „akár” kifejezés használata megalapozott volt a vizsgált kampányban, mivel
- a Shell FuelSave termékek a fogyasztók számára egyértelműen elérhetőek és a Shell töltőállomásokon megvásárolhatók,
 - a feltételek, habár elkülönítetten jelennek meg, nem módosítják lényegesen az üzenetet (és az üzenet nem közvetlenül a termék árára vonatkozik), valamint
 - a tesztek igazolják, hogy a megtakarítás normál körülmények között is, és nem csak atipikus fogyasztói kör számára elérhető (vagyis a teszt eredmények Magyarország tekintetében is reprezentatívnak tekinthetők).
56. A feltételeket apró betűben megjelenítő kiegészítő információval kapcsolatos azon versenytanácsi álláspontra vonatkozóan, hogy „a városi forgalmi környezet” azt sugallja a fogyasztóknak, hogy a teszteket ténylegesen városi forgalomban végezték el, az eljárás alá vont megjegyezte, hogy a Versenytanács semmivel sem indokolta, hogy a tesztek nem megfelelő környezetben való kivitelezése miként lenne képes lényegesen befolyásolni az átlagos fogyasztó ügyleti döntését. Véleménye szerint a különböző vezetési ciklusokra vonatkozó részletek nem tartalmaznak megtévesztő információt.
57. Az apró betűs rész tényszerű és pontos információkat közölt, amelyek nem téveszthették meg az átlagos fogyasztót a Shell FuelSave termékek tulajdonságai tekintetében. Sőt, az apró betűs tájékoztatás pusztán léte is azt bizonyítja, hogy a vizsgált állítás nem kategorikus, az feltételekhez volt kötve.
58. A „fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” kampány üzenete kapcsán az eljárás alá vont előadta, hogy az sem tartalmaz kategorikus állítást. A (valamilyen célra) „tervezve” kifejezést az átlagos fogyasztó erőteljes módosítószóként értelmezi, azaz akként értelmezi a szlogent, hogy a Shell nagy hangsúlyt helyez a termékfejlesztésre, és arra törekszik, hogy olyan üzemanyagokat tervezzen, amelyek használata fogyasztás-csökkenéshez vezethet. A szlogen csupán annyit mond, hogy a Shell FuelSave termékeket olyan kutatási és fejlesztési tevékenység során fejlesztették ki, melynek kitűzött célja a motorok hatékonyságának növelése volt.
59. A Shell által forgalmazott alapkategóriájú üzemanyagok is tartalmaznak olyan adalékanyagokat, melyek a fogyasztás csökkenését eredményezik.
60. A Shell folyamatos kutatási és fejlesztési tevékenysége és az utóbbi évtized során elvégzett tesztek megalapozzák a fenti állítást.
61. A „tervezve” fordulatot több iparágban is arra használják, hogy a hasonló célokat szolgáló termékek között megkülönböztessék a kifejezetten egy speciális célra tervezett termékeket. Az üzemanyagok különbözőképpen hathatnak egyes gépjárművekre, így a különböző üzemanyagokat is különböző célokra tervezik. Az ilyen üzemanyagokkal kapcsolatos tájékoztatás során a többi gyártó is a standard (azaz adalékot nem tartalmazó) üzemanyagokhoz hasonlítja a saját termékeit.

62. Az eljárás alá vont előadta továbbá félreértés, hogy a társaság Shell FuelSave Euro 95 fogyasztáscsökkentő hatásával kapcsolatos tesztek eredményeivel az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” állítást kívánta volna alátámasztani. Ezek a tesztek azt bizonyítják, hogy a társaság valóban lefolytatott fogyasztás-csökkentést célzó kutatásokat.
63. Az eljárás alá vont kifogásolta, hogy a Versenytanács nem indokolta, hogy miért hinné az átlagos fogyasztó, hogy a „fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” szlogen összehasonlítást tartalmaz. Mások termékeivel való összehasonlítás esetén elsőként a versenytársak kifogásolták volna a kampányt. Úgy gondolja továbbá, hogy az átlagos fogyasztó tisztában van azzal, hogy egyes üzemanyagok tartalmaznak adalékokat, míg mások esetleg nem. A tankoló fogyasztók – az eljárás alá vont véleménye szerint – tisztában vannak azzal, hogy a különböző adalékok pozitív hatását az adalékokat nem tartalmazó üzemanyagokhoz szokták viszonyítani. Az eljárás alá vont tehát vitatja azt a versenytanácsi álláspontot, hogy a vizsgált szlogenekkel a versenytársak termékeihez képest ígért javulást. Ez az értelmezés ellentétes a szavak nyelvtani értelmével és az ipari gyakorlattal, továbbá azt egyetlen bizonyíték sem támasztja alá.
64. Az eljárás alá vont kifogásolta továbbá, hogy a Versenytanács olyan döntésekre is hivatkozik precedens jelleggel, melyek nem az Fttv. rendelkezésein alapulnak, annak ellenére, hogy az Fttv. három olyan új rendelkezést is bevezetett, amelyek a korábbi gyakorlat kiigazítását teszik szükségessé:
- megtévesztő mulasztás körében bizonyos kommunikációs eszközök korlátairól szóló rendelkezés,
 - az átlagos fogyasztó definíciójáról szóló rendelkezés, és
 - az az általános nézet, hogy nem az egyes különálló kampányelemek megtévesztő voltának a vizsgálata a hangsúlyos, hanem a kampány által közvetített átfogó üzeneté.
65. Az eljárás alá vont szerint az átlagos fogyasztó nem feltétlenül tájékozatlan a vizsgált termékkel kapcsolatban. Egy átlagos fogyasztó, aki rendelkezik autóval és azt a társaság töltőállomásain tankolja „ésszerűen tájékozott” abban a tekintetben, hogy az adalékanyagokat tartalmazó üzemanyagok más tulajdonságokkal rendelkeznek, mint az adalékanyagokat nem tartalmazó standard üzemanyagok. Egy átlagos, autót használó fogyasztónak azzal is tisztában kell lennie, hogy minden nagy olajtársaság az eljárás alá vonthoz hasonlóan kínál alap és prémium üzemanyagokat is. Ebből az következik, hogy az átlagos fogyasztó tudja, hogy a „fogyasztás-csökkentésre tervezve” kampány nem jelent mást, minthogy a konkrét Shell üzemanyagot fogyasztás-csökkentésre tervezték.
66. Az eljárás alá vont megjegyezte azt is, hogy az átlagos fogyasztó tulajdonságait (amennyiben azok a fentiekben részletezettektől eltérnek) és a vizsgált reklámállítások átlagos fogyasztók általi értelmezését a Versenytanácsnak kell bizonyítani és nem a társaságnak.
67. Az eljárás alá vont az ASA döntése kapcsán előadta, hogy annak semmilyen jogi hatása nem lehet Magyarországra nézve, még az Egyesült Királyságban sincs jogi kötőereje. Jogi kötőerő csak az Office of Fair Trading döntéseihez társul. [...]
68. Az előzetes álláspontban felvázolt lehetséges bírság (illetve az enyhítő és a súlyosító körülmények) kapcsán az eljárás alá vont előadta, hogy
- a Shell üzemanyagok egy jelentős részét ([...]) vállalkozások, nem pedig fogyasztók vásárolták. Amennyiben tehát a Versenytanács bírságot szab ki, az összeg számításakor

csak azon reklámok költségei vehetők figyelembe, amelyek az Fttv. által meghatározott fogyasztókat célozták;

- a tények nem támasztják alá az állítólagos jogsértés egy évnél hosszabb időtartamát: a két különböző kampány együttesen is mindösszesen öt és fél hónapig tartott;
- a vizsgált magatartást csak akkor lehetne felróhatóknak tekinteni, ha egyáltalán nem állna rendelkezésre a nem kategorikus állításokat alátámasztó teszteredmény, illetve, ha a társaság az elvárásokat mérséklő „akár” szó nélkül reklámozott volna. A társaság azonban jóhiszeműen bízott abban, hogy a reklámállítások megfelelnek a magyar jogszabályoknak, hiszen azokat tudományos bizonyítékokkal alátámasztott kutatási és fejlesztési eredmények is igazolják. Továbbá a versenytársak marketing tevékenysége igen hasonló: minden versenytárs honlapján találhatóak hatékonyság-növelést és fogyasztás-csökkentést ígérő állítások;
- az ASA döntésének nem lehet joghatása Magyarországon. Amennyiben az angliai eseményeknek relevanciája lenne, akkor az éppen az, hogy a társaság megváltoztatta a reklámállításait az ASA döntését követően, hiszen egy teljesen új marketing kampány kezdődött el 2012 áprilisában.

69. Az eljárás alá vont álláspontja szerint továbbá enyhítő körülmények is fennállnak:

- a társaságot a GVH még egyetlen esetben sem bírságolta meg, ami jól mutatja, hogy a társaság elkötelezetten követi a jogszabályokat;
- a vizsgált állítások nem a termék árával kapcsolatosak (miközben Magyarországon az árral kapcsolatos információk befolyásolják érezhetően az üzleti döntést);
- a társaság részletes adatokat nyújtott be a GVH-nak, amelyek egyértelműen bizonyítják, hogy a kampányok időszaka alatt [...];
- egyetlen fogyasztói panasz sem érkezett a kampányokkal kapcsolatban;
- az eljárás alá vont mindenben együttműködött a GVH vizsgálóival, személyes találkozókat kezdeményezett már 2013 nyarán, és a 2013. október 7-i meghallgatás is a kezdeményezésére jött létre. Ha a GVH értesíti a konkrét érvekről és aggályokról, akkor sokkal hamarabb kifejtette volna a kötelezettségvállalásait.

70. Habár az eljárás alá vontnak meggyőződése, hogy megfelelt a magyar jogszabályok által előírt követelményeknek, kész egy átfogó kötelezettség-csomagot vállalni a jelen versenyfelügyeleti eljárás negatív döntés meghozatala nélküli lezárása és a hosszadalmas bírósági eljárás elkerülése és ugyanakkor annak biztosítása érdekében, hogy a magyar fogyasztók megfelelő információkat kaphassanak az informált fogyasztói döntések meghozatala érdekében.

Az eljárás alá vont kötelezettségvállalása

71. Vitatva ugyan a versenytanácsi minősítést, az eljárás alá vont kéri a Versenytanácsot, hogy amennyiben a Versenytanács továbbra is, a fenti érvelések ellenére is aggályosnak tartja a kampányokat, a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 75. §-ának (1) bekezdése alapján, az eljárás alá vont által benyújtott kötelezettségvállalások elfogadásával az eljárást szüntesse meg. Álláspontja szerint a kötelezettségvállalások elégségesek és megfelelőek ahhoz, hogy a

kommunikációs gyakorlata összhangba kerüljön a magyar jogszabályok előírásaival, és a kötelezettségvállalások elfogadásával a közérdek védelme is megfelelően biztosítható.

