



A Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság a Dr. Csere Ügyvédi Iroda (, ügyintéző ügyvéd: dr. Cs S Sz) által képviselt **SPAR Magyarország Kft.** (2060 Bicske, Spar út 0326/1.hrsz.) felperesnek, a dr. Számadó Tamás irodavezető által képviselt **Gazdasági Versenyhivatal** (1054 Budapest, Alkotmány utca 5., hivatkozási szám: Vj/09/2014.) alperes ellen versenyben ügyben hozott közigazgatási határozat felülvizsgálata iránt indított perében meghozta a következő

Ítéletet:

A bíróság a felperes keresetét elutasítja.

Kötelezi a felperest arra, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 50.000 (azaz ötvenezer) forint perköltséget, valamint az államnak - az illetékügyekben eljáró hatóság külön felhívására - 1.500.000 (azaz egymillió-ötszázezer) forint kereseti illetéket.

Az ítélet ellen a kézbesítéstől számított 15 nap alatt van helye fellebbezésnek, amelyet a Fővárosi Törvényszékhez címzetten, a jelen bíróságnál kell írásban 3 példányban benyújtani.

I n d o k o l á s

A felperes elsősorban napi- és tartós fogyasztási cikkek kiskereskedelmével foglalkozik, amelynek érdekében különböző akciókat (hűségakciós termékek) és egyéb árkedvezményeket biztosító marketing eszközöket alkalmaz. A vásárlásra történő ösztönzésének egyik eszköze a kuponos akció keretében biztosított árkedvezmény.

Az eljárás tárgyát képező kuponos akciót első alkalommal 2012.októberében hirdette meg a felperes. Akciója két lépésben valósult meg. Az első lépcső az 500 Ft-os kupon kiadása volt abban az esetben, ha a fogyasztó a felperes által meghatározott időszakokban 5.000 Ft feletti összegért vásárolt, és a további feltételek is teljesültek. A további feltételek teljesülése esetén a fogyasztó jogot szerzett arra, hogy 5.000 Ft-onként egy 500 Ft-os kupont kapjon. A második lépcső az 500 Ft kupon beváltása volt. A fogyasztó egy meghatározott későbbi időpontban történő vásárlása alkalmával – további feltételek teljesülése esetén – fizetésre felhasználhatott minden – a beváltás során – elköltött 5.000 Ft után egy 500 Ft-os kupont.

A fogyasztók azonban nem minden egyes 5.000 Ft értékű vásárlásuk után kaptak egy 500 Ft-os kupont, hanem (2014. február 13-ig) kizárólag 25.000 Ft-os vásárlásukig, mivel egy vásárlás alkalmával maximum 5 db kupon volt kiadható. 2014. január 9. előtt bizonyos termékek (dohánytermékek, hűségakciós termékek, csomagolatlan, ömlesztett termékek 3 kg, alapvető

élelmiszerek 1 kg feletti mennyiségben stb.) az 5.000 Ft feletti vásárlási érték meghatározásánál a kuponkiadás szempontjából nem voltak figyelembe vehetőek (20.pont); továbbá a kuponokat - meghatározott további feltételek teljesülése esetén - kizárólag a felperes SPAR és INTERSPAR üzleteiben bocsátották a vásárlók rendelkezésére; a SPAR market, SPAR partner és SPAR express üzletekben nem adtak ki kuponokat, és ezekben az üzletekben nem is voltak beválthatóak a kuponok.

A vizsgált időszakban a felperes többféle kommunikációs eszközön (kuponok, szóróanyagok, nyomtatott sajtó, B1-es plakát, wobbler, rádió, online kommunikáció) népszerűsítette az akciót.

