

A Fővárosi Törvényszék  
mint másodfokú bíróság  
2.Kf.649.927/2013/3. szám

A Fővárosi Törvényszék a dr. Sz. G. ügyvéd által képviselt allegroup.hu Kft. (Budapest) felperesnek a dr. László Ildikó Katalin ügyvéd (1245 Budapest 5., Pf.: 1036) által képviselt Gazdasági Versenyhivatal (1054 Budapest, Alkotmány u. 5., Hiv. sz.: Vj/022-026/2011.) alperes ellen versenyügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata iránt indított perében a Fővárosi Törvényszék 2012. évi május hó 25. napján kelt 3.K.30.219/2012/6. számú ítélete ellen a felperes által 8. sorszám alatt előterjesztett fellebbezés folytán az alulírott helyen 2013. évi április hó 10. napján megtartott nyilvános tárgyalás alapján meghozta a következő

#### í t é l e t e t :

A Fővárosi Törvényszék az elsőfokú bíróság ítéletét helybenhagyja.

Kötelezi a felperest arra, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 50.000 (azaz ötvenezer) forint másodfokú perköltséget, valamint az államnak - az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására - 320.000 (azaz háromszázhuszezer) forint fellebbezési illetéket.

Ez ellen az ítélet ellen további fellebbezésnek nincs helye.

#### I n d o k o l á s

Az alperes a 2011. december 14. napján kelt VJ 22/2011. számú határozatában a 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3.§-ának (1) bekezdésében foglaltakra tekintettel megállapította, hogy a felperes fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott azáltal, hogy a „Yuki a föld körül” kampányában 2010. október 20. és 2010. november 25. között egyes televíziós csatornákon, rádiócsatornákon sugárzott reklámjában, illetve egyes online kommunikációs eszközökön azt a megtévesztésre alkalmas információt tette közzé, hogy a fogyasztók pontokat gyűjtve és azokat beváltva, kedvező áron nagy értékű tárgyakat vehetnek meg, ugyanakkor valójában egy, a közösségi felületeken (Facebook, Twitter) folyamatos felhasználói aktivitást, interaktivitást igénylő játékot kínált az érdeklődőknek. Mindezek alapján az alperes 4 millió forint bírság megfizetésére kötelezte a felperest.

A felperes keresetében elsődlegesen a határozat megváltoztatását, az eljárás megszüntetését, másodlagosan a határozat hatályon kívül helyezését, illetve harmadlagosan a megfizetett bírság elengedését vagy mérséklését kérte. Álláspontja szerint az alperes által kifogásolt kommunikáció címzettjei a vatera.hu oldal felhasználói voltak, akik tisztában vannak az internet és az új médiák sajátosságaival; ismertek voltak számukra a felperes által alkalmazott értékesítési módszerek. Az alperes hibásan értékelte a reklámok üzenetét és jellegét, hiszen azok célja a figyelemfelhívás volt. Kifogásolta továbbá a bírság kiszabásának összecszerúségét és szempontjait is.

Az alperes a határozatban foglaltak fenntartása mellett kérte a kereset elutasítását arra hivatkozva, hogy a határozat megalapozott és jogszerű.