72. Az eljárás alá vont által benyújtott, részletesen kidolgozott ([...] költségvetésű, így kiemelkedő összegű) kötelezettségvállalási csomag alapvetően az alábbi három elemből áll:
- az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” szlogen használatától való tartózkodás,
 - széleskörű, jelentős fogyasztói elérést biztosító, üzemanyag fogyasztással kapcsolatos vásárlói tájékoztató program,
 - fogyasztóvédelmi megfelelőségi program és a munkavállalók egyedi képzése.
73. [...]
74. [...]
75. [...]
76. Az eljárás alá vont részletesen kidolgozta a vállalások költségvetését és a megvalósítás ütemezését is. Az eljárás alá vont továbbá kifejtette, hogy kész a kötelezettségvállalások további tisztázására, részletezésére, kiegészítésére vagy módosítására a Versenytanács kérdései, ajánlásai és javaslatai alapján.
77. A fentiek alapján az eljárás alá vont végül kérte a Versenytanácsot, hogy
- elsődlegesen az eljárást a társasággal szemben szüntesse meg, mivel nem sértette meg az Fttv.-t;
 - másodlagosan fogadja el a társaság által felajánlott kötelezettségvállalásokat, és szüntesse meg az eljárást a társasággal szemben;
 - harmadlagosan a társaságot csak a további jogsértéstől tiltsa el és bírság kiszabásától tartózkodjon (mivel önmagában az eljárás ténye is megelőző erővel bír);
 - negyedlegesen a számos enyhítő körülményre tekintettel csak szimbolikus összegű bírságot szabjon ki.

VI.

Jogi háttér

78. Az Fttv. 1. §-ának (1) bekezdése szerint az Fttv. állapítja meg az áruhoz kapcsolódó, a kereskedelmi ügylet lebonyolítását megelőzően, annak során és azt követően a fogyasztóval szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlatokra, valamint az ilyen kereskedelmi gyakorlat tekintetében alkalmazott magatartási kódexekre vonatkozó követelményeket, és az azok megsértésével szembeni eljárás szabályait. Ugyanezen cikk (2) bekezdése szerint az Fttv. hatálya arra a kereskedelmi gyakorlatra terjed ki, amely a Magyarország területén valósul meg, továbbá arra is, amely a Magyarország területén bárkit fogyasztóként érint.
79. Az Fttv. 2. §-ának
- a) pontja szerint fogyasztó az önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró természetes személy,

c) pontja rögzíti, a törvény alkalmazásában áru minden birtokba vehető forgalomképes ingó dolog - ideértve a pénzt, az értékpapírt és a pénzügyi eszközt, valamint a dolog módjára hasznosítható természeti erőket - (a továbbiakban együtt: termék), az ingatlan, a szolgáltatás, továbbá a vagyoni értékű jog,

d) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat a vállalkozásnak, illetve a vállalkozás érdekében vagy javára eljáró személynek az áru fogyasztók részére történő értékesítésével, szolgáltatásával vagy eladásösztönzésével közvetlen kapcsolatban álló magatartása, tevékenysége, mulasztása, reklámja, marketingtevékenysége vagy egyéb kereskedelmi kommunikációja,

h) pontja alapján az ügyleti döntés a fogyasztó arra vonatkozó döntése, hogy kössön-e, illetve hogyan és milyen feltételek mellett kössön szerződést, továbbá hogy gyakorolja-e valamely jogát az áruval kapcsolatban.

80. Az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdése kimondja, hogy tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat. A (2) bekezdés szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, a) 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 b) amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval 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 készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdés értelmében tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. § és 7. §) vagy agresszív (8. §).
81. Az Fttv. 4. §-ának (1) bekezdése előírja, hogy a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve áru nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is. Ha a kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók egy meghatározott csoportjára irányul, az adott csoport tagjaira általánosan jellemző magatartást kell figyelembe venni. A (2) bekezdés szerint ha a kereskedelmi gyakorlat csak a fogyasztóknak egy, az adott gyakorlat vagy az annak alapjául szolgáló áru vonatkozásában koruk, hiszékenységük, szellemi vagy fizikai fogyatkozásuk miatt különösen kiszolgáltatott, egyértelműen azonosítható csoportja magatartásának torzítására alkalmas, és ez a kereskedelmi gyakorlat megvalósítója által ésszerűen előre látható, a gyakorlatot az érintett csoport tagjaira általánosan jellemző magatartás szempontjából kell értékelni. A (3) bekezdés értelmében nem tekinthető a magatartás torzítására alkalmasnak a reklámban túlzó vagy nem szó szerint értendő kijelentések bevett, a reklám természetéből adódó mértéket meg nem haladó alkalmazása.
82. Az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja rögzíti, megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az alábbiak közül egy vagy több tényező tekintetében és

ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készteti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas:

b) az áru lényeges jellemzői, így különösen

bg) az adott célra való alkalmassága, a használatától várható eredmények, előnyei.

83. Az Fttv. 9. §-ának (1) bekezdése rögzíti, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértéséért felel az a vállalkozás, amelynek a kereskedelmi gyakorlattal érintett áru értékesítése, eladásának ösztönzése közvetlenül érdekében áll. A (2) bekezdés értelmében az (1) bekezdés szerinti vállalkozás felel akkor is, ha a kereskedelmi gyakorlatot szerződés alapján más személy valósítja meg a vállalkozás érdekében vagy javára. A (3) bekezdés alapján a (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, kivéve, ha a jogsértés az (1) bekezdés szerinti vállalkozás utasításának végrehajtásából ered. Az ilyen jogsértő kereskedelmi gyakorlattal okozott kárért e személyek az (1) bekezdés szerinti vállalkozással egyetemlegesen felelnek.
84. A Fttv. 14. §-a kimondja, hogy a vállalkozás - az eljáró hatóság felhívására - a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a vállalkozás nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a vállalkozást a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.
85. Az Fttv. 19. §-ának c) pontja értelmében a kereskedelmi gyakorlat tisztességtelenségének megállapítására irányuló eljárásra az Fttv.-ben meghatározott eltérésekkel a GVH eljárása tekintetében a Tpv. rendelkezéseit kell alkalmazni.
86. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja értelmében az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését.
87. Az eljáró versenytanács a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése értelmében bírságot szabhat ki azzal szemben, aki a Tpv., illetve az Fttv. rendelkezéseit megsérti. A bírság összege legfeljebb a vállalkozás, illetve annak - a határozatban azonosított - vállalkozáscsoportnak a jogsértést megállapító határozat meghozatalát megelőző üzleti évben elért nettó árbevételének tíz százaléka lehet, amelynek a bírsággal sújtott vállalkozás a tagja. A (3) bekezdés rögzíti, hogy a bírság összegét az eset összes körülményeire - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

VII.

Jogi keretek

Hatáskör

88. Az Fttv. 10. §-ának (3) bekezdése alapján a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának megsértése miatt a GVH jár el, ha a kereskedelmi gyakorlat a gazdasági verseny érdemi befolyásolására alkalmas.
89. Az Fttv. 11. §-ának (1) bekezdése értelmében a 10. § alkalmazásában 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 áru mennyiségére, vagy
 - b) a jogsértésért felelős vállalkozás mérete a nettó árbevétel nagysága alapján.
- A (2) bekezdés szerint a gazdasági verseny érdemi érintettsége minden egyéb körülményre tekintet nélkül fennáll, ha
- a) a kereskedelmi gyakorlat országos műsorszolgáltatást végző műsorszolgáltatón keresztül valósul meg,
 - b) a kereskedelmi gyakorlat országos terjesztésű időszakos lap vagy legalább három megyében terjesztett napilap útján valósul meg,
 - c) a fogyasztók közvetlen megkeresésének módszerével végzett kereskedelmi gyakorlat legalább három megye fogyasztói felé irányul, vagy
 - d) az áru eladásának helyén alkalmazott eladásösztönző kereskedelmi gyakorlat legalább három megyében megszervezésre kerül.
90. A Versenytanács megállapította, hogy az Fttv. 11. §-a (2) bekezdésének a)-d) pontja alapján a jelen ügyben fennáll a GVH hatásköre.
91. A GVH illetékessége a Tptv. 46. §-a alapján az ország egész területére kiterjed.

Az eljárás tárgya

92. A jelen eljárás tárgya a Shell FuelSave Euro 95 és a Shell FuelSave Diesel adott célra való alkalmasságával, a használatától várható eredményekkel, előnyeivel kapcsolatban – az eljárás alá vont által – tett állítások köre, amelyek alapvetően a két kampány fő szlogenjeinek különböző variációi.
93. A vizsgálat arra irányul, hogy az eljárás alá vont a két vizsgált kampányával, az azokban alkalmazott szlogenekkel közvetített üzenettel megtévesztette-e a fogyasztókat – tekintettel a különböző tesztek eredményeire.
94. Mindkét vizsgált szlogen azt sugallja a fogyasztóknak, hogy az érintett termékek használatával fogyasztáscsökkenés, azaz hatékonyság növekedés érhető el. Az eljárás alá vont által csatolt, illetve hivatkozott tudományos, illetve technológiai eredmények, következtetések ezen hatékonyság növekedés hátterét, műszaki megalapozottságát jelentik

(így azok a jelen ügyben nem kérdőjelezhetőek meg), miközben a gyakorlati megvalósulást az ismertett tesztek hivatottak igazolni.

95. Ugyan az eljárás alá vont azt mondja, hogy a vizsgált szlogenek nem a termékek árára vonatkoznak, azonban a Versenytanács álláspontja szerint – különös tekintettel arra a gazdasági alaptételre, miszerint a megtakarítások és a fogyasztás között ellentétes irányú kapcsolat van – a fogyasztáscsökkenés a fogyasztók számára olyan megtakarítást jelent, ami a termék (az üzemanyag fogyasztás) ellenértékét befolyásolja.
96. A Versenytanács nem fogadta el azt az eljárás alá vonti álláspontot sem, hogy a két kampány szlogenjének üzenete különböző lenne, illetve így nem is indokolt a két kampány együttes vizsgálata.
97. A „fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” és az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” szlogen a fogyasztók számára egyaránt azt az üzenetet közvetíti, hogy a Shell FuelSave termékekkel minden esetben fogyasztás csökkenés érhető el (amelynek mértéke akár 1 liter is lehet). A fogyasztás csökkentésére való alkalmasságot mint alapüzenetet egyes kommunikációs eszközök egyéb fordulatai is erősítik, így pl. az a kitétel, mely szerint „A Shell FuelSave [...] üzemanyagokat kutatóink azért tervezték, hogy segítségükkel ön csökkenthesse autója fogyasztását.” A Versenytanács úgy véli, hogy a jelen pontban szereplő szlogenek egy mindennapi, átlagos fogyasztó számára nyilvánvalóan azt sugallják, hogy a vizsgált termékekkel kapcsolatban valamilyen mértékű üzemanyag-megtakarítás elérhető és semmiféleképpen nem utalnak arra, hogy az üzemanyagok használata adott esetben alkalmatlan lehet a fogyasztás csökkentésére, vagy akár a fogyasztás növekedésével is járhat.
98. Ha pusztán az lenne ezen szlogenek üzenete, hogy az eljárás alá vont egy olyan vállalkozás, aki jelentős kutatási és fejlesztési tevékenységet folytat még az alaptermékeivel kapcsolatban is, akkor az nem lenne a fogyasztók számára figyelemre méltó, több tartalom, mint ami egyébként is az eljárás alá vont image-ének része, így nem indokolna komoly reklám és PR-tevékenységet. Szükséges továbbá ebben a körben kiemelni, hogy az első kampány kifejezetten utal arra, hogy új termékekről van szó, így a fogyasztók új, a korábbinál jobb jellemzőket várnak el.
99. A fenti általános fogyasztói értelmezésen túl a „tervezve” szó kapcsán a Versenytanács megjegyzi, hogy az egyfajta befejezettséget, eredményt is sugall, szemben a kutatás vagy a fejlesztés szavakkal, ahol a folyamat kap nagyobb hangsúlyt.
100. Az akár 1 liternyi – kategorikus – megtakarítást ígérő kampány üzenete kapcsán további kérdés, hogy (figyelemmel az átlagosnak vélt, az eljárás alá vont által is kiemelt 50 literes ürtartalmú üzemanyag tankokra is) elérhető-e az érintett termékek használata révén 2%-nyi üzemanyag fogyasztáscsökkenés. Ebben a tekintetben alkalmazandó az eljárás alá vont által is hivatkozott (lásd a 60-61. pontokat) „akár”-teszt. A teszt egyes lépései kapcsán a Versenytanács felhívja a figyelmet, hogy a jelen esetben az elérhetőségnek nem a termékre, hanem az ígért megtakarítási mértékre kell vonatkoznia, továbbá, hogy a vizsgált üzenet közvetve (lásd a 101. pontban foglaltakat) árral kapcsolatos.
101. A Versenytanács előzetesen megjegyzi, hogy elfogadta azt, hogy a tesztek eredményei alapján egy bizonyos, nem elhanyagolható fogyasztói kör számára potenciálisan elérhető akár 1 liternyi megtakarítás, azon feltételek mellett, amelyek az apró betűben, kiegészítő információként megjelennek. Azonban ez, a megtakarítás mértékére vonatkozó üzenet (akár 1 liter tankonként) azon állítás mellett, hogy az érintett termékekkel megtakarítás vagy

