



A Kúria
mint felülvizsgálati bíróság
í t é l e t e

Az ügy száma: K.fv.III.37.645/2018/8.

A tanács tagjai: Dr. Sperka Kálmán a tanács elnöke, Dr. Vitál-Eigner Beáta előadó bíró, Dr. Sugár Tamás bíró

A felperes: Autocentrum AAA AUTO Gépjármű-kereskedelmi és Szolgáltató Kft. (2151 Fót, Fehérkő utca 1.)

A felperes képviselője: Ügyvédi Iroda (
ügyvéd:)

Az alperes: Gazdasági Versenyhivatal (1054 Budapest, Alkotmány u. 5.)

Az alperes képviselője: Dr. Ay Zoltán Nándor kamarai jogtanácsos

A per tárgya: versenyügyben hozott közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata

A felülvizsgálati kérelmet benyújtó fél: a felperes

Az elsőfokú bíróság neve, határozatának keite és száma: Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bíróság 2016. szeptember 16-án kelt 14.K.30.567/2016/10. számú ítélete

A másodfokú bíróság neve, határozatának keite és száma: Fővárosi Törvényszék 2018. január 10-én kelt 1.Kf.650.159/2016/10. számú ítélete

Rendelkező rész

A Kúria a Fővárosi Törvényszék 1.Kf.650.159/2016/10. számú ítéletét hatályában fenntartja. Kötelezi a felperest, hogy 15 napon belül fizessen meg az alperesnek 500.000.- (ötszázezer) forint felülvizsgálati eljárási költséget.

Kötelezi a felperest, hogy fizessen meg az államnak felhívásra 1.500.000.- (egymillió-ötszázezer) forint felülvizsgálati eljárási illetéket.

Az ítélet ellen felülvizsgálatnak nincs helye.

Indokolás

A felülvizsgálat alapjául szolgáló tényállás

- [1] Az alperes a 2015. december 9. napján hozott VJ/016-42/2015. (betekinthető) és VJ/016-44/2015. (nem betekinthető) számú határozatában megállapította, hogy a felperes 2014. május 15-től egyes kommunikációs eszközein megtévesztette a fogyasztókat azon állításokkal, hogy ő „a legnagyobb használatautó-kereskedő Közép-Kelet Európában”, „Magyarország legnagyobb használatautó-kereskedése, ahol az érdeklődő egy helyen a legtöbb autó közül választhat”, „indokolás nélkül, illetve kérdések nélkül 7 napos cserejogot biztosít a használt

Kfv.III.37.645/2018/8.

autókra”. Emiatt megtiltotta a jogsértő magatartás folytatását, továbbá 15.000.000.- forint bírságot szabott ki a felperessel szemben.

- [2] Indokolásában a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (a továbbiakban: Tptv.) 19. § c) pontja alapján alkalmazandó, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) 3. § (1) bekezdésére, 6. § (1) bekezdés b), g) és i) pontjaira, 7. § (1) bekezdés a) és b) pontjaira, 9. § (1) és (2) bekezdéseire, 14. §-ára, valamint a Tptv. 78. § (1) és (3) bekezdésére, továbbá a Gazdasági Versenyhivatal Elnökének és a Versenytanács Elnökének 2/2015. számú, a bírság mértékének meghatározásával kapcsolatban kialakult versenytanácsi gyakorlatot rögzítő közleményre (a továbbiakban: Bírságközlemény) hivatkozott.
- [3] Érvelése szerint a „Használatautó piac a Közép- és Kelet európai országokban” elnevezésű piackutatás (a továbbiakban: Piackutatás), az Ernst & Young tanulmánya (a továbbiakban: Tanulmány), a cégcsoport 2014. évi hitelesített beszámolója (a továbbiakban: Beszámoló), valamint az International Car Distribution Programme (a továbbiakban: ICDP) 2013. évi felmérésén alapuló 2014. szeptemberében publikált lista, valamint a www.hasznaltauto.hu honlap adatbázisából összeállított kimutatás a felperes piacelsőségi állításait nem igazolják az Fttv. 14. §-ában meghatározott módon. Ezek ugyanis nem utalnak arra, hogy a kifogásolt reklámok egy cégcsoportra és nem a kereskedelmi kommunikációban megjelenő magyarországi székhelyű és telephelyű felperesi vállalkozásra vonatkoznak. A 2015. februári adatokból nem lehet általános következtetést levonni arra nézve, hogy 2014. május 15-től a felperes rendelkezett a legtöbb használat autót magában foglaló készlettel a főtí telephelyén. A valótlan információt tartalmazó kereskedelmi gyakorlat megteveszthette a fogyasztókat, alkalmasak voltak a fogyasztók ügyleti döntésének befolyásolására.
- [4] A bírság összegének megállapításakor a jogsértő állításokat tartalmazó kereskedelmi gyakorlat költségéből indult ki, bemutatta az általa kiemelt mértékű súlyosító, illetve a közepes mértékű enyhítő körülményeket.