Az alperes a versenyfelügyeleti eljárás eredményeként a 2014. december 10. napján meghozott Vj/09/2014. számú határozatával megállapította, hogy a felperes a „5.000 Ft vásárlás után 500 Ft visszajár” akciójának népszerűsítése során tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg, amikor 2012. októberétől 2014. februárjáig egyes kommunikációs eszközein - megtévesztette a fogyasztókat, amikor valótlanul tüntette fel, hogy minden elköltött 5.000 Ft után 500 Ft visszajár -, azt sugallta reklámjaival, hogy 5.000 Ft után jutnak a fogyasztók 500 Ft kedvezményhez, azonban összesen legalább 10.000 Ft értékű vásárlás volt szükséges az 500 Ft kedvezmény érvényesítéséhez, - nem vagy kevéssé észlelhetően, értelmezhetően tüntette fel az 500 Ft-os kupon kiadásának és beváltásának egyéb, a kupon felhasználhatóságát érintő feltételeit. Ezért az alperes 43.000.000,- Ft bírság megfizetésére kötelezte a felperest. Határozatának indokolásában hivatkozott a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3.§ (1) és (3) bekezdéseire, a 6.§ (1) bekezdés c) pontjára, és a 7.§ (1) bekezdésére. Megállapította, hogy a vizsgált valamennyi kereskedelmi kommunikációban szereplő központi üzenet kategorikus (minden) és teljeskörűséget sugalló állítás volt, amely alapján a fogyasztó biztonsággal bízhatott abban, hogy további megszorítás és egyéb feltétel nélkül minden 5.000 Ft értékű vásárlása után 500 Ft-ot visszkap (kupon formájában). A fogyasztók azonban nem minden egyes 5.000 Ft értékű vásárlás után kaptak egy 500 Ft-os kupont, hanem kizárólag 25.000 Ft-os vásárlásukig (2014. február 13-ig), mivel egy vásárlás alkalmával max. 5 db kupon volt kiadható. Megállapította az alperes azt is, hogy több termék a kiadási körből ki volt zárva 2014. január 9-ig, valamint a beváltásnak is több korlátozó (időre, helyre, termékkörre) feltétele volt, ami valótlanra tette a minden elköltött 5.000 Ft-ra vonatkozó állítást. Álláspontja szerint a beváltásnál már önmagában az teszi valótlanra a „minden elköltött” ígéretet, hogy a beváltás is feltételez egy újabb 5.000 Ft-os költséget, amelynek viszonylag szűk időbeli korlátai voltak. Az alperes arra is rámutatott, hogy a fogyasztó nem kapott minden 5.000 Ft feletti vásárlás esetén 500 Ft-ot vissza, mivel a beváltásnak és a kupon megszerzésének is számos feltétele volt, ezért a 10 %-os kedvezmény nem minden vásárlás esetében járt vissza a fogyasztóknak (143-144.pont). Utalt a „minden” kifejezés pozitív tartalma kapcsán arra is, hogy az ésszerűen eljáró fogyasztó nem feltételez megszorítást, és nem várható el tőle, hogy ezen állítást megkérdőjelezze és utána nézzen az esetleges korlátozásoknak. A vizsgált kereskedelmi gyakorlattal összefüggésben arra a megállapításra jutott, hogy a felperes az általa szervezett két lépcsőből álló akció feltételeit a kommunikációjában összemosta, így a fogyasztó számára bizonyos tekintetben (500 Ft kedvezmény 5.000 Ft-onként, minden elköltött 5.000 Ft után) valótlan, bizonyos tekintetben (kiadási és beváltási feltételek) pedig hiányos üzenetet közvetített az akció egyes jellemzőiről. Az alperes a jogsértés megállapítása mellett a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tpv.) 78. § (1) bekezdése alapján bírság kiszabását tartotta indokoltnak. A bírság összegét a Tpv. 78. § (3) bekezdésében, illetve a GVH Elnökének és a Versenytanács Elnökének 1/2007. számú közleményében (a továbbiakban: bírságközlemény) foglaltaknak megfelelően határozta meg. A jogsértő kereskedelmi gyakorlat ismert és releváns

költségeiből kiindulva az akciót népszerűsítő kommunikációs eszközök költségeit (kivéve a szóróanyagok, plakátok és a wobblerek összköltsége) vette bírságalapként figyelembe. Rögzítette a súlyosító és enyhítő körülményeket. Súlyosító körülményként, nagy súllyal vette figyelembe, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat több, mint egy éven át valósult meg, és a fogyasztók széles körét érintette a SPAR áruházakon kívül is. Mérsékeltébb súllyal értékelte, hogy bár 2014-ben módosította a felperes a kommunikációs gyakorlatát, de a domináns főszozlogent csak a versenytanács előzetes álláspontját követően, valamint, hogy az akciók tartása és újságok, szórólapok alkalmazása a felperes üzletpolitikájának szerves része, meghatározó eleme, és az ehhez kapcsolódó kommunikációs gyakorlaton az eljárás megindulását követően sem változtatott. Enyhítő körülményként nagy súllyal értékelte, hogy a felperes az előzetes álláspontot követően megváltoztatta (módosította) a kereskedelmi gyakorlatát, valamint együttműködését fejezte ki azzal, hogy kötelezettségvállalási nyilatkozatot tett, illetve segítette a tényállás feltárását. A kötelezettségvállalás mérlegelése során utalt arra, hogy a nyilatkozat nem éri el azt a szintet, amit a gyakorlat elvár a versenyfelügyeleti eljárás megszüntetését lehetővé tevő kötelezettségvállalásoktól.