fogyasztáscsökkenés érhető el bárki számára, csak megerősíti az alapüzenetet, annak kategorikus voltát. Általános követelményként fogalmazódik meg ugyanis, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy áruinak lényeges tulajdonságáról vagy adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen, s ne alkalmazzon jogszabály által tilalmazott állításokat tartalmazó kereskedelmi kommunikációkat.

102. A Versenytanács aláhúzza, hogy kizárólag az eljárást megindító végzésben meghatározott körben értékeli a vizsgált kereskedelmi gyakorlatot.
103. A Versenytanács az Fttv. alapján kizárólag azokat a kereskedelmi kommunikációkat vizsgálhatja, amelyek fogyasztókkal szemben alkalmazott kereskedelmi gyakorlat részeként kerültek alkalmazásra [Fttv. 1. § (1) bekezdés], azaz olyan természetes személyekkel szemben, akik önálló foglalkozásukon és gazdasági tevékenységükön kívül eső célok érdekében járnak el [Fttv. 2. § a) pont]. A Versenytanács vizsgálata nem terjedhet ki olyan kereskedelmi kommunikációra, amelynek a címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy (lásd a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény 2. §-át), ide nem értve azon eszközöket, információ-forrásokat, amelyeknek éppen az a célja, hogy a fogyasztói tájékoztatást megalapozza (pl. sajtótájékoztató, szóbeli tájékoztatást koordináló segédanyagok).
104. Az eljárás alá vont azon érve kapcsán, hogy mivel a Shell üzemanyagok egy jelentős részét ([...]) vállalkozások, nem pedig fogyasztók vásárolták, ha Versenytanács bírságot szab ki, az összeg számításakor csak azon reklámok költségei vehetők figyelembe, amelyek az Fttv. által meghatározott fogyasztókat célozták, a Versenytanács itt jegyzi meg, hogy a jelen versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált kommunikációs eszközökre akkor is kiterjed az Fttv. hatálya, ha az nem csupán természetes személy fogyasztóknak, hanem üzletfeleknek is szól.
105. Egyebekben – ugyan a jelen ügyben ennek nincs relevanciája – megállapítható, hogy az üzleti partnerek döntését is érdemben befolyásolja az ígért megtakarítás, illetve fogyasztáscsökkenés.

A kereskedelmi gyakorlattal megcélzott, illetve elért fogyasztók

106. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat a gépjárművet használó, üzembentartó fogyasztók felé irányult.
107. A jelen esetben olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el. Azonban ennek az elvárt ésszerűségnek is vannak racionális korlátai, így a Versenytanács kiemeli, hogy
 - a fogyasztótól az „ésszerű 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 kínál, s a fogyasztó – számára költségmegtakarítást eredményezően – valóságosnak, pontosnak fogadja el a vállalkozás nyújtotta tájékoztatást, történjék az bármilyen formában.

- az a fogyasztó is ésszerűen jár el, aki nem kételkedik a kereskedelmi kommunikációk által nyújtott tájékoztatásban, a vállalkozás szavahihetőségében, hanem a kereskedelmi kommunikációkat egy ésszerűen költséghatékony tájékozódási folyamatban az üzleti tisztesség követelményének érvényesülésében bízva kezeli.

Az üzleti döntés

108. A kereskedelmi gyakorlat akkor megtévesztő, ha alkalmas a fogyasztó üzleti döntésének befolyásolására.
109. Kiemelendő (összhangban a törvény indokolásával), hogy az üzleti döntés fogalma szélesebb terjedelmű a fogyasztó gazdasági döntéseinek polgári jog szerinti fogalmánál, a szerződési akarat kifejezésénél. Üzleti döntésnek minősül a fogyasztó azon döntése, amikor azonosítja a kielégítendő szükségletét és valamely vállalkozást vagy valamely szolgáltatást választja szükséglete kielégítéseként.
110. A jogi értékelés szempontjából relevanciával bíró fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét, hanem egyes szakaszait is védi a jog a maga eszközeivel. Ez a folyamat a fogyasztók figyelmének felkeltését is magában foglalja, s a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások, kereskedelmi gyakorlatok tilalma már e szakasszal kapcsolatban is érvényesülést kíván, így ez sem történhet tisztességtelen módon. Nemcsak az olyan magatartás lehet jogellenes, amely kizárólagosan meghatározza a fogyasztó döntését, hanem minden olyan magatartás, amely érdemben kihatással van a folyamatra - ideértve a figyelem felkeltését is. Kifogásolható már önmagában az a körülmény, hogy a tisztességtelen magatartás, kereskedelmi gyakorlat hatására a fogyasztó felveszi a kapcsolatot a vállalkozással, keresi annak termékét.
111. A jelen esetben az üzleti döntés szempontjából van annak relevanciája, hogy a fogyasztó a lehetséges fogyasztáscsökkenést, illetve megtakarítást mihez képest értelmezi, tehát mivel tudja összehasonlítani.
112. Az eljárás alá vont hivatkozik arra, hogy a kommunikációs eszközein megjelenítette azt, hogy az összehasonlítás (a tesztek) alapja az adalékanyag-mentes standard üzemanyag. Ezt a tényt a Versenytanács nem vitatja, azonban a jelen esetben a teszt és a fogyasztói értelmezés az adott döntési helyzetben más jellegű összehasonlítást tesz lehetővé.
113. A fogyasztó számára az adott tankolási helyzetben nem lehetséges az eljárás alá vont standard termékét választania, mivel a töltőállomásokon csak a Shell FuelSave termékek érhetőek el. Ebben a tekintetben tehát lényeges az, hogy az összehasonlítás fikatív, így valós értelme a megtakarításnak csak más piaci szereplők ténylegesen elérhető, esetleges standard, adalékanyagmentes termékeihez képest lehet. Az üzleti döntés az, hogy a fogyasztó töltőállomást és/vagy ott üzemanyagot, egy konkrét márkát vagy termékcsaládot választ. Elképzelhető ugyan az a döntési helyzet is, hogy a fogyasztó régi – szintén az eljárás alá vont termékeire vonatkozó – fogyasztói szokásait ismerve (mivel a Shell FuelSave termékektől megtakarítást vár el) arról dönt, hogy többet autózik vagy éppen ugyanannyit, de kevesebbet vásárol az üzemanyagból a korábinál, azonban ez nem életszerű.
114. Az üzleti döntés szempontjából nézve tehát megállapítható, hogy a vizsgált szlogenekkel az eljárás alá vont nem pusztán saját korábbi alaptermékeihez képest ígért javulást, hanem a versenytársakéhoz képest is (különös tekintettel arra, hogy más fogyasztói értelmezés életszerűtlen, pl. az összehasonlítás szempontjából releváns fogyasztói árak változásai miatt is).

Az eljárás alá vont felelőssége

115. Figyelembe véve az Fttv. 9. §-a bekezdéseinek rendelkezéseit és azon tényeket, hogy jelen esetben a Shell Hungary Zrt. részesedett a termékek értékesítéséből származó bevételből, egyértelműen rögzíthető, hogy a Shell Hungary Zrt.-nek a vizsgált magatartás megvalósítása közvetlenül érdekében állt, így a felelőssége megállapítható. Tekintettel arra, hogy a kampány kereteit, az alkalmazott szlogeneket és reklámeszközöket is az eljárás alá vont alakította ki, így a felelőssége fennáll azon kommunikációs eszközök esetében (pl. blokkhát), amelyeket nem az eljárás alá vont, hanem esetlegesen a töltőállomás üzemeltetője rendelt meg.

A vizsgált állítások alkalmassága a fogyasztók ügyleti döntéseinek befolyásolására

116. A kőolaj világpiaci árának évek óta tartó folyamatos emelkedése, valamint a gazdasági- és pénzügyi válság hatásainak következtében a fogyasztók még fogékonyabbak a különbözőféle fogyasztáscsökkentő (így a gépjárművel történő utazás árára irányuló) megoldásokra, eljárásokra szerte a világon, így Magyarországon is, ebből következően az eljárás alá vont által alkalmazott kereskedelmi kommunikációk a Versenytanács szerint alkalmasak voltak a fogyasztók ügyleti döntéseinek befolyásolására.

A vizsgált állítások igazolása

117. Az Fttv. 14. §-a rögzíti, hogy ha a vállalkozás a hatóság felhívására a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát nem igazolja, akkor ezt úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak.

118. A kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát tehát a vállalkozás köteles igazolni.

119. A Versenytanács megjegyzi, hogy egy reklámállításnak az igazolási kötelezettségre kiható értelmezése során nem bír jelentőséggel, hogy a vállalkozás a kifogásolt állítást miként értelmezi, a közléssel mit szeretett volna kifejezésre juttatni, mivel azt a fogyasztó szempontjából kell értelmezni. A fogyasztói értelmezés során jelentősége lehet annak is, hogy a vállalkozások nem céltalanul, hanem a fogyasztók figyelmének a felkeltése érdekében reklámoznak, így alapvetően pozitív tartalmú üzeneteket fogalmazznak meg.

Kategorikus állítások

120. A Versenytanács nem ért egyet az eljárás alá vont azon álláspontjával, hogy a jelen ügyben vizsgált – fogyasztáscsökkenést és megtakarítást ígérő – szlogenek nem kategorikus ígéretet megfogalmazó állítások.

121. A kategorikus – konkrét ígéretet, biztonsággal elvárható hatást megfogalmazó – állítások értelmezése kapcsán a versenytanács – bíróságok által is megerősített – joggyakorlat egyes kozmetikai termékek használatától várható (teszt)eredmények reklámozását vizsgáló versenyfelügyeleti eljárásokban⁴⁰ rögzült.