A kereseti kérelem

- [5] A felperes eljárási- és anyagi jogi jogszabálysértésekre hivatkozással keresetet terjesztett elő a jogerős határozat felülvizsgálata iránt; elsődlegesen a határozat hatályon kívül helyezését és az alperes új eljárásra kötelezését, másodlagosan a határozat megváltoztatásával a bírság mérséklését kérte.

Az elsőfokú ítélet

- [6] Az elsőfokú bíróság ítéletével a keresetet elutasította.
- [7] Indokolásában leszögezte, hogy a felperes keresetében nem támadta az „indokolás nélküli, illetve kérdések nélkül 7 napos cserejogot biztosít a használat autókra” reklámmal kapcsolatos megállapításokat, így az nem volt a per tárgya.
- [8] Megítélése szerint a kereskedelmi kommunikációk a felperesre utalnak, az üzenetek azonban nem tartalmaznak arra vonatkozó adatot, hogy az nem a magyarországi illetőségű felperesre, hanem a nemzetközi cégcsoportra vonatkozik. A piacelsőségi állítás a fogyasztó számára azt jelentette, hogy a felperes az, aki Közép-Kelet Európában a legnagyobb használt autó kereskedő.
- [9] Az Fttv. 14. §-ára és 6. § (1) bekezdés g) pontjára utalással irrelevánsnak tartotta a felperes által becsatolt Piackutatást, Tanulmányt, Beszámolót, ICDP listát, mivel azok az AAA Autó csoportra nézve tartalmaznak adatokat. A becsatolt sajtócikkeknek sincs jelentősége, mivel azok nem tartalmaznak konkrét, a felperes piacelsőségére vonatkozó – adatgyűjtéssel, számításokkal és összehasonlító elemzéssel alátámasztott – olyan adatokat, amelyek az állítások valóságtartalmát igazolnák.

Kfv.III.37.645/2018/8.

- [10] Nem az a kérdés, hogy a felperes szándéka milyen tartalom közvetítésére irányult, hanem az, hogy a kommunikáció alapján az észszerűen eljáró átlagos fogyasztóhoz milyen üzenet jutott vagy juthatott el.
- [11] Megjegyezte, hogy amennyiben a kommunikáció a cégcsoportra vonatkozott volna is, a becsatolt dokumentumok akkor sem lennének alkalmasak az állítás igazolására, mert a Piackutatás 2014. szeptemberében, vagyis a kereskedelmi kommunikáció megkezdését követően készült. Ezen kívül nem ismert a felmérés ideje, az érintett időszakok, sem a módszertana, továbbá az nem tartalmaz eredményt vagy megállapítást arra vonatkozóan, hogy a felperes vagy a vállalkozáscsoport lenne Közép-Kelet Európa legnagyobb használatautó-kereskedője.
- [12] Az ICDP lista, illetve a Beszámoló ugyancsak nem alkalmas az állítások alátámasztására; nem azonosak az időszakok, a releváns földrajzi piacok, de még a termékpiacok, a kereskedelmi tevékenység sem.
- [13] A „Magyarország legnagyobb használatautó-kereskedése, ahol az érdeklődő egy helyen a legtöbb autó közül választhat” üzenet alperes által történt két részre választásával és külön-külön történő értékelésével összefüggésben az Fttv. 6. §-ára utalással leszögezte, hogy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat megállapításához elegendő annak bizonyítása, hogy az adott reklámüzenet alkalmas volt a fogyasztók megtévesztésére.
- [14] Az Fttv. 4. § (1) bekezdésében foglaltakra figyelemmel az átlagfogyasztó magatartásából kell kiindulni, a szavak hétköznapi, általánosan elfogadott jelentése alapján.
- [15] E reklámüzenettel kapcsolatban ugyancsak nem tartotta alkalmasnak a becsatolt dokumentumokat az állítás alátámasztására.
- [16] A bírságkiszabásra vonatkozó határozati rendelkezést sem találta jogsértőnek; a felperes nem mutatott be olyan számítást, amely igazolta volna ugyanazon reklámköltség kétszeres figyelembevételét.

A fellebbezés

- [17] A felperes fellebbezésében – a korábbi előadásait megismételve- elsődlegesen az ítélet keresete szerinti megváltoztatását, másodlagosan az ítélet hatályon kívül helyezését és az elsőfokú bíróságnak a per újabb tárgyalására és újabb határozat hozatalára való utasítását kérte.