Az elsőfokú bíróság ítéletével a felperes keresetét elutasította. Indokolásában az Fttv. 3.§-ának (1), (2) és (3) bekezdései, a 4.§-ának (1) és (2) bekezdései, valamint a 6.§-ának (1) bekezdés b) pontja alapján megállapította, hogy a reklámok jellegéből, tartalmából, szövegéből, képi megjelenítéséből egyértelműen levonható az a következtetés (különösen a televíziós és rádiós reklámokból), hogy a felperes célja a reklámokkal nemcsak a saját vatera.hu felhasználói körének megszólítása volt, hanem ezen fogyasztói kör bővítését is célul tűzte ki, vagyis azt a célt szerette volna a felperes elérni, hogy minél többen váljanak a vatera.hu oldalak felhasználóivá. A felperes - egyébként érthető és önmagában nem jogellenes okból - népszerűsíteni szerette volna a szolgáltatását. Álláspontja szerint helytálló volt az alperes azon következtetése, hogy amennyiben a felperes kizárólag a saját felhasználóit szerette volna megszólítani, úgy erre az interaktív internetes felület elegendő lett volna, nem lett volna szükség az elektronikus média igénybevételére (TV-, rádióreklámok). Utalt arra, hogy a kialakult jogalkalmazói gyakorlat szerint a reklámozót nem mentesíti az objektív és korrekt tájékoztatás kötelezettsége alól az, hogy később esetleg internetes felületeken az adott ügyleti döntéshez szükséges további információk elérhetőek. Megállapította, hogy a felperes reklámjainak nagy része tényközlést is tartalmazott, így nem minősíthető figyelemkeltő reklámnak. A felperes a promóció kommunikációi során alapvetően egy kedvező adásvétel lehetőségét kínálta, ugyanakkor a konstrukció lényege egy igen aktív „vaterázást” feltételező, a fogyasztó egyéni körülményein, ambícióin, lehetőségein múló verseny alapján - csak a fogyasztók csekély hányadára - realizálható nyereményjátékról volt szó. Ez pedig olyan lényeges, érdemi különbség, amely mindenképpen igényelte volna a releváns részletek közlését. A bírságkiszabás körében kifejtette, hogy annak összege az eset összes körülményeire tekintettel nem tekinthető túlzottnak vagy aránytalannak, az megfelel a generális és speciális prevenció céljainak. A határozat megfelelő módon tartalmazza az enyhítő és súlyosbító körülményeket; a bírság kiszabásának alapjául az alperes a felperesi gazdálkodás gazdasági dimenzióját vette alapul (1,614.694.000 forint nettó éves árbevétel), amelynek alapján az összecszerúség reális.

A felperes fellebbezésében elsődlegesen az elsőfokú ítélet kereseti kérelmének megfelelő megváltoztatását, másodlagosan az ítélet hatályon kívül helyezését kérte, míg harmadlagos kérelme a bírság elengedésére vagy mérséklésére irányult. Álláspontja szerint az elsőfokú ítélet téves, megalapozatlan és jogszabálysértő. Az alperes és az elsőfokú bíróság is hibásan értékelte az internet szerepét, amelynek a perbeli esetben nem kiegészítő, hanem központi és megkerülhetetlen szerepe volt mind a reklámkampány, mind pedig a tényleges tranzakciók tekintetében. Az ún. „Yuki kampány” csak és kizárólag az interneten és az új médiákon keresztül adott információt a fogyasztóknak, személyes vagy telefonos információadásra nem volt lehetőség. Kifejtette, hogy tevékenysége és a vatera.hu tevékenysége is az

internetre épül, így minden tranzakció és fogyasztói ügylet, valamint az ezekhez kapcsolódó reklámkampány tekintetében is az internet központi szerepet kap, az adott kampányra és/vagy tranzakcióra vonatkozó minden információ is itt kerül elhelyezésre. Mivel azonban az internetet Magyarországon nem mindenki használja, ezért elkerülhetetlen, hogy egy reklámkampány során más médiumok is felhasználásra kerüljenek, ezeken azonban csak és kizárólag figyelemfelkeltő reklámokat tett közzé, az annak megfelelő kritériumok szerint. Hangsúlyozta, hogy reklámjai semmilyen, a figyelemfelhívás tárgyára vonatkozó lényeges információt nem tartalmaztak, csupán arra irányultak, hogy felhívják a Yuki kampány játékra a felhasználó figyelmét. Üzenete a játék létre, elindulására és a további információk helyére és az arra való figyelemfelhívás volt, hogy a játékot a felhasználó kövesse a Twitteren vagy a Facebookon. A fogyasztói magatartás körében arra hivatkozott, hogy sem az alperes, sem az elsőfokú bíróság nem vette figyelembe, hogy az adott szituációnak megfelelő fogyasztói magatartás lényege a piac és a termék sajátosságának megfelelő mértékű információkeresés, amely olyan iteratív, közelítő folyamatként írható le, amelynek során a fogyasztó mindaddig folytatja az információkeresést és feldolgozást, míg az utolsó információ megszerzéséből származó bevétel egyenlő nem lesz az adott információ megszerzésének költségével. A Yuki kampány oldalán minden információ megtalálható volt a játékról (amely információk teljességét még az alperes is elismerte), így az ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel eljáró fogyasztói magatartás az lett volna, hogy a fogyasztó elolvassa a játékra vonatkozó információkat, amelyekből egyértelműen kiderülnek a játék szabályai. A bírságszámítással szembeni kifogások körében kifejtette, hogy a bírság összege eltúlzott, okszerűtlen és megalapozatlan. Az alperes a határozatában csak felsorolta, hogy milyen feltételeket értékelte, az azonban nem derül ki, hogy az egyes hivatkozott körülményeket milyen súllyal vett súlyosbító vagy enyhítő körülményként figyelembe a bírság összegének meghatározásánál. A határozatból az sem derül ki, hogy a kiszabott bírság milyen kiindulási alapból és számolási módszer alapján jött ki, abból a mérlegelés szempontjai nem állapíthatóak meg egyértelműen, továbbá az sem állapítható meg, hogy az alperes mennyire vette figyelembe a saját, specifikusan fogyasztóvédelmi ügyekre kidolgozott Közleményét.