122. A Vj/24/2009. számú versenyfelügyeleti eljárásban hozott döntés alábbi megállapításai relevánsak a jelen ügyben – különös tekintettel a tesztek eredményeire:

⁴⁰ pl. Vj/116/2007., Vj/145/2007., Vj/56/2008., Vj/24/2009., Vj/116/2009. számú versenyfelügyeleti eljárások

- a kategorikus, az adott hatást minden fogyasztó vonatkozásában fenntartás, megszorítás nélküli ígéret jogsértő (megtévesztő), ha a fogyasztók egy nem elhanyagolható része esetén az ígért hatás bekövetkezése igazoltan nem várható;
- a reklámokban az adott termék valamely kiemelt tulajdonsága kapcsán megjelentetett százalékos érték alkalmas a fogyasztói döntés befolyásolására, a fogyasztó termék iránti bizalma megteremtésének, a bizalom növelésének elősegítésére. Az ilyen közlés alkalmas arra, hogy növelje a termék iránti bizalmat, illetve a reklámállítás hitelességét;
- a kereskedelmi kommunikációkban használt „akár” kifejezés révén a fogyasztók felé nem az az üzenet fogalmazódik meg, hogy minden fogyasztónál elvárható ez a hatás. A Versenytanács szerint érzékelhető különbség fedezhető fel az „akár” kifejezést tartalmazó és azt ezt nem tartalmazó reklámállítások között. Az „akár” fordulat alkalmazása a fogyasztó számára egy nem szükségszerűen megvalósuló lehetőséget jelent. Mindazonáltal az „akár” fordulat alkalmazása esetén is érvényesülnie kell a reklámokkal szemben megfogalmazott azon elvárásnak, hogy a reklám nem kelthet téves képzetet a fogyasztóban az adott termék, illetőleg a termék kiemelt tulajdonsága vonatkozásában;
- ha a tájékoztatás nem egyértelmű, annak következményeit a vállalkozásnak kell viselnie, mindenekelőtt oly módon, hogy valamennyi értelmezés valóságnak való megfelelését igazolnia kell.

VIII.

A jogi értékelés

123. Előzetesen megjegyzendő, hogy a Versenytanács csak azokat a teszt-eredményeket értékelte, amelyeket az eljárás alá vont nyújtott be az állításai alátámasztására. A Shell FuelSave Műszaki Megalapozottsági Jelentés⁴¹ egyes függelékeinek az elnevezései is azt támasztják alá, hogy minek igazolását szolgálják: pl. [...].
124. A Versenytanács nem vitatja, hogy az eljárás alá vontnak méltányolható érdeke fűződik ahhoz, hogy ezen tesztek eredményei valamilyen módon kampányüzenetként kerüljenek felhasználásra. Ebben az esetben azonban a reklámszlogeneknek, az eljárás alá vont kommunikációjának a tesztek eredményeihez igazodva kell kiemelniük a termékek előnyös tulajdonságait. Jelen eljárásban a kérdés az, hogy ezen teszteredmények mennyire támasztják alá a fogyasztói értelmezés szerinti szlogeneket.
125. Az eljárás alá vont mindkét – a fogyasztói döntés befolyásolásra alkalmas – üzenete kapcsán alapvetően ugyanazon tesztek eredményeit ismertette az előzetes álláspontot megelőzően bizonyítékként, illetve – mivel az ismertett tesztek (ide nem értve a versenyfelügyeleti eljárás tárgyát és a vizsgált kereskedelmi gyakorlat idejét tekintve eleve nem ide illő [...] vizsgálatokat) mind a vizsgált kampányok előtt folytak – az időrendiség is azt indokolja, hogy mindkét szlogen valóságtartalmát a jelen döntés 12., 13., 14. és 16. pontjában leírt tesztek igazolhatnák. Erre való tekintettel a következőkben a Versenytanács az egyes tesztekkel kapcsolatban az állítások igazoltsága kapcsán felmerült kérdéseket sorolja fel. Az állítások igazoltságával kapcsolatos kifogások alapvetően a fogyasztói értelmezés szemszögéből merülnek fel.

⁴¹ Vj/104-004/2012. számú adatszolgáltatás 13. számú melléklete

126. Az eljárás alá vont érvei, illetve az általa benyújtott szakértői vélemény⁴² alapján a Versenytanács – az előzetes állásponttól eltérően – nem kérdőjelezi meg a fenti tesztek hazai piacra vonatkozó reprezentativitását, ugyan pl. az amerikai teszt egyik márkája nincs hazai forgalomban, illetve a minták elemszámai meglehetősen alacsonyak.
127. Így is számos – az eredmények objektív interpretálását, a fogyasztói értelmezést megnehezítő – általános kérdés merül fel a tesztekkel kapcsolatban, így:
- a vizsgálatok nem a végső termékekre, hanem az adalékanyagok hatására irányultak, így eleve nem voltak arra képesek, hogy az érintett termékek tényleges összetételét, az egyes adalékanyagok kölcsönhatásait, illetve általánosságban a piacon kapható termékek tényleges hatását mérjék, igazolják,
 - a kutatások jellegük miatt a kutatási és fejlesztési folyamatok támogatását szolgálják, nem a fogyasztói, hanem a gyártói, a technológiai háttér tájékoztatását célozzák (amely körülmény egyébként nem szükségszerűen akadály a megfelelő fogyasztói tájékoztatásnak),
 - a különböző vezetési praktikákkal, stílusokkal elérhető megtakarítások nem hanyagolhatóak el (egyébként maga az eljárás alá vont is közzétett olyan tájékoztatást honlapján „Üzemanyag-takarékossági tippek a Shell FuelSave-től” címmel, amelyben felhívja a figyelmet a vezetési stílussal elérhető fogyasztáscsökkentésre), azonban ezen tényezőket sem veszi figyelembe egyik kutatás sem (bár az eredmények interpretálása során erre az eljárás alá vont utalt),
 - a kutatásokban nem jelennek meg együtt a különböző üzemanyagok, ami arra utal, hogy még ebben a tekintetben sem kezelendők azonosan a fogyasztáscsökkenések – ugyan a reklámüzenetek a benzines és a diesel üzemű járművek között nem tesznek különbséget,
 - miközben feltehetően a piacon más forgalmazók is fejlesztik termékeiket, a szabványok⁴³ is változnak, így a piac nem homogén (a 15. és 17. pontokban ismertetett összehasonlító vizsgálatokban feltárt [...] alapján is ez látható), a viszonyítási, az összehasonlítási alapot egy szabvány alaptermék jelenti, így figyelmen kívül kerül minden más, a piacon ténylegesen elérhető (esetlegesen más vagy további adalékokat tartalmazó) alapüzemanyag,
128. Az egyes tesztek kapcsán célszerű a szétválasztani az eredményekkel kapcsolatos megjegyzéseket abban a tekintetben, hogy a) az általános, kategorikus fogyasztáscsökkenés vagy b) a fogyasztáscsökkenés elérhető („akár”) mértékének igazolhatóságával kapcsolatosak.
129. A 12. pontban ismertetett [...] teszt
- a) [...], miközben az „akár 1 liter megtakarítási” lehetőséghez maga az eljárás alá vont is (többek között) a városi használatot köti feltételként, így kérdéses, hogy a

⁴² Vj/104-046/2012. számú irat 3. számú melléklete

⁴³ Magyarországon a motorhajtóanyagok minőségi követelményeiről a 30/2011. (VI. 28.) NFM rendelet rendelkezik. A rendelet 4. § (1) bekezdése alapján a minőségi követelményeknek való megfelelés ellenőrzését és tanúsítását a motorbenzin esetében az MSZ EN 228, a dízelgázolaj esetében az MSZ EN 590 legkésőbbi évjelzetű termékszabványban megadott analitikai módszerrel, vagy más egyenértékű pontosságú analitikai módszer alkalmazásával kell elvégezni.

városon kívüli használat és a városi használat eredményei általánosságban hogyan viszonyulnak egymáshoz;

b) eredményei szerint [...].

130. A 13. pontban ismertetett teszt kapcsán megállapítható, hogy

a) [...];

b) az átlagos fogyasztáscsökkenés [...].

131. A 14. pontban hivatkozott kutatások a fejlesztésekhez kapcsolódnak, így azok eredményei – még ha ismertek lennének is – részeredmények, még folyamatában sem összevethetőek.

132. A 16. pontban ismertetett, a diesel üzemanyagot tesztelő kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy

a) [...];

b) [...].

133. A fentiek kapcsán a Versenytanács azonban megjegyzi, hogy a tesztekkel kapcsolatos általános kifogások egy része csak másodlagos: a megtévesztést ugyanis önmagában a teszteredmények interpretálása alapozza meg. Ezen eredmények alapján ugyanis nem állapítható meg, hogy bárki számára elérhető lenne fogyasztáscsökkenés, miközben a vizsgált kampányok során csak a megtakarítás mértékét köti az eljárás alá vont feltételekhez. Önmagában az akár 1 liter megtakarítás ígérete nem lenne kifogásolható, mert a fogyasztóknak egy értékelhető része (135., 136. és 138. pontok b) alpontjai szerint) – figyelemmel az eljárás alá vont által meghatározott feltételekre – elérhet ekkora megtakarítást, azonban (különösen a 136. és 138. pontok a) alpontjában leírtakra tekintettel) a fogyasztóknak egy szintén nem elhanyagolható része még akkor sem biztos, hogy eléri, ha minden feltételt teljesít. Az, hogy mely ismérvek, tényezők, feltételek mellett érhető el egyáltalán fogyasztáscsökkenés, a fogyasztók számára nem ismert, az eljárás alá vont által megadott feltételek a megtakarítás mértékére vonatkoznak (bár értelemszerűen a kettő között van valamilyen kapcsolat).

134. A fentiek alapján megállapítható, hogy a fogyasztók egy része elérheti az akár 1 literes megtakarítást, miközben egy részük egyáltalán nem ér el fogyasztáscsökkenést: a tesztelt járművek egy nem elhanyagolható része esetében ([...]) nem volt egyáltalán növekedés, illetve nem volt szignifikáns, statisztikailag igazolható teljesítményjavulás (diesel üzemanyag esetében a városon kívüli forgalomban) sem.

Az akár 1 literes tankonkénti megtakarítás ígérete

135. Az eljárás alá vont 2011. szeptember 6. és 2012 márciusa között több kereskedelmi kommunikációjában azt az ígéretet fogalmazta meg, hogy a Shell FuelSave Euro 95, illetve a Shell FuelSave Diesel üzemanyagok alkalmazása révén a fogyasztók akár 1 liter, az üzemanyag-fogyasztásban megmutatkozó megtakarítást érhetnek el üzemanyag tartályonként.

136. Az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” állítás annak a számításnak az eredménye, mely szerint a %-os fogyasztáscsökkenést egy átlagos méretű üzemanyagtartályra vetítette az eljárás alá vont. Az eljárás alá vont előadása alapján az adatok 2%-os fogyasztáscsökkenést mutattak ki, ami egy 50 literes tankra vetítve tankonkénti 1 liter megtakarítást jelent.