A felperes a tárgyaláson pontosított keresetében elsődlegesen az alperes határozatának hatályon kívül helyezését és az alperes új eljárásra kötelezését, másodlagosan a határozat megváltoztatását és a bírság mérséklését kérte perköltség megállapítása mellett. Részletesen kifejtett álláspontja szerint az alperes tévesen állapította meg, hogy tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot valósított meg, amikor 2012. októberétől 2014. februárjáig egyes kommunikációs eszközein valótlánul tüntette fel, hogy minden elköltött 5.000 Ft után 500 Ft visszajár, mivel a „minden” szó használata csak 2013. szeptembertől került alkalmazásra, akkor sem minden kommunikációs anyagon. A „minden” szó használatára a főüzenetben, a vizsgált időszak esetében 4 alkalommal került sor, ezért tévesen vette az alperes figyelembe kiemelt súllyal a bírság kiszabása során. Hivatkozott arra, hogy a kommunikációs anyagok minden esetben egyértelműen jelölték, hogy 5.000 Ft feletti vásárlás esetén jár az 500 Ft árkedvezmény, vagyis a vásárlók megkapták a valós 10 %-os kedvezményt, amennyiben a kupon beváltották; ezzel kapcsolatban bejelentés vagy panasz nem érkezett. Más kuponakciókra is utalva kifejtette, hogy nem várható el, hogy korlátlan időtartamú akciókat hirdessen. A kupon minden kommunikációs anyagon (kivéve a rádióreklámot) szerepelt, éppen azért, hogy a fogyasztók tudják, nem azonnali kedvezményről van szó, az azokon szereplő tájékoztató olvasható volt minden kommunikációs anyagon, így azt nem a kupon kisbetűs részéről kellett leolvasni. Az 500 Ft visszajár a kupon beváltására vonatkozott, és ez igaz állítás, nem volt szükséges 10.000 Ft értékben vásárolni a kupon kedvezmény igénybe vételéhez. Vitatta, hogy nem vagy kevéssé észlelhetően tüntette fel a kupon kiadásának és beváltásának feltételeit, mivel azok - álláspontja szerint - a rádióreklám kivételével valamennyi kommunikációs eszközön szerepeltek részletesen, valamint a termékkörre vonatkozó korlátozás, illetve az 5.000 Ft vásárlási értékhatár is szerepelt. Utalt arra, hogy a határozat 186. pontjában lévő táblázat helytelenül tartalmazza a kupon kiadási időszakokat, a csomagolatlan és ömlesztett termékek mennyiségét, mivel ezek csak 3 kg felett képeztek kivételt, és kizárólag a 2013. novemberi időszakig; tévesen állapítja meg, hogy nem került feltüntetésre a vizsgált időszak kezdetétől a SPAR market üzletre vonatkozó megállapítás (2014. februárban nyílt meg az első), ezért ezen korlátozást nem lehetett korábban feltüntetni a feltételek között. Álláspontja szerint a reklám célja egy adott termék vagy szolgáltatás megvásárlására/ igénybevételére ösztönzés; a reklám headline (címsor), subheadline (alcímsor) és „call to action” (részvételi feltételek) részekből áll. A vizuális reklám a szöveg mellett képi elemeket, ábrákat is tartalmaz, így hatva a fogyasztóra. A betűtípusok variálása a monotonitás elkerülését célozza. Kifejtett érvei szerint fogalmilag kizárt és életszerűtlen elvárás, hogy a figyelemfelhívó reklám valamennyi eleme azonos módon (azonos képi hatás, betűméret és szín) kerüljön megjelenítésre, úgyszintén az is, hogy a főüzenet valamennyi részletet tartalmazzon.