A fellebbezéssel szembeni ellenkérelmében az alperes az elsőfokú bíróság ítéletének helybenhagyását kérte. Álláspontja szerint határozata és az elsőfokú ítélet is helyesen értékelt az Internet szerepét a felperes kereskedelmi gyakorlata során, és helytállóan került megállapításra, hogy a felperes a kifogásolt reklámjaival nem kizárólag az Internetet használó fogyasztókat célozta, hiszen rádió- és televíziós reklámokkal is népszerűsítette a szolgáltatását. A fogyasztói magatartás értékelése körében az alperes érvelése szerint a felperes csak állította, de érdemben értékelhető módon nem bizonyította, hogy milyen tények és körülmények alapján kellett volna másképp értékelnie a reklámüzenetek átlagfogyasztó általi értelmezését. Az alperes álláspontja szerint a felperes valótlán állítja, hogy az utólagos információszerzés lehetőségét nem értékelte, hiszen ezen körülményt kifejezett enyhítőként a javára vette figyelembe. A bírság körében utalt arra, hogy a határozat 64. pontja kifejezetten tartalmazza, hogy miként vette figyelembe Közleményét a felperessel szembeni bírságkiszabás során. Hangsúlyozta, hogy a bírságkiszabás jogszerűségének abszolút mércéje a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 78.§-a, azon belül is különösen a (3) bekezdésben nevesített bírságkiszabási szempontrendszer. Álláspontja szerint a felperessel szemben kiszabott bírság összhangban áll a Tpv. 78.§-ával és a Közleményben foglaltakkal.

A felperes fellebbezése nem alapos.

A Fővárosi Törvényszék, mint másodfokú bíróság az elsőfokú bíróság ítéletét a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 253.§-ának (3) bekezdésében foglaltaknak megfelelően a fellebbezési kérelem és ellenkérelem korlátai között vizsgálta. Ennek során megállapította, hogy az elsőfokú bíróság a Pp. 206.§-ában foglaltak szerint eljárva a tényállást megfelelően feltárta, a jogsértés, az alkalmazott bírságszankció és annak összege tekintetében a releváns tényezőket a felperes keresetével összefüggésben helytállóan értékelte, és a rendelkezésére álló peradatok alapján okszerű következtetésekre jutott a felperes kereskedelmi magatartása és a szankció jogi megítélését illetően. A felperes a fellebbezésében lényegében a keresetében előadottakat ismételte meg és az elsőfokú bíróság részéről teljes körűen értékelteken túl nem hivatkozott olyan új tényre, körülményre, indokra, amely az elsőfokú bíróság ítéletének jogszerűségét megkérdőjelezné és fellebbezése kedvező elbírálását eredményezhette volna. Az elsőfokú bíróság mindenre kiterjedő, kellően részletes, megfelelően alapos jogi érvelésével a másodfokú bíróság maradéktalanul egyetért, ezért az elsőfokú bíróság ítéletét a Pp. 254. íjának (3) bekezdésében foglaltak alkalmazásával, helyes indokai alapján helybenhagyta.

A fellebbezésben foglaltakra utalással a másodfokú bíróság szükségesnek tartja az alábbiakat kiemelni.