137. A legtöbb tesztautó esetében a fogyasztáscsökkenés mértéke [...]. Mindemellett a flotta-átlagok sem azt tükrözik ([...]), hogy többnyire elérhető lenne ez az eredmény. Ettől függetlenül megállapítható, hogy a tesztelt járművek egy nem elhanyagolható része valóban elért tankonként 1 liternyi megtakarítást – így a vizsgált szlogennek a mértékre vonatkozó része az ún. „akár”-tesztnek megfelelt. A vizsgált szlogen azonban kategorikus üzenet is megfogalmaz az objektív megtakarítás tekintetében, így a szlogen semmiképpen nem értelmezhető úgy, hogy „akár megtakarítás is elérhető, amely akár 1 liternyi is lehet”.
138. Elfogadva az eljárás alá vont „akár”-teszttel kapcsolatos álláspontját, a Versenytanács hivatkozik a fent leírtakra, miszerint önmagában az akár 1 liter fogyasztáscsökkenés ígérete nem lenne kifogásolható, ha egyébként ez az állítás nem lenne arra kifejezetten alkalmas, hogy megerősítse azt az alap-állítást, hogy egyébként a mértéktől függetlenül bárki számára elérhető a megtakarítás. Az akár 1 literre vonatkozó, egyébként valóban feltételes üzenet a lehetséges fogyasztói értelmezését a vizsgált szlogennek abban a tekintetben támasztja alá, hogy az mindenkire vonatkozik, bárki számára elérhető – és még olyan fogyasztók is vannak, akik számára egy különösen magas érték is elérhető.
139. Az Fttv. 14. §-a értelmében az eljárás alá vont köteles igazolni a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát, azonban az eljárás alá vont által benyújtott vizsgálatok az előbbieken kifejtettekre tekintettel nem alkalmasak a reklámállítások igazolására.
140. Egyebekben szükséges néhány megjegyzés az akár 1 literes fogyasztáscsökkenés üzenetét kiegészítő feltételek kapcsán. A kampányon belül több kommunikációs eszközön megjelenik egyrészt a www.shell.hu, vagy a „További információk a www.shell.hu-n” felirat, másrészt az alábbi apró betűs tájékoztatás:
- „A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A Shell Euro95 és a Shell Fuelsave Euro 95, illetve a Shell Diesel Extra és a Shell Fuelsave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől.”*
141. Az apró betűs állítással kapcsolatban – függetlenül attól, hogy az egyébként látható-e vagy érzékelhető-e az adott reklámeszközben, illetve hogy azok egyébként sem alkalmasak a főüzenetbeli állítások kiigazítására – kifogásolható, hogy az üzemanyagok összehasonlítása azt sugallja, hogy a két üzemanyagot hasonlították össze, miközben a tesztek során az adalékanyagok kerültek vizsgálatra. Az sem bizonyított, hogy [...], illetve [...] a Magyarországon 2011 szeptembere előtt forgalomban lévő üzemanyagokhoz képest történt volna az összehasonlítás.
142. A fentiek alapján az apró betűs felirat nemhogy kiegészítené, illetve helyesbítené a kifogásolt állítást, hanem további megtévesztő tájékoztatásokat tartalmaz – amennyiben az egyáltalán észlelhető. Számos kommunikáció esetében, így a televíziós reklámokban vagy az óriásplakáton a tájékoztatás nem is olvasható, így ha megfelelő tartalmú lenne is, üzenete nem jut el a fogyasztóhoz.
143. Az eljárás alá vont honlapjára történő utalás kapcsán elmondható, hogy az önmagában nem módosít az állítások megtévesztő jellegén, tekintettel arra, hogy a tájékoztatásoknak önmagukban is helytállónak kell lenniük, miközben egyébként fellépve a weboldalra csak több kattintással érhető el a Shell FuelSave termékekkel kapcsolatos oldal, illetve ezen túlmenően az ott megjelenő tájékoztatások is megtévesztőnek minősülnek a következők szerint:

- a honlapon is megjelenik az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” állítás, illetve, hogy „akár 1 literrel is csökkentheti autója fogyasztását”, mely állítások nem megfelelően bizonyítottak,
- ugyan szerepel *-gal lábjegyzetben, az apró betűs tájékoztatásnál megjelenő információ, de az oldalon megjelenő tartalom azt a látszatot kelti, hogy kisebb távon (rohanás az iskolába, bevásárlás) is igazoltan alkalmasak a fogyasztás csökkentésére a Shell FuelSave üzemanyagok,
- az oldalon leírt tesztadatok nem egyeznek meg a bizonyítékként benyújtott vizsgálatok adataival.

144. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont a fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor 2011. szeptember 6. és 2012. márciusa között egyes kereskedelmi kommunikációiban valótlanul azt állította, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és hogy a Shell FuelSave Diesel üzemanyagok alkalmazása révén – akár tankonként 1 liter – üzemanyag spórolható meg.

145. Az eljárás alá vont ezzel a magatartásával megsértette az Fttv.) 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat, tekintettel az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése b) pontjának bg) alpontjában foglalt tényállásra.

Fogyasztáscsökkentésre tervezve alapáron ígérete

146. Az eljárás alá vont 2012. március 21-től 2012. októberéig egyes kereskedelmi kommunikációiban azt az üzenetet fogalmazta meg a „fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” szlogenben, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyag alkalmazásával minden gépjármű esetében fogyasztáscsökkentés következik be.

147. A fent (102-104. pontok) leírtak értelmében a fenti üzenetnek csak az lehetett a szükségszerű értelme, hogy a termék használatával csökken a fogyasztás.

148. A fentiek alapján megállapítható azonban, hogy az ismertetett tesztekkel származó eredmények nem elégségesek ahhoz, hogy az összes fajta személygépjármű, összes motorjára vonatkozóan általános jelleggel kijelenthető legyen a fogyasztáscsökkenés. A becsatolt bizonyíték, teszteredmények⁴⁴ alapján a Versenytanács nem találta bizonyítottnak az ígért fogyasztáscsökkenést a fenti körülmények miatt.

149. Maga az eljárás alá vont is akként nyilatkozott, hogy a Shell FuelSave benzinben megtalálható a sűrűdasmódosító adalék, így a Shell FuelSave benzin használatával a legtöbb benzinmotor típusnál fogyasztáscsökkenés érhető el, tehát miközben kategorikus, minden gépjárműre vonatkozó ígéretet tett, maga is azt nyilatkozta, hogy nem minden benzinmotor típusnál érhető el fogyasztáscsökkenés.

150. Az eljárás alá vont által a Shell FuelSave Euro 95 által elérhető fogyasztáscsökkenés alátámasztására benyújtott bizonyíték⁴⁵ alapján egyébként megállapítható, hogy [...]. A kampányban használt szlogen alkalmas volt arra, hogy a fogyasztó döntését torzítva befolyásolja, hiszen azt az üzenetet közvetítette, hogy – már alapáron is – fogyasztáscsökkentő adalékkal ellátott üzemanyagot vásárolhat, noha a fogyasztáscsökkenés

⁴⁴ Vj/104-017/2012. számú irat

⁴⁵ Vj/104-004/2012. számú irat 13. számú melléklet 7. függelék

nem minden egyes személygépjármű esetében bizonyított a szolgáltatott bizonyítékok alapján.

151. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont 2012. március 21-től 2012 októberéig jogsértést valósított meg azért, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagokra vonatkozóan olyan (általános fogyasztáscsökkentő) hatást, használatától várható eredményt tulajdonított, mely a benyújtott bizonyítékok alapján nem kellően megalapozott.
152. Az eljárás alá vont ezzel a magatartásával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdésében előírt tilalmat, tekintettel az Fttv. 6. §-a (1) bekezdése b) pontjának bg) alpontjában foglalt tényállásra.

Összefoglalás

153. Figyelemmel a fentiekre a Versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján megállapítja, hogy az eljárás alá vont fogyasztók megtévesztésére alkalmas kereskedelmi gyakorlatot tanúsított, amikor
- 2011. szeptember 6. és 2012. márciusa között egyes kereskedelmi kommunikációiban (a jelen döntés mellékletének 1. pontjában ismertetett eszközökön) valótlanul azt állította, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagok alkalmazása révén – akár tankonként 1 liter – üzemanyag spórolható meg,
 - 2012. március 21-től 2012 októberéig egyes kereskedelmi kommunikációiban (a jelen döntés mellékletének 2. pontjában ismertetett eszközökön) valótlanul azt állította, hogy a Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyag alkalmazása révén minden gépjármű esetében fogyasztáscsökkentés következik be.
154. Az eljárás alá vont ezzel a magatartásával megsértette az Fttv. 3. §-ának (1) bekezdését, az Fttv. 6. §-a (1) bekezdésének b) pontja bg) alpontjában foglaltakra tekintettel.
155. A Versenytanács a jogsértés megállapításán túlmenően a Tpv. 78. §-ának (1) bekezdése alapján bírság kiszabását tartotta indokoltnak, a bírság összegét a Tpv. 78. §-a (3) bekezdésének, illetőleg a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot rögzítő közleményben foglaltaknak megfelelően meghatározva.
156. A bírság összegének megállapításakor a Versenytanács a vizsgált, jogsértő információt tartalmazó kereskedelmi kommunikációk előállításának és terjesztésének költségeiből indult ki.⁴⁶ A két kampány szélesebb (ATL) és szűkebb (BTL) fogyasztói kör elérését biztosító reklámszervezőknek a költségei az alábbiak voltak:

Kampány	ATL	BTL	Összesen
„Akár 1 liter”	[...]	[...]	[...]
„Fogyasztás-csökkentésre tervezve”	[...]	[...]	[...]
Összesen	[...]	[...]	[...]

⁴⁶ A költségekre vonatkozó adatokat a Vj/104-004/2012. számú irat, az összeg nem tartalmazza a jogsértő állítást nem tartalmazó ajtómatrica [...] költségét.

157. A kereskedelmi kommunikációk előállításának és terjesztésének költségeit illetően a Versenytanács figyelembe vette, hogy egyes reklámok nemcsak jogsértő állításokat tartalmaztak, valamint azt, hogy az üzemanyag-töltőállomásokon elérhető kommunikációs eszközökkel életszerűen többségében azok a fogyasztók találkoznak, akik már az adott tankolás előtt döntöttek az eljárás alá vont termék mellett (ezen fogyasztói kör esetében sem elhanyagolható azonban az üzenetek image-hatása), így a Versenytanács csökkentette a bírságalként figyelembe vett összeget.
158. Súlyosító körülményként vette a Versenytanács figyelembe
- különösen nagy súllyal, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat a fogyasztók igen széles körét érte el az integrált kampány révén,
 - nagy súllyal, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat még az aktív kampányidőszakokat tekintve is több hónapig tartott,
 - kisebb súllyal, hogy az eljárás alá vont magatartása felróható, nem éri el az adott helyzetben általában elvárható magatartási mércét, nem felel meg a társadalom értékítéletének.
159. A Versenytanács – az egyébként kisebb fokúnak tartott – felróhatóság körében értékelte, hogy az eljárás alá vont az ASA döntését követően sem módosította kommunikációs kampányát, pl. a honlapi tartalom még hónapokig elérhető volt, miközben ismert lehetett számára is, hogy a kampány szlogennel kapcsolatos aggályra a vállalkozáscsoport egyik tagja hogyan reagált.
160. Enyhítő körülményként azonosította be a Versenytanács az eljárás alá vont
- jogszabályokban előírtat meghaladó mértékű együttműködését, valamint
 - tájékoztatási célzatú kötelezettségvállalási szándékát, amelyet már a versenyfelügyeleti eljárás megindítását követően több alkalommal jelzett.
161. Szintén enyhítő körülményként vette a Versenytanács figyelembe, hogy a fogyasztók egy része számára valóban elérhető volt – akár tankonként 1 liternyi – megtakarítás a tesztek eredményei szerint.
162. Nem tudta azonban enyhítő körülményként elfogadni a Versenytanács gyakorlatának megfelelően azon körülményeket (lásd a 75. pontban), amelyek hiánya (panaszok, korábbi eljárások az adott területen, forgalomnövekedés) nem minősül enyhítő körülménynek, miközben azok megléte súlyosító vagy a felróhatóság magasabb fokát megalapozó tényezők lehet. Szintén nem tudta azonban enyhítő körülményként elfogadni a Versenytanács az a hivatkozást, hogy a vizsgált állítások nem a termék árával kapcsolatosak (miközben Magyarországon az árral kapcsolatos információk befolyásolják érezhetően az üzleti döntést), mivel álláspontja szerint ezen üzenetek az elérhető megtakarítás révén a fogyasztói árra vonatkoznak.
163. Végezetül a Versenytanács a fentieknek megfelelően kalkulált bírságösszeget megvizsgálta abból a szempontból, hogy az – figyelemmel az ügy összes körülményeire – kellő mértékű elrettentő erőt képvisel-e. Az így kalkulált bírságösszeg a törvényi bírság maximumnak, illetve a vizsgált időszakra eső releváns árbevételnek csak egy csekély hányada.