Hivatkozott arra is, hogy az átlagfogyasztótól is elvárható, hogy a rendelkezésére bocsátott információt ugyanúgy elolvassa, mint a főüzenetet. Az írott anyagokon minden esetben szerepelt, hogy hol találhatóak a részletek, ezért semmilyen további erőfeszítést nem igényelt ezen információk megismerése, mindössze annyit kellett tennie a fogyasztónak, hogy megfordítja a kezében található szórólapot. Erre figyelemmel téves az alperes azon megállapítása, amely szerint a fogyasztóhoz nem jutott el az információ (126. és 127.pont). Ha nem értesülnek az információkról az a saját felróhatóságuknak tudható be. A franchise partnerek kapcsán arra hivatkozott, hogy azok korábban családi vállalkozások voltak, vásárlóik ismerik őket, és tudják, hogy a „kisközért”-ből lett Spar üzletekre más szabályok vonatkoznak, mint az áruházakra. Emiatt nem osztotta az alperes álláspontját, hogy ez ne lenne ismert a vásárlók részéről, illetve ennek az értelmezése nehézségekbe ütközne és magyarázatra szorulna. A kötelezettségvállalás tekintetében azzal érvelt, hogy csak az előzetes álláspontból derült ki számára, hogy mi a jogsértés, ezért csak ezt követően állt módjában a vállalását benyújtani. A bíróság körében kifogásolta, hogy az alperes nem adta indokát annak, hogy miért pont 43 millió forintot talált arányosnak, továbbá utalt arra is, hogy olyan időszakot is figyelembe vett a bírságszabás során, amelyek valótlanok vagy nem valósultak meg. Vitatta az alkalmazott mérlegelés szempontjait (nem teljes körű és nem kellően részletezett), az egyes enyhítő és súlyosító tényezőknek az alapbírság összegéhez mérten való értékelését és indokolását.

Az alperes ellenkérelmében a határozatában foglalt álláspontját fenntartva a kereset elutasítását, és perköltség megállapítását kérte.

A felperes keresete nem alapos.

A bíróság az alperesi határozatot a Tpvt. 83. § (1) bekezdése, valamint a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: Pp.) 324. § (2) bekezdés a) pontja alapján, a Pp. XX. fejezete szerinti eljárásban, a Pp. 339/A. §-a értelmében a meghozatalakor fennálló tények és alkalmazandó jogszabályok figyelembe vételével, a Pp. 213. § (1) bekezdése és 215. §-a szerint, a kereset és az ellenkérelem keretei között vizsgálta felül. A tényállást a Pp. 206. § (1) bekezdésére figyelemmel a rendelkezésre álló közigazgatási iratok, valamint a felek előadása alapján állapította meg.

Közigazgatási határozatok bírósági felülvizsgálata során a bíróság akkor helyezheti hatályon kívül (változtatja meg) a közigazgatási szerv határozatát, ha a határozathozatal idején anyagi jogszabálysértés, vagy az ügy érdemére kiható súlyos eljárási szabálysértés történt (Legfelsőbb Bíróság 1/2011. (V. 9.) KK. vélemény).

Az irányadó történeti tényállásból következően a bíróság álláspontja szerint az alperes a felperes magatartását helytálló indokok alapján minősítette az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontjára, és az Fttv. 7.§ (1) bekezdésében foglaltakra figyelemmel az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerinti jogsértésnek.

A felperes kereseti érvelésével összefüggésben mindenekelőtt kiemeli, hogy az alperes az eljárás alapjául szolgáló felperesi magatartásra vonatkozó történeti tényállást a szükséges körben (az irányadó anyagi jogszabályok által meghatározott törvényi tényállás keretein belül) felderítette, tisztázta, azt a beszerzett bizonyítékok okszerű, az ésszerűség és a logika követelményeinek megfelelő, egyenként és összességükben, súlyuknak megfelelő értékelésével az érintett ügyre vonatkozóan teljes körűen állapította meg, és indokolási kötelezettségének is – a szükséges körben – eleget tett. E minden tekintetben megalapozott történeti tényállást a bíróság is irányadónak tekintette.

A bíróság minden tekintetben osztotta alperes álláspontját a feltárt jogsértés vonatkozásában. E körben a bíróság arra mutat rá, hogy alperes határozatában a tényállást feltárta, azt a határozat pontjaihoz kapcsolódóan helytállóan rögzítette.