A Pp. 324. §-ának (1) bekezdése értelmében a közigazgatási perben is érvényesül a Pp. 164. §-ának (1) bekezdése szerinti általános szabály, azaz a felperesnek kell igazolnia, hogy a felülvizsgálni kért közigazgatási határozat jogszabálysértő. A bizonyítási teher a Pp. 336/A.§-ának (2) bekezdése alapján csak akkor fordul meg, ha a felperes bizonyítja, hogy az alperes nem, vagy nem megfelelően tárta fel az ügyben a tényállást. A felperes nem vitatta, hogy a reklámjai az alperes által megállapított időpontokban és helyeken kerültek közzétételre, azok nagy része tényközlést is tartalmazott, amelyek miatt nem tekinthetők a kialakult joggyakorlat szerint figyelemfelkeltő reklámoknak. Ezzel összefüggésben a felperes nem hivatkozott egyetlen olyan tényállási elemre, amely valótlan lenne, a fellebbezésében sem jelölt meg olyan tényállási elemet, amelyet akár az alperes, akár az elsőfokú bíróság figyelmen kívül hagyott volna. Egyetértett a másodfokú bíróság az elsőfokú bíróság megállapításával, hogy a reklámok jellegéből, tartalmából és képi megjelenítéséből egyértelműen kikövetkeztethető, hogy a felperes a Yuki kampánnyal nemcsak saját internetes felhasználói körét célozta, hanem a nyereményjáték - egyéb elektronikus média - segítségével igénybe vett népszerűsítése okán - a már meglévő fogyasztói körét kívánta bővíteni. Helytálló volt az alperes és az elsőfokú bíróság azon következtetése is, hogy a saját felhasználói kör eléréséhez elegendő lett volna a felperes részéről a reklámoknak a saját internetes felületén való elérhetősége, hiszen a „vaterázás” speciális felhasználói kört (viszonylag zárt kört) feltételez, ehhez nem volt szükséges egyéb audio-vizuális környezet igénybevétele. A felperes egyébként a fellebbezésében is hivatkozott arra, hogy az internet Magyarországon még csak 50%-os arányú, ezért elkerülhetetlen, hogy egy reklámkampány során más médiumok, így az elektronikus médiák is felhasználásra kerüljenek. Ez a felperesi hivatkozás azonban a másodfokú bíróság álláspontja szerint kétséget kizáróan alátámasztja az elsőfokú ítélet megállapításait, amely szerint a felperes a reklámjaival a saját felhasználóin túl további - potenciálisan új - fogyasztókat is meg kívánt szólítani a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatával. A másodfokú bíróság a fentiek alapján egyetértett a jogsértés tekintetében azzal a végkövetkeztetéssel, hogy a felperes tisztességtelen kereskedelmi gyakorlata a vizsgált

kommunikációs csatornákkal összefüggésben bizonyított. A felperes felelőssége fennáll, hiszen a játékban való részvételre buzdítás révén közvetlenül érdekében állt a kereskedelmi gyakorlattal érintett szolgáltatás, azaz a vatera.hu oldalán létrejött ügyletek ösztönzése; a promóciós játékban való kedvezményes áron történő vásárlás lehetősége alkalmas volt arra, hogy a fogyasztókat az internetes oldal felkeresésére és a Yuki pontok megszerzése érdekében vásárlásra ösztönözze.

A hasonló tárgyú jogsértések elbírálása során hozott bírósági döntésekre figyelemmel a Fővárosi Törvényszék megjegyzeni kívánja, hogy ma már a kereskedelmi, szolgáltatói tevékenységet folytatók eredményességét jelentősen befolyásoló tényező a reklámozás, a lehetséges ügyfelek ezen figyelemfelkeltő hirdetések alapján szerezhetnek tudomást egyes termékekről, illetve szolgáltatásról. Amennyiben a reklámozó bármiféle tényközlésbe bocsátkozik - ahogyan az a perbeli esetben is megállapítható - akkor tájékoztatásának a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valóságos módon kell tartalmaznia. A reklámokat egyenként, önmagukban, az adott megjelenésben és tartalommal kell vizsgálni és értékelni. A különböző kommunikációs eszközök útján adott tájékoztatásoknak ezért önmagukban kell egyértelműnek és hitelesnek lenniük. A fogyasztók ugyanis bármennyire racionálisak és megfelelően tájékozottak, kellően figyelmesek és körültekintőek, sem a Tpv. t., sem az Fttv. alapján nem kötelesek kikutatni, hogy az adott reklámkampány során a reklámozó hányféle eszközzel és módon, milyen tartalommal közölt feljükk információt, ezen túlmenően az sem várható el az átlagfogyasztótól, hogy a különböző kommunikációs csatornákon összegyűjtött információkat egyenként és összességében értékeljék a hiteles tájékozódás érdekében. A vizsgált kereskedelmi gyakorlat megítélése során egyetértett a másodfokú bíróság az alperessel abban, hogy olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki ésszerűen tájékozottan, az adott helyzetben elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, és akitől nem azt kell elvárni, hogy ellenőrizze a kereskedelmi kommunikációkban szereplő információk helytállóságát vagy teljességét, s annak - esetlegesen általa nem is észlelhető - hiányosságai esetén további információkeresést folytasson.