A kötelezettségvállalás mérlegelése

164. Nem szüntette meg a Versenytanács a versenyfelügyeleti eljárást az eljárás alá vont kötelezettség-vállalási nyilatkozatára tekintettel. A Tpv. 75. §-ának (1) bekezdése szerint ha a hivatalból indult versenyfelügyeleti eljárásban vizsgált magatartás tekintetében az ügyfél kötelezettséget vállal arra, hogy magatartását meghatározott módon összhangba hozza a Tpv., illetve az EK-Szerződés 81-82. cikkének rendelkezéseivel, és a közérdek hatékony védelme e módon biztosítható, az eljáró versenytanács végzéssel – az eljárás egyidejű megszüntetésével – kötelezővé teheti a vállalás teljesítését, anélkül, hogy a végzésben a törvénysértés megvalósulását, vagy annak hiányát megállapítaná. Az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése rögzíti, hogy a Tpv. 75. §-a szerinti kötelezettségvállalás alkalmazásának akkor is helye lehet, ha az ügyfél a vizsgált magatartással időközben felhagyott. Ilyen esetben a magatartás megismétlésétől való tartózkodásra lehet kötelezettséget vállalni.
165. A Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Gazdasági Versenyhivatal Versenytanácsa Elnökének 3/2012. számú közleménye a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése tárgyában indult eljárásokban tett kötelezettségvállalásról (a továbbiakban: Közlemény) 4. pontjában rögzíti, hogy a törvény a GVH-nak széles mérlegelési jogkört biztosít a kötelezettségvállalási nyilatkozat elbírálása (elfogadása vagy elvetése) tárgyában.
166. A Közlemény részletezi azokat a szempontokat is, amelyek alapján a GVH megítéli az Fttv. megsértése tárgyában indult eljárásban a Tpv. 75. §-a, illetve az Fttv. 27. §-ának (3) bekezdése alapján benyújtott kötelezettségvállalási nyilatkozatokat.
167. A Közlemény 24. pontja értelmében, ha az eljárás alá vont vállalkozás a vizsgált magatartással a kötelezettségvállalási nyilatkozat megtételét megelőzően még nem hagyott fel, akkor a kötelezettségvállalási nyilatkozatnak tartalmaznia szükséges annak vállalását, hogy az eljárás alá vont vállalkozás – meghatározott időponttól – felhagy a vizsgált magatartással, illetve azt oly módon módosítja, hogy magatartása összhangba kerül az Fttv. (vagy más jogszabály) rendelkezéseivel. A jelen esetben az eljárás alá vont által benyújtott vállalás ennek a kitételnek csak részben, csak az egyik kampány tekintetében felelt meg.
168. Az elfogadás mellett szól, hogy az eljárás alá vont esetében nem került megállapításra eddig a Közlemény 12. pontja szerinti jogsértés (Közlemény 30. pontja).
169. Az elfogadás mellett szól, ha az eljárás alá vont már a vizsgálati szakban benyújtja a kötelezettségvállalását (Közlemény 29. pontja). A jelen esetben megállapítható ugyan, hogy az eljárás alá vont már a vizsgálat kezdetén jelezte szándékát, azonban a tényleges vállalást csak az előzetes álláspontot követően nyújtotta be az eljárás alá vont – megjegygezvén, hogy csak azt követően váltak számára egyértelművé a kifogások. Azonban az is megállapítható, hogy
- a vizsgálat során az eljárás alá vont meghallgatására is sor került, ahol a vizsgáló – a vonatkozó jegyzőkönyv (Vj/104-023/2012. számú irat) szerint – tájékoztatta az eljárás alá vontat a vizsgálat irányáról,
 - az edukációs, illetve a megfelelőségi programra vonatkozó vállalás a vizsgálat tényleges irányától, illetve a vizsgált magatartás minősítésétől független,
- így az már korábban is benyújtásra kerülhetett volna.
170. A benyújtott, részletesen kidolgozott edukációs program a vállalás elfogadás mellett szól, tekintettel arra, hogy az kétségtelenül eljutna a vizsgált magatartással elért fogyasztói körhöz

(Közlemény 33-34. pontjai). A jelen esetben azonban az is megállapítható, hogy az edukációs programok tartalma jelenleg is elérhető különböző szervezetek, intézmények, illetve a média révén – maga az eljárás alá vont is több olyan (online) fórumon megjelenítette bannerjeit (a melléklet szerint), amelyeknek hasonló célja és tartalma van.

171. A fentiekre tekintettel a vállalás elfogadása ellen és mellett szóló érvek, körülmények mérlegelését követően a Versenytanács a vállalást nem fogadta el. A jelen esetben az eljáró versenytanács – a nyilatkozat elfogadása mellett és ellen szóló körülmények mérlegelését követően – nem látott lehetőséget a kötelezettségvállalási nyilatkozat elfogadására, különös tekintettel arra, hogy
- a jelen esetben különösen nagy költségvetésű, a célzott – abszolút értelemben is széles – fogyasztói kört jelentős mértékben elérő, image-hatása miatt közvetítő erejét tekintve is elhúzódó reklámkampányokról van szó (Közlemény 36. pontjának d) alpontja),
 - a kategorikus állítások kapcsán kialakult versenytanácsi gyakorlat is ismert lehet.

IX.

Egyéb kérdések

172. A bírságot a határozat kézhezvételétől számított 30 napon belül kell megfizetni, függetlenül attól, hogy a határozattal szemben keresetet terjesztenek-e elő.
173. A Polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény 332. §-ának (2) bekezdése szerint a keresetlevél benyújtásának a végrehajtásra nincs halasztó hatálya, a felperes azonban a keresetlevélben a végrehajtás felfüggesztését kérheti. A végrehajtást a kérelem elbírálásáig a Versenytanács nem foganatosíthatja.
174. A bírságnak a GVH 10032000-01037557-000000000 számú bírságbevételei számlája javára történő befizetésekor a közlemény rovatban feltüntetendő: - az eljárás alá vont neve, - a versenyfelügyeleti eljárás száma, - a befizetés jogcíme (bírság).
175. A közigazgatási hatósági eljárás és szolgáltatás általános szabályairól szóló 2004. évi CXL. törvény (a továbbiakban: Ket.) 140. §-ának (1) bekezdése értelmében a végrehajtást megindító hatóság vagy a bíróság függesztheti fel a végrehajtást. A Ket. 140. §-ának (3) bekezdése szerint a végrehajtást megindító hatóság a kötelezett kérelmére kivételesen akkor függesztheti fel a végrehajtást, ha a kötelezett a felfüggesztésre okot adó, méltányolható körülményt igazolta, és a kötelezettet a végrehajtási eljárás során korábban nem sújtották eljárási bírsággal.
176. A Ket. 132. §-ának (1) bekezdése szerint a pénzfizetési kötelezettségének határidőre eleget nem tevő késedelmi pótlékot köteles fizetni. A (2) bekezdés szerint a késedelmi pótlék mértéke minden naptári nap után a felszámítás időpontjában érvényes jegybanki alapkamat kétszeresének 365-öd része.
177. A bírság és a késedelmi pótlék meg nem fizetése esetén a GVH megindítja a határozat végrehajtását. A Versenytanács tájékoztatja a kötelezettet, hogy a Tpv. 90/A. §-ának (1) bekezdése alapján a GVH által kiszabott, teljesítési határidőben meg nem fizetett bírság (valamint a meg nem fizetett bírság után felszámítandó és meg nem fizetett késedelmi pótlék) behajtása iránt az állami adóhatóság intézkedik.

178. Az eljárást befejező döntést a Tpv. – Fttv. 27. §-ának (1) bekezdése alapján alkalmazandó – 63. §-a (2) bekezdésének a) pontja szerint a vizsgálat elrendelésétől számított három hónapon belül kell meghozni; az ügyintézési határidő azonban ugyanezen szakasz (6) bekezdése szerint indokolt esetben két alkalommal, egyenként legfeljebb két hónappal meghosszabbítható. A Ket. 33. §-a (3) bekezdésének c) pontja alapján a hiánypótlásra, illetve a tényállás tisztázásához szükséges adatok közlésére irányuló felhívástól az annak teljesítéséig terjedő idő az ügyintézési határidőbe nem számít be. Mindezekre tekintettel az ügyintézési határidő 2014. január 21-én telik le.

179. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.

Budapest, 2013. december 20.

dr. Szoboszlai Izabella s.k.
előadó versenytanács tag

dr. Miks Anna s.k.
versenytanács tag

dr. Kőhalmi Attila s.k.
versenytanács tag



MELLÉKLET

1. Az „akár 1 liter megtakarítás tankonként” kampányban alkalmazott reklámeszközök

1.1. Az üzemanyagtöltő állomásokon kívüli reklámeszközök

Eszköz	Megjelenés ideje	Megjelenés helye	Gyakoriság	Tartalom	Költség
Televíziós reklám – 30 mp ⁴⁷	2011. szeptember 6. – 25.	[...] Duna, MTV, NatGeo, RTL, Viasat	[...]	„A Shellnél kifejlesztettük legújabb, fogyasztáscsökkentő üzemanyagainkat. Bemutatjuk a Shell FuelSave Euro 95-öt és a Shell FuelSave Diesel-t! Új, normál üzemanyagaink jelentős előnyt biztosítanak önnek! Mérnökeink olyan hatékonyá tették, hogy segítségükkel ön, tankonként akár 1 liter üzemanyagot takaríthat meg változatlan áron! Íme az új Shell FuelSave 95 és a Shell FuelSave Diesel!” Képernyő: „Megtakarítás II” Apróbetű (15 mp-től): „A számítás minimum 50 liter tankolása alapján történt. Shell FuelSave Euro95 a normál 95-ös benzinnel összehasonlítva. Shell FuelSave Diesel a normál Diesellel összehasonlítva, városi használat során. A megtakarítás mértéke több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. www.shell.hu”	[...]
Televíziós reklám – 15 mp ⁴⁸	2011. október 10. – 28. 2011. november 1. – 13. ⁴⁹	[...] Duna, MTV, NatGeo, RTL, Viasat	[...]	„Kifejlesztettünk két új, fogyasztáscsökkentő, normál üzemanyagot. Takarítson meg tankonként akár 1 liter üzemanyagot, az új Shell FuelSave Euro 95 és a Shell FuelSave dízel üzemanyagokkal változatlan áron!” Képernyő: „Megtakarítás II” Apróbetű (8 mp-től): „A számítás minimum 50 literes tankkal történt. A Shell Euro95 és a Shell Fuelsave Euro95, illetve a Shell Diesel Extra és a Shell Fuelsave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. www.shell.hu”	[...]