Az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat, míg az Fttv. 6. § (1) bekezdés c) pontja szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény - figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére - olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót az áru ára, illetve díja, az ár, illetve díj megállapításának módja, különleges árkedvezmény vagy árelőny megléte tekintetében és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas. Az Fttv. 7. § (1) bekezdése szerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely a) figyelembe véve valamennyi tényszerű körülményt, továbbá a kommunikáció eszközeinek korlátait, az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges, és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre, vagy nem nevezi meg az adott kereskedelmi gyakorlat kereskedelmi célját, amennyiben az a körülményekből nem derül ki, és b) ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalmas.

Az Fttv. 14. §-a alapján 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.

A Pp. 164.§-a alapján azt a felet terheli a bizonyítási kötelezettség, akinek érdekében áll, hogy az általa előadottakat a bíróság valónak fogadja el.

A felperes a perben nem vitatta ugyan a tényállás tisztázottságát, azonban hivatkozott arra, hogy az alperes tévesen állapította meg a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot, mivel határozatában nem tényszerűen jelölte meg a vizsgált időszakban a „minden” szó használatát a főüzenetben, és így tévesen vette figyelembe a bírság kiszabásakor is.

A bíróság álláspontja szerint a felperes által előadottak alapvetően nem cáfolták az alperes által vizsgált és jogsértőnek minősített kommunikációt, nevezetesen, hogy nem akkor, nem olyan tartalommal és módon kerültek közlésre, ahogyan azt az alperes a határozatában rögzítette. Az a felperesi kifogás e körben, hogy az adott esetben a perbeli magatartással összefüggésben, valamennyi kommunikációs eszközön megjelent tartalom vizsgálata körében a „minden” szó használata körében álláspontja szerint néhány hónapos eltérés van, az ügy érdemi lényegét tekintve nem bír relevanciával, és nem cáfolja a jogsértés lényegét, azt, hogy a felperes tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot folytatott.

A határozat rendelkező része a felperes érvelésével szemben nem azt állapította meg, hogy mindhárom magatartás a vizsgált időszakban mindvégig tapasztalható volt részéről, hanem pontokba szedve és egymástól elkülönítve azt tartalmazza, hogy a 2012. októbertől 2014. februárjáig tartó időszakban a három jogsértő magatartás valamelyikét (azaz legalább az egyiket) tanúsította a felperes. Ennek megfelelően tartalmazza a határozat 30. pontja a felperes kereskedelmi kommunikációinak központi üzenetét, táblázatos formában feltüntetve az alperes által vizsgált kommunikációs eszközt, a főüzenetet (a „minden” szó kezdőnapjának feltüntetésével) és az ahhoz

rendelt apró betűs kereskedelmi kommunikációt.

Az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint 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.

Az idézett jogszabályhelyekkel összefüggésben kiemeli a bíróság, hogy a felperes kereskedelmi gyakorlatával szemben támasztott egyik fő versenyjogi követelmény az, hogy legyen igaz, valós és pontos, és ezáltal ne legyen alkalmas a fogyasztói döntések tisztességtelen befolyásolására. Így jogilag tilalmazott, hogy a felperesi kommunikáció akár a termék, illetve szolgáltatás valamely lényeges tulajdonsága, a tájékozott ügyleti döntéshez szükséges és ezért jelentős információ kapcsán olyan hamis képet adjon a fogyasztó számára, amely őt megtévesztheti: vagyis objektíve alkalmas arra, hogy tévedésbe ejtse vagy tévedésben tartsa.

A vállalkozásoknak elől kell járnia a fogyasztók igaz, valóságnak megfelelő, pontos, tisztességes tájékoztatásában. Kétségtelen, hogy a fogyasztótól is elvárható, hogy döntése során haszonmaximalizálásra törekedjék, és ennek érdekében ésszerű mértékű információkeresést folytasson. előtt. Ugyanakkor ez nem jelentheti a tájékozódás kötelezettségének áthárítását a fogyasztóra.

A perbeli esetben a felperes kereskedelmi kommunikációjának központi üzenete valamennyi nyomtatott és online kommunikációs eszközön domináns módon jelent meg, azt ígérve a vásárlóknak, hogy 5.000 Ft vásárlás után 500 Ft visszajár.