A bíróságkiszabás körében az elsőfokú bíróság helytállóan állapította meg, hogy az alperes mérlegelése a Pp. 339/B.§-ában megfogalmazott követelményeket kielégíti, az eset összes körülményeire tekintettel az alperes által a felperessel szemben kiszabott bírság nem tekinthető túlzottnak vagy aránytalannak.

A bírság összegének meghatározásakor a törvényben meghatározott keretek között kell mérlegelni, ehhez a Tpv. t. 78.§-ának (1) bekezdése adja a jogi alapot és a bírság felső keretét. A határozatnak a Tpv. t. 78.§-ának (3) bekezdésében foglaltaknak kell megfelelnie. A bírságösszeg megállapításánál kiindulási alap a jogsértő kereskedelmi kommunikációk alkalmazásával felmerült ismert költségek, amelyek alapján egyértelműen megállapítható, hogy a bírságmaximumhoz képest kiszabott bírság összege a felperes esetében reális, az sem túlzottnak, sem aránytalannak nem tekinthető. A perbeli esetben az alperes a versenyjogi szabályozás céljának megfelelően vizsgálta a felperesi magatartást, és a megállapított jogsértés miatt sújtotta bírsággal a felperest.

Ezzel összefüggésben rámutat a másodfokú bíróság - amint azt már korábbi döntéseiben is kiemelte -, hogy a (büntetés-jellegű) bírság szankciót a ténylegesen elkövetett jogsértés súlyához, jellegéhez, valamint az adott ügyben feltárt enyhítő és súlyosító körülményekhez igazodóan, mérlegeléssel kell kiszabni, aminek főbb szempontjait - példalózó jelleggel - a

Tpvt. 78.§-ának (3) bekezdése határozza meg. Eszerint a bírság összegét az eset összes körülményeire tekintettel - így különösen a jogsérelem súlyára, a jogsértő állapot időtartamára, a jogsértéssel elért előnyre, a jogsértő felek piaci helyzetére, a magatartás felróhatóságára, az eljárást segítő együttműködő magatartására, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg. Az alperes is a Tpvt. 78.§-ának (3) bekezdése alapján köteles mérlegelni, ennek során figyelembe veheti a bírságszámítás körében kiadott Közleményét is, amely zsinórmértékként az egyes szempontok szerinti súlyozásban nyújt segítséget számára. Ezzel összefüggésben azonban hangsúlyozni kívánja a másodfokú bíróság, hogy a Közleményben foglaltakhoz a bíróság semmilyen formában nincs kötve, mivel a bírósági felülvizsgálat során jogszerűségi vizsgálatot végez, vagyis a törvénynek való megfelelésséget vizsgálja. A bírságkiszabást befolyásoló körülményeket nem általánosságban, nem elvontan, nem mechanikusan - a Közlemény szerinti számszaki adatok matematikai műveletekkel való kezelésével -, hanem a konkrét ügy tényeire vonatkoztatva kell értékelni és megindokolni. A bírságkiszabás körében a vonatkozó jogszabályi rendelkezések alapján a másodfokú bíróság megállapította, hogy az alperes a határozatában a Tpvt. 78.§-ában írtak helyes alkalmazásával járt el, határozata 66-67. pontjaiban felsorolta mindazokat a súlyosító és enyhítő körülményeket, amelyeket mérlegelése során - a 64. pontban foglalt Közleményére utalással - figyelembe vett, mérlegelésének okszerűsége határozatának indokolásából kitűnik.

A sikertelenül fellebbező felperes a Pp. 78.§-ának (1) bekezdése alapján köteles megfizetni az alperes másodfokú eljárásban felmerült költségeit és viselni a bírósági eljárásban alkalmazandó költségmentességről szóló 6/1986. (VI.26.) IM rendelet 13.§-ának (2) bekezdése alapján az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény 39.§-ának (3) bekezdése c) pontja és 46.§-ának (1) bekezdése szerinti mértékű fellebbezési illetéket.

Budapest, 2013. évi április hó 10. napján

Borsainé dr. Tóth Erzsébet sk. a tanács elnöke,  
dr. Bacsa Andrea sk. bíró

dr. Rác Krisztina sk. előadó bíró