⁴⁷ Vj/104-004/2012. számú irat 1., 7. és 9. számú melléklet

⁴⁸ Vj/104-004/2012. számú irat 1., 7. és 9. számú melléklet

⁴⁹ Vj/104-022/2012. számú irat 1. számú melléklet

Eszköz	Megjelenés ideje	Megjelenés helye	Gyakoriság	Tartalom	Költség
Rádió szpot 30 mp ⁵⁰	2011. szeptember 5. és 2011. november 11. között	Class FM Neo FM Juventus Jazzy FM MR2 R1 Network	[...]	„A Shell kutatóinak segítségével ön mostantól akár 1 literrel is csökkentheti fogyasztását tankonként, plusz költségek nélkül! Mit kell ehhez tennie? 1. Térjen be egy Shell töltőállomásra! 2. Tankoljon Shell Fuelsave Euro 95-öt vagy Shell Fuelsave Diesel-t! 3. Fizessen változatlan árat, új, normál üzemanyagainkért! 4. Lépjen a gázra! Próbálja ki még ma Shell Fuelsave Euro 95 vagy Shell Fuelsave Diesel üzemanyagunkat és megtudhatja mennyit takarít meg! További információk, a www.shell.hu -n!”	[...]
Billboard ⁵¹	2011. szeptember 1.-30.	18 megye + Budapest	[...]	„Takarítson meg akár 1 litert tankonként!*	[...]
Plusz Billboard ⁵²	2011. szeptember 16.- 30.	autópálya mellett	[...]	„Takarítson meg akár 1 litert tankonként!*	[...]
Építési háló ⁵³	2011. szeptember 6.-30. 2011. október 1.- 31.	Szentendrei út plusz Krisztina krt. 2-4.	[...]	„Takarítson meg akár 1 litert tankonként!*	[...]

⁵⁰ Vj/104-004/2012. számú irat 1. és 7. számú melléklet

⁵¹ Vj/104-004/2012. számú irat 1. és 7. számú melléklet

⁵² Vj/104-004/2012. számú irat 1. és 7. számú melléklet

⁵³ Vj/104-004/2012. számú irat 1. és 7. számú melléklet

Eszköz	Megjelenés ideje	Megjelenés helye	Gyakoriság	Tartalom	Költség
				járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu .”	
Mega-board ⁵⁴	2011. szeptember 6. és október 31., valamint 2011. szeptember 6. és november 15. között	11-es út és M1/M7 autópálya	[...]	„Takarítson meg akár 1 litert tankonként!*	[...]
Banner (10 féle méretben) ⁵⁵	2011. szeptember 5. és november 14. között	9 honlap: starlap, facebook, origo, totalcar, vezess.hu, fl hírek, utvonalterv, holtankoljak	[...]	„Akár 1 liter megtakarítás tankonként!*	[...]
e-dm ⁵⁶	2011. szeptember 6.	Clubsmart kártyatulajdonosok egy csoportjának egy példányban	[...]	„Bemutatjuk az új Shell FuelSave üzemanyagokat! Kedves! Szeretnénk az elsők között értesíteni Önt az új Shell FuelSave Euro 95 és Shell FuelSave Diesel üzemanyagaink bevezetéséről. A Shell kutatói által kifejlesztett új üzemanyagainkkal akár 1 litert takaríthat meg tankonként már ez első tankolást követően, az egyedülálló Shell hatékonyság-növelő (SEI) összetevőnek köszönhetően. Ráadásul mindezt változatlan áron. Tudjon meg többet az új Shell FuelSave üzemanyagokról, illetve szerezzen további hasznos üzemanyag-megtakarítási tippeket. A legközelebbi tankolásnál gyűjtsön további SMART pontokat Shell FuelSave üzemanyagok vásárlásával. A Shell csapata	[...]

⁵⁴ Vj/104-004/2012. számú irat 1. és 7. számú melléklet

⁵⁵ Vj/104-004/2012. számú irat 1. és 7. számú melléklet, valamint Vj/104-022/2012. számú irat. A banner a honlapra mutat minden esetben.

⁵⁶ Vj/104-004/2012. számú irat 1. számú melléklet, valamint Vj/104-022/2012. számú irat

Eszköz	Megjelenés ideje	Megjelenés helye	Gyakoriság	Tartalom	Költség
				<p><i>Akár 1 liter megtakarítás tankonként!*</i> <i>Normál üzemanyagok változatlan áron.</i> <i>*A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddigi Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől.</i></p>	
Gosmart magazin ⁵⁷	2012. február 1.	-	-	<p><i>„Takarítson meg akár 1 litert tankonként!*</i> <i>Normál üzemanyagok, változatlan áron.</i> <i>Shell FuelSave Euro 95 & Diesel</i> <i>Bemutatjuk az új Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagainkat, melyek mostantól átveszik az Euro 95 és a Diesel Extra üzemanyagok helyét. A Shell kutatói által kifejlesztett új üzemanyagaink Shell hatékonyság-növelő összetevőt (SEI) tartalmaznak, ezáltal Ön akár 1 liter üzemanyagot takaríthat meg tankonként, változatlan áron.</i> <i>Próbálja ki Ön is az új Shell FuelSave üzemanyagainkat! www.shell.hu</i> <i>*A számítás eredménye minimum 50 literes tankméretre vonatkozik. A Shell Euro 95 és a Shell FuelSave Euro 95, illetve a Shell Diesel Extra és a Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől.</i></p>	[...]
Szolnoki helyi magazin ⁵⁸	n.a.	n.a.	n.a.	<p><i>Akár 1 liter megtakarítás tankonként!*</i> <i>Normál üzemanyagok változatlan áron.</i> <i>Shell FuelSave Euro 95 & Diesel</i> <i>Bemutatjuk az új Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagainkat, melyek mostantól átveszik az Euro 95 és a Diesel Extra üzemanyagok helyét. A Shell kutatói által kifejlesztett új üzemanyagaink Shell hatékonyság-növelő összetevőt (SEI) tartalmaznak, ezáltal Ön akár 1 liter üzemanyagot takaríthat meg tankonként, változatlan áron.</i> <i>Próbálja ki Ön is az új Shell FuelSave üzemanyagainkat!</i> <i>5000 Szolnok, Hunyadi út 2-4; Tószegi út 5a; Téglagyári út 30.</i> www.shell.hu <i>*A számítás eredménye minimum 50 literes tankméretre vonatkozik. A Shell Euro 95 és a Shell FuelSave Euro 95, illetve a Shell Diesel Extra és a Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől.</i></p>	[...]

⁵⁷ Vj/104-004/2012.számú irat 1. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat

⁵⁸ Vj/104-004/2012. számú irat 1. számú melléklet

Eszköz	Megjelenés ideje	Megjelenés helye	Gyakoriság	Tartalom	Költség
Saját honlap ⁵⁹	2011. szeptember és 2012. március között	www.shell.hu		<p>„Shell FuelSave Euro 95 <i>Akár 1 liter megtakarítás tankonként* változatlan áron, a kutatóink által kifejlesztett legújabb összetevőnek köszönhetően.</i>”</p> <p>„Shell FuelSave Diesel <i>Akár 1 liter megtakarítás tankonként* a kutatóink által kifejlesztett legújabb hatékonyságnövelő összetevőnek köszönhetően.</i>”</p>	-
Sajtótájékoztatót átadott írott tájékoztatók	2011. szeptember 6.		[...]	<p>„Új Shell FuelSave Euro 95 és Shell FuelSave Diesel Adatlap”⁶⁰: „A Shell FuelSave Euro 95 és Shell FuelSave Diesel a legkorszerűbb alapüzemanyagaink ez ideig, melyeket úgy alakítottunk ki, hogy az autózatók akár egy litert is megtakaríthassanak tankonként.”</p> <p>„Az új Shell FuelSave Euro 95 és Shell FuelSave Diesel egyedülálló üzemanyagok, melyeket arra tervezték, hogy az autósok akár egy litert is megtakarítsanak tankonként.”</p> <p>... „Ezek az üzemanyagok igazi áttörést jelentenek az üzem-anyagtechnológiában.” Hangsúlyozásra kerül az üzemanyag-megtakarítás.</p> <p>Üzemanyag-takarékossági tippek a Shell FuelSave-től⁶¹</p>	-

1.2. „Akár 1 liter megtakarítás tankonként” kampányban alkalmazott reklámeszközök a benzinkutakon

Eszköz	Mennyiség	Tartalom	Költség ⁶²
A0 side poster ⁶³	[...]	<p><u>egyik oldal:</u> „Új Shell FuelSave Euro 95 & Diesel AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!* *A számítás minimum 50 literes tankméréssel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu”</p> <p><u>másik oldal:</u> „AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!* NORMÁL ÜZEMANYAGOK, VÁLTOZATLAN ÁRON.</p>	[...]

⁵⁹ Vj/104-026/2012. számú irat, a webarchive.org alapján

⁶⁰ Vj/104-004/2012. számú irat 3. számú melléklet

⁶¹ Vj/104-004/2012. számú irat 3. számú melléklet

⁶² Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

⁶³ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

Eszköz	Mennyiség	Tartalom	Költség⁶²
		Shell FuelSave Euro 95 & Diesel A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu .”	
A1 poster⁶⁴	[...]	„AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*NORMÁL ÜZEMANYAGOK, VÁLTOZATLAN ÁRON. Shell FuelSave Euro 95 & Diesel *A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu ”	[...]
Belógatós attrap⁶⁵	[...]	„AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*NORMÁL ÜZEMANYAGOK, VÁLTOZATLAN ÁRON. Shell FuelSave Euro 95 & Diesel *A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu ”	[...]
Pénzviszaadó⁶⁶	[...]	„Shell FuelSave Euro 95 & Diesel AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*NORMÁL ÜZEMANYAGOK, VÁLTOZATLAN ÁRON. *A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu .”	[...]
Entry banner (molino)⁶⁷	[...]	„TAKARÍTSON MEG AKÁR 1 LITERT TANKONKÉNT!*NORMÁL ÜZEMANYAGOK, VÁLTOZATLAN ÁRON. *A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu .” Próbálja ki! Shell FuelSave Euro 95 & Diesel”	[...]

⁶⁴ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet és a Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

⁶⁵ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet

⁶⁶ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

⁶⁷ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

Eszköz	Mennyiség	Tartalom	Költség⁶²
Szórólap ⁶⁸	[...]	<p>„...Ezek az üzemanyagok segítenek Önnek abban, hogy tankonként akár 1 literrel csökkentse* autója fogyasztását. ... Hogyan segít Önnek a Shell FuelSave abban, hogy akár 1 literrel csökkentse fogyasztását tankonként?*</p> <p>...</p> <p>*A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A Shell Euro 95 és a Shell FuelSave Euro 95, illetve a Shell Diesel Extra és a Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu</p> <p>AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*</p> <p>NORMÁL ÜZEMANYAGOK, VÁLTOZATLAN ÁRON.</p> <p>Shell FuelSave”</p>	[...]
Zászlófüzér (benti) ⁶⁹	[...]	<p>„Shell FuelSave Euro 95 & Diesel AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*</p> <p>*A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu.”</p> <p>„Új üzemanyagok Shell FuelSave Euro95 & Diesel”</p>	[...]
Zászlófüzér (kinti) ⁷⁰	[...]	<p>„AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*</p> <p>A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu.”</p> <p>„Új üzemanyagok Shell FuelSave Euro 95 & Diesel”</p>	[...]
Kútkorona poszter ⁷¹	[...]	<p>„Shell FuelSave Euro 95 & Diesel AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*</p> <p>NORMÁL ÜZEMANYAGOK VÁLTOZATLAN ÁRON.</p> <p>*A számítás minimum 50 literes tankmérettel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu.”</p>	[...]
Blokkhát	[...]	<p>„Shell FuelSave Euro 95 & Diesel AKÁR 1 LITER MEGTAKARÍTÁS TANKONKÉNT!*</p>	[...]