Kiemeli a bíróság, hogy különösen a reklám formájában megjelenő kommunikációtól kétségtelenül nem várható el teljes körű termékleírás, bizonyos információk kiemelése – a terjedelmi korlátokra figyelemmel – szükségszerű. A felperes arról szabadon dönt, hogy reklámjában megjeleníti-e terméke valamely lényeges tulajdonságát, és ha igen, melyiket – azonban ha egy tájékoztatás a figyelemfelhíváson túl ilyen lényeges tulajdonságot mutat be, akkor azt ebben a körben teljes körűen kell tennie. Vagyis ha bármiféle tényközlésbe belebocsátkozik, akkor a kommunikációnak a fogyasztói döntést megalapozó lényeges információkat valósághű módon kell tartalmaznia. Ilyenkor elsődlegesen a felperesé a felelősség, hogy a közlés adott terjedelmi korlátai között meghatározza az átlagfogyasztó számára a tájékozott fogyasztói döntés meghozatalához elengedhetetlenül szükséges minimális információk körét.

A felperes az apró betűs tájékoztatásában nem pontosította a reklámállítás főüzenetének helyes értelmezését, hanem lényegében módosította annak tartalmát. Az, hogy a kuponon szereplő tájékoztatás olvasható volt minden kommunikációs anyagon, nem releváns hivatkozás részéről, miután valamennyi kommunikációs eszközön a főüzenettől elválasztva, apróbetűs megoldással jelentek meg a lényeges feltételek. Egyetértett a bíróság az alperessel, hogy nem lehet a reklám főüzenet mondanivalóját az apró betűs részekkel oly mértékben megváltoztatni, hogy az gyakorlatilag, mint kiegészítő információ a főüzenet tartalmát, azaz a promóciós szlogent lényegében kiüresítse. E körben a bíróság megjegyzi, hogy az alperesi határozat 185. pontja utal arra is, hogy a rádióreklám, a beltéri plakát és a wobblerek nem észlelhetően, illetve nem értelmezhetően tájékoztatták a fogyasztókat az akció korlátairól, továbbá a 186. pontban foglalt táblázat pedig ezeken túl azokat az eseteket tartalmazza, amikor egyáltalán nem volt kiegészítő információ korlátokról.

A perbeli esetben a vizsgált főüzenet a fogyasztók megtévesztésére objektíve azért volt alkalmas, mert a két lépcsőből álló kuponakció feltételeit a felperes a kommunikációjában összemosta, így a fogyasztó számára egyrészt valótlan (500 Ft kedvezmény 5.000 Ft-onként, minden elköltött 5.000 Ft után), másrészt pedig hiányos üzenetet (kupon kiadási és beváltási feltételek) közvetített az akció egyes jellemzőiről. Ezen valótlan, illetve hiányos információk kellő alapot biztosítottak ahhoz, hogy az átlagfogyasztóban téves képzetek alakuljanak ki az „5.000 Ft vásárlás után 500 Ft visszajár” akcióval összefüggésben.

Az információról való értesülés hiánya erre figyelemmel nem a fogyasztó felróhatóságának tudható be, hanem annak az eredménye, hogy a felperes a szétválasztotta a reklám lényeges feltételeit, és a főüzenetet módosító kiegészítő feltételeket észlelhetetlenné tette.

Nem fogadta el a bíróság a felperes azon állítását, hogy nem volt szükséges 10.000 Ft értékben vásárolni az 500 Ft-os kupon igénybevételéhez, mivel ténylegesen a felperes az általa meghatározott feltételekkel a kedvezmény igénybe vételéhez ezt kívánta meg. A gyakorlatban a fogyasztónak ahhoz, hogy igénybe vehesse a kedvezményt, a már fentebb is hivatkoztak szerint előbb legalább 5.000 Ft összegben kellett vásárolnia, majd a kézhez kapott kupon birtokában újabb 5.000 Ft elköltése után volt lehetősége a kupon beváltására. Ténylegesen tehát a vásárlónak összesen 10.000 Ft-ot kellett elköltenie ahhoz, hogy a kuponkedvezményt érvényesíteni tudja.

Vitatta a bíróság a figyelemfelhívó reklámmal összefüggésben előadott felperesi érvelést is a már e körben kialakult bírói gyakorlat alapján, amely szerint a felperesi reklámok egyértelműen nem minősültek annak, miután a tényleges üzenet tartalma meghaladta a tájékoztatás azon mértékét, ami a figyelemfelhívó reklám sajátja.