⁶⁸ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

⁶⁹ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

⁷⁰ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklet és Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklet

⁷¹ Vj/104-004/2012. számú irat 2. számú melléklete és a Vj/104-022/2012. számú irat 7. számú melléklete

Eszköz	Mennyiség	Tartalom	Költség ⁶²
		VÁLTOZATLAN ÁRON *A számítás minimum 50 literes tankméréssel történt. A korábbi Shell Euro 95 és az új Shell FuelSave Euro 95, illetve az eddig Shell Diesel Extra és az új Shell FuelSave Diesel összehasonlítása városi forgalmi környezetben történt. A fogyasztáscsökkentés több változótól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ: www.shell.hu .”	

2. „Fogyasztás-csökkentésre tervezve alapján” kampányban alkalmazott reklámeszközök

2.1. Az üzemanyagtöltő állomásokon kívüli reklámeszközök

Eszköz	Megjelenés ideje	Megjelenés helye	Gyakoriság	Tartalom	Költség
TV reklám – 30 mp ⁷²	2012. április 2. és április 22. között	TV2, Viasat, MTV, AXN, Discovery AtMedia MS csomag	[...]	„A Shell FuelSave Euro 95 és Diesel üzemanyagokat kutatóink azért tervezték, hogy segítségével ön csökkenthesse autója fogyasztását! Mindezt felár nélkül! Próbálja ki, tankoljon a Shellnél, még ma! Tankolás 0 Ft-ért? Nyerjen 1 évre elegendő Shell üzemanyagot!”	[...]
Rádió szpot ⁷³	2012. március 26. és június 4. között	Class FM NEO FM Juventus Budapest	[...]	„A Shell FuelSave üzemanyagokat kutatóink azért tervezték, hogy segítségével ön, csökkenthesse autója fogyasztását, felár nélkül! Lássuk, hogyan működik! 1. Hajtson be egy Shell töltőállomásra! 2. Tankoljon Shell FuelSave üzemanyagot! Így ni! 3. Fizessen alap üzemanyagárat! 4. Kész! Próbálja ki alapáras Shell FuelSave Euro 95 vagy Shell FuelSave Diesel üzemanyagunkat még ma, hogy megtudja, mennyit takaríthat meg! Részletekért látogasson el a shell.hu-ra!”	[...]
Építési háló ⁷⁴	2012. április 1. és 30. között	Bp., Petőfi Híd – BME – Irinyi J. u 1. felület	-	„Csökkentse fogyasztását! Shell FuelSave üzemanyagok alapján www.shell.hu Normál benzin/diesel üzemanyaggal összehasonlítva. A megtakarítás mértéke változhat.”	[...]
Építési háló ⁷⁵	2012. április 1. és június 31.	Bp. Budaörsi Road /-	-	„FOGYASZTÁS-CSÖKKENTÉSRE TERVEZVE, ALAPÁRON www.shell.hu	[...]

⁷² Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁷³ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁷⁴ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁷⁵ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

	között	M1/M7		<i>Normál benzin/diesel üzemanyaggal összehasonlítva. A megtakarítás mértéke változhat. További információ a Shell FuelSave-ről a www.shell.hu oldalon.</i>	
Mega-board ⁷⁶	2012. április 1. és 30. között	autópályák mellett	[...]	„FOGYASZTÁS-CSÖKKENTÉSRE TERVEZVE, ALAPÁRON www.shell.hu <i>Normál benzin/diesel üzemanyaggal összehasonlítva. A megtakarítás mértéke változhat. További információ a Shell FuelSave-ről a www.shell.hu oldalon.</i> ”	[...]
banner ⁷⁷	2012. április 1. és 30. között	RTL Most	-	„Csökkentse fogyasztását Shell FuelSave üzemanyagokkal Shell FuelSave Euro 95 & Diesel www.shell.hu Tudjon meg többet!”	[...]
banner ⁷⁸	2012. április 1. és 30. között	startlap	-	„FOGYASZTÁS-CSÖKKENTÉSRE tervezve Shell Fuel Save üzemanyagok alapján Shell FuelSave Euro 95 & Diesel Tudjon meg többet! www.shell.hu ”	[...]
banner ⁷⁹	2012. április 1. és 30. között	vezess.hu	-	FOGYASZTÁS-CSÖKKENTÉSRE tervezve Üzemanyagok alapján Shell FuelSave üzemanyagokkal! Shell FuelSave Euro 95 & Diesel”	[...]
banner ⁸⁰	2012. április 1. és 30. között	HÍR24	-	FOGYASZTÁS-CSÖKKENTÉSRE tervezve Shell Fuel Save üzemanyagok alapján Shell FuelSave Euro 95 & Diesel Tankolás 0 Ft-ért akár egy évig?	[...]
Gosmart magazin ⁸¹	2012. május 1.			„Fogyasztás-csökkentésre tervezve Shell FuelSave Euro 95 & Diesel Üzemanyagok alapján A Shell FuelSave üzemanyagokat kutatóink azért tervezték, hogy segítségével Ön csökkenthesse autója fogyasztását. Felár nélkül. Próbálja ki alapáras Shell FuelSave Euro 95 vagy Shell FuelSave Diesel üzemanyagunkat még ma, hogy megtudja, mennyit takaríthat meg!	[...]

⁷⁶ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁷⁷ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁷⁸ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁷⁹ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁸⁰ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

⁸¹ Vj/104-004/2012. számú irat 4., 8. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

				<p>Részletekért látogasson el a www.shell.hu-ra!</p> <p>Üzemanyag-megtakarítási formulát nem tartalmazó normál benzin/diesel üzemanyaggal összehasonlítva. A megtakarítás mértéke több változattól függ, többek között a járműtől, a vezetési stílustól és a vezetési körülményektől. További információ a Shell FuelSave-ről a www.shell.hu oldalon.”</p>	
Honlap ⁸²	2012 áprilistól 2013 októberéig			<p>„Shell FuelSave Euro 95 A Shell FuelSave Euro 95 arra lett kifejlesztve, hogy Ön minden egyes tankolással üzemanyagot takarítson meg, plusz költségek nélkül. Shell FuelSave Diesel A Shell FuelSave Diesel arra lett kifejlesztve, hogy Ön minden egyes tankolással üzemanyagot takarítson meg, plusz költségek nélkül.”</p>	[...]
Cikk ⁸³	2012. április 16-22., 2012. május 7-13., 2012. június 4-10. 2012. április 9-15. 2012. április 2-8., 2012. április 30., 2012. május 1-6., 2012. május 21-27. 2012. április 16-22., 2012. április 9-15., 2012. április 30., 2012. május 1-6., 2012. május 21-27.	Index.hu Origo.hu vezess.hu NLC.hu Hír24.hu		<p><u>“FuelSave az alacsonyabb fogyasztásért</u></p> <p>Üzemanyag-megtakarítás a megfelelő termék kiválasztásával A Shell FuelSave Euro 95 és Shell FuelSave Diesel ideális üzemanyagok azoknak, akik csökkenteni szeretnék autójuk fogyasztását, ugyanakkor nem szeretnék ezért többletköltséggel számolni. Ezek javítják az üzemanyag-hatékonyságot és azonnali előnyöket nyújtanak már az első tankolástól kezdve, mindezt alapáron.</p> <p>A Shell FuelSave Euro 95 üzemanyag Shell Hatékonyság-növelő összetevőt (SEI) tartalmaz, amely tisztán tartja a szelepeket és növeli a motor teljesítményét. Ezen felül a Shell Hatékonyság-növelő összetevő az üzemanyagban elősegíti az energiavesztés csökkentését, hiszen ott veszi kezelésbe a motort, ahova a normál motorolajok nehezen érnek el, például a felső dugattyúgyűrűknél. Az energiavesztés csökkentésével az üzemanyag több energiát tud biztosítani a kerekek mozgatásához.</p> <p>A Shell FuelSave Dieselt úgy tervezték, hogy hatékonyabb legyen az égés, mint a hagyományos dízel üzemanyagoknál, ami a motor jobb működéséhez vezet, ezzel elősegítve az üzemanyag-megtakarítást. A Shell FuelSave Diesel Shell Hatékonyság-növelő összetevője (SEI) védelmet nyújt a lerakódások kialakulása ellen, így nő a motor hatékonysága.</p> <p>A Shell FuelSave Euro 95 és Shell FuelSave Diesel üzemanyagok minden magyarországi Shell töltőállomáson kaphatók. Az üzemanyagok leghatékonyabb felhasználásával kapcsolatos információkért kérjük, látogassa meg honlapunkat: www.shell.hu”</p>	[...]

⁸² Vj/104-026/2012. számú irat

⁸³ Vj/104-004/2012. számú irat 4. számú melléklet, valamint a Vj/104-022/2012. számú irat

2.2. „Fogyasztás-csökkentésre tervezve alapáron” kampányban alkalmazott reklámeszközök a benzinkutakon

Eszköz	Tartalom	Költség
Maintenance A0	„ALAP ÁRON Shell FuelSave Euro 95 & Diesel FOGYASZTÁS-CSÖKKENTÉSRE TERVEZVE”	[...]
Maineance Cashmat	„KÖSZÖNJÜK, HOGY A Shell FuelSave ÜZEMANYAGOT VÁLASZTOTTA! Shell FuelSave Euro95 & Diesel”	[...]
Zsebkártya	„Ha a vásárló alapüzemanyagot választott tájékoztasd, hogy: A Shell FuelSave Euro 95 és Diesel az új alapüzemanyagaink, amelyekkel csökkentheti autója fogyasztását alapáron.” „Shell FuelSave 1. érv: Csökkentheti üzemanyag-fogyasztását a Shell FuelSave-vel 2. érv: Alapáras üzemanyag, már az első tankolástól kifejti hatását 3. érv: A Shell FuelSave Shell Hatékonyság Növelő Formulát tartalmaz, ami csökkenti a z energia veszteséget”	[...]

A töltőállomási marketinganyagok közül egyesek a kampány végét követően is elérhetőek voltak a fogyasztók számára.⁸⁴ Az eljárás alá vont pontos dátumot az elérhetőséggel kapcsolatban nem adott meg.⁸⁵

A kampány indulásának időpontjában az eljárás alá vont 243 üzemanyagtöltő állomással rendelkezett,⁸⁶ így a fenti táblában szereplő BTL (Below-the-Line) kommunikációk ennyi üzemanyagtöltő állomáson voltak láthatóak országszerte.

⁸⁴ Vj/104-004/2012. számú irat

⁸⁵ Vj/104-022/2012. számú irat

⁸⁶ Vj/104-022/2012. számú irat