A franchise partnerekkel kapcsolatos felperesi kifogások kapcsán nem fogadta el a bíróság a felperes érveit, mivel ténylegesen nem alátámasztható az az állítása, hogy az ún. „kisközért”-ek vásárlói tudnak, hogy ezen üzletekre más szabályok vonatkoznak, mint a többi SPAR üzletre. A bíróság megítélése szerint az ésszerűen eljáró fogyasztótól nem várható el, hogy az egyes akciók hirdetése során tudatosan különbséget tegyen az ugyanazon márkanévű üzletláncához tartozó, de különböző elnevezésű boltok között.

Mindezek alapján a felperes sem a közigazgatási eljárásban, sem a bírói felülvizsgálat során, a Pp. 164. §-ában foglalt kötelezettsége ellenére sem tudta bizonyítani, hogy a kuponakcióra vonatkozó állításai megfelelnek a hiteles, pontos és valós tájékoztatás követelményének, úgyszintén azt sem tudta igazolni, hogy a reklámozás időpontjában az általa nyújtott tájékoztatási gyakorlat alkalmas volt arra, hogy a fogyasztók megtévesztése ne valósuljon meg. Az alperes a fogyasztóknak adott, nem megfelelő, félrevezető tájékoztatást együttesen értékelte versenyjogsértőnek. A bíróság utalni kíván arra is, hogy a jogsértés megállapításához nem volt szükséges az, hogy a tájékoztatás ténylegesen megtévesztesse a fogyasztókat, a fentiek szerint e körben elegendő volt az erre való alkalmasság is.

Miután a jogszabály alapján az alkalmasság is elegendő a jogsértés megállapíthatóságához, irreleváns az a felperesi érvelés, hogy az adott tájékoztatással kapcsolatban nem kapott fogyasztói bejelentést, illetve panaszt.

A felperes keresetében vitatta az alperes bíróság kiszabásának indokát, összegét, és ezzel összefüggésben az alperes mérlegelésének szempontjait.

A bíróság a hasonló tárgyú perek elbírálása során hozott döntésekre figyelemmel előjáróban kiemeli, 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 - példálózó jelleggel - a Tpv. 78. § (3) bekezdése határozza meg. Eszerint a bírság összegét az eset összes körülményére - 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 magatartásra, a törvénybe ütköző magatartás ismételt tanúsítására - tekintettel kell meghatározni. A jogsérelem súlyát különösen a gazdasági verseny veszélyeztetettségének foka, a fogyasztók, üzletfelek érdekei sérelmének köre, kiterjedtsége alapozhatja meg.

Az alperes a Tpv. 78. § (3) bekezdése alapján köteles mérlegelni, döntése során alapvetően a törvényeknek alárendelt, azonban saját joggyakorlata érdekében figyelembe veheti a bírságszámítás körében kiadott közleményét is, amely az egyes szempontok szerinti súlyozásban segítséget nyújt számára. A bírságközleményben foglaltak azonban nem mentesítik az alperest azon törvényi kötelezettsége alól, hogy adott határozatát konkrétan, az ügy egyedi sajátosságainak figyelembevételével a törvényeknek megfelelően indokolja.

A bíróság jogszerűségi felülvizsgálatot végez, azaz a Tpv. és a Pp. 339/B. § szerint kellett értékelnie a felperes terhére rótt jogsértés miatt alkalmazott jogkövetkezményt, és ennek megfelelően kellett vizsgálnia a mérlegelési jogkörben hozott határozati rész jogszerűségét. Így azt, hogy a közigazgatási szerv a tényállást kellő mértékben feltárta-e, az eljárási szabályokat betartotta-e, a mérlegelés - Tpv. 78. § (3) bekezdése szerinti - szempontjai megállapíthatóak-e, és a határozat indokolásából a bizonyítékok jogszabály szerinti mérlegelésének okszerűsége kitűnik-e.

A bíróság álláspontja szerint a bírság kiszabása a versenyhatóság részéről indokolt volt, különös tekintettel a felperes felelősségére, mivel az akcióval kapcsolatos kommunikáció egyértelműen a gazdasági érdekét szolgálta. A bíróság álláspontja szerint az alperes helyesen vette figyelembe a konkrét ügyben megállapított súlyosító és enyhítő körülményeket, azokat súlyuk szerint okszerűen mérlegelte, és ennek indokairól a határozatában a szükséges körben számot adott. A határozatában rögzítette a bírság kiszabásánál a kiindulási alapot, továbbá azt, hogy milyen enyhítő és súlyosító körülményeket vett figyelembe. Arra is kitért a határozat, hogy nem ismert minden jogsértő kommunikációs eszköz releváns költsége, illetve arra is, hogy nem minden eszköz valósított meg jogsértést.

A Pp. 339/B §-a szerint a mérlegelési jogkörben hozott közigazgatási határozat akkor tekintendő jogszerűnek, ha a közigazgatási szerv a tényállást kellő mértékben feltárta, az eljárási szabályokat betartotta, a mérlegelés szempontjai megállapíthatóak, és a határozat indokolásából a bizonyítékok mérlegelésének okszerűsége kitűnik.

A bíróság példálózva kiemeli, hogy a jogsértő kereskedelmi gyakorlat megítélése körében nagy súllyal kellett értékelni azt, hogy a gyakorlat több, mint egy éven át elhúzódott, úgyszintén azt is, hogy a fogyasztók széles körét érte el a felperes tisztességtelen magatartása.

A bírság megállapításával kapcsolatban a felperes nem bizonyította, hogy az alperes a Pp. 339/B§ rendelkezését megsértve határozta volna meg a bírság összegét. Az eset összes körülményére, így a felperes gazdasági helyzetére és nettó árbevételére, valamint a jogsértő magatartás kiterjedtségére tekintettel a bíróság úgy ítélte meg, hogy a felperessel szemben kiszabott, a törvényi határt messze

el nem érő bírság mértéke nem eltúlzott, nem aránytalan, az a törvény speciális és generális céljaival összhangban álló, illetve azok eléréséhez szükséges és elégséges, ezért erre tekintettel nem látott lehetőséget sem a határozat megváltoztatására, sem a bírság összegének mérséklésére.

Figyelemmel arra, hogy a kiszabott bírság összegét az alperes mérlegeléssel állapította meg a törvényi rendelkezés figyelembevételével, ezért annak összege annak ellenére arányosnak tekinthető, hogy az egyes enyhítő és súlyosító körülményeket az alperes konkrétan nem számszerűsítette. Ahogyan arra az alperes is helyesen hivatkozott, sem az alperes, sem a bíróság számszaki adatokkal matematikai műveleteket nem végez; a jogszerűségi felülvizsgálat keretében a bíróságnak ez nem is feladata, felülvizsgálata csupán annak megállapításában merül ki, hogy azt vizsgálja, hogy a versenyhatóság a bírságkiszabást befolyásoló körülményeket helyesen vette-e számba, azokat súlyuknak megfelelően értékelte-e, és a mérlegelésének szempontjai a határozatból megállapíthatók-e.

A kötelezettségvállalásra vonatkozó alperesi álláspontot a határozat kimerítő részletességgel tartalmazza. E tekintetben is a versenyhatóság mérlegelni köteles, amelynek az alperes eleget is tett, és a kialakított álláspontját indokolta is. A határozat 199-210. pontjai tartalmazzák, hogy miként értékelte a felperes kötelezettségvállalást, enyhítő körülményként is értékelve azt, hogy a felperes megváltoztatta a gyakorlatát.

A bíróság a kereseti kérelemhez kötöttség elvére is figyelemmel azt állapította meg, hogy az alperes határozata a jogszabálynak megfelelt és megalapozott, ezért a felperes keresetét elutasította a Pp.339.§ (1) bekezdése alapján.

A bíróság felperest a 6/1986.(VI.26.) IM sz. rendelet 13.§ (2) bekezdése alapján kötelezte a tárgyi illetékfeljegyzési jog folytán le nem rótt kereseti illeték megfizetésére. A kereseti illeték mértékét az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény (Itv.) 43.§ (3) bekezdésben foglaltak alapján a 39-42.§-ok szerint állapította meg a bírságösszeg figyelembevételével.

A perköltségre vonatkozó rendelkezés a Pp.78.§.(1) bekezdésén alapul; ennek összegét a bíróság a Pp.67.§-ára figyelemmel a bírósági eljárásban megállapítható ügyvédi költségekről szóló 32/2003. (VIII. 22.) IM rendelet 3. §. (1) bekezdése szerint állapította meg, figyelemmel az alperes nyilatkozatára, valamint az általa kifejtett munkára.

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

Budapest, 2015. év május hó 19. napján

dr. Rác Krisztina s.k.
bíró