A másodfokú ítélet

- [18] A Fővárosi Törvényszék jogerős ítéletével az elsőfokú ítéletet helybenhagyta.
- [19] Indokolása szerint az elsőfokú bíróság a polgári perrendtartásról szóló 1952. évi III. törvény (a továbbiakban: 1952-es Pp.) 206. §-ában foglaltaknak megfelelően értékelte a rendelkezésre álló peradatokat és bizonyítékokat, a jogvita eldöntéséhez szükséges tényállást feltárta, a jogszabályi rendelkezéseknek megfelelően, helytálló jogi következtetést vont le a felperesi kommunikációról. Döntésével és annak megalapozott, minden kereseti érvelésre kiterjedő indokolásával – azok megisméltése nélkül – egyetértett.
- [20] Kiemelte, hogy a 7 napos cserejog biztosítására vonatkozó megállapításokkal, továbbá a bírságkiszabás körében a felróhatósággal, a hosszabb ideig folytatott kereskedelmi gyakorlattal és az enyhítő körülmények figyelmen kívül hagyásával összefüggő felperesi érveket a másodfokú eljárásban nem lehetett vizsgálni, mert azokra a felperes a keresetében nem hivatkozott.
- [21] Hangsúlyozta, hogy az ügyleti döntést a felperes tévesen azonosította a gépjármű megvásárlásával és hivatkozott e körben egy tudatosabban eljáró, tájékozott fogyasztói csoportra. A fogyasztói döntés meghozatala egy folyamat, amelynek nemcsak az egészét és ezáltal a szerződés megkötésének aktusát, azaz a gépjármű adásvételét, hanem annak egyes szakaszait is védi a jog.

Kfv.III.37.645/2018/8.

- [22] A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen magatartások tilalmának már a figyelemfelkeltéskor is érvényesülnie kell, hiszen ennek hatására azonosíthat és kereshet fel a fogyasztó olyan gépjármű-kereskedést, amely eddig nem szerepelt a lehetséges megoldások között, illetve módosíthat a preferenciáin.
- [23] A törvényi követelmények tekintetében közömbös, hogy a kommunikáció nagy értékű, hosszabb használatra szánt árura, vagy mindennapos használati tárgyra vonatkozik-e. A felperes figyelmen kívül hagyta, hogy a kommunikáció nem csak a vásárlókhhoz, hanem az eladókhoz is szólt, továbbá, hogy az ügyleti döntés nem az autóvásárlás, hanem a kereskedés/honlap felkeresése.
- [24] A piacelsőségi állítások kétséget kizáróan alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztó figyelmét felkeltsék, döntését befolyásolják, az állításokat pedig egy átlagosnál tájékozottabb fogyasztó sem tudta kiegészíteni vagy helyesbíteni, annak pontos ellenőrzéséhez ugyanis az átlagos tájékozottságon túlmutató ismeretek, a fogyasztótól el nem várható további utánajárás, kutakodás szükséges.
- [25] Az elsőfokú ítélet meghatározott részeire utalással iratellenesnek tartotta azt a fellebbezési állítást, miszerint az elsőfokú bíróság nem indokolta meg, hogy a becsatolt bizonyítékok miért nem alkalmasak a reklámállítások alátámasztására. Figyelemmel arra, hogy a felperes nem igazolta – mivel álláspontja szerint nem is állította – hogy a legnagyobb használatautó-kereskedő lenne Közép-Kelet Európában, a kereskedelmi gyakorlata jogszerűtlennek, a szakmai gondosság követelményével ellentétesnek minősül. A „Magyarország legnagyobb használat autó-kereskedése, ahol egy helyen a legtöbb autó közül lehet válogatni” üzenet kapcsán pedig szintén részletesen elemezte az alperes általi értékelést, a fogyasztóhoz eljutó kettős központi jelentést, és helyesen mutatott rá arra, hogy a felperesi igazolási kötelezettség a fogyasztóhoz eljutó üzenet tartalmára vonatkozik, e követelményeknek azonban a benyújtott dokumentumok nem felelnek meg.
- [26] Megítélése szerint az, hogy a közlések alkalmasak voltak-e a fogyasztók megtévesztésére, jogkérdésnek minősül, amelyre tekintettel a felperes másodfokú eljárásban előterjesztett bizonyítási indítványát mellőzte. Megjegyezte, hogy amennyiben az esetleges fogyasztói vélemények a negatív tapasztalatok teljes hiányát tükröznék is, az sem vezethetne arra a következtetésre, hogy a felperes teljes egészében teljesítette a jogszabályban előírt kötelezettségeit.
- [27] A bírságkiszabás körében rögzítette, hogy a felperes állította a reklámköltség kétszeres figyelembevételét, ugyanakkor figyelmen kívül hagyta, hogy az alperes a jogsértő kereskedelmi gyakorlat költségéből indult ki. Ezért azoknál a reklámoknál, ahol mindkét állítás megjelent, a reklámköltség nem duplikálódott, hiszen annak egy költségvonzata van.
- [28] Végül a felperes által kiemelten hivatkozott kúriai ítélettel összefüggésben rámutatott arra, hogy a versenyfelügyeleti eljárás valóban speciális, büntetőjogias jellegű közigazgatási eljárás, de más a bizonyítási mérce egy kartell-, és más egy fogyasztóvédelmi ügyben. Következik ez abból is, hogy a valós és pontos kommunikáció bizonyítási kötelezettségét az ilyen ügyekben a jogalkotó a kereskedelmi gyakorlatot folytatóra terhelte. A felperes a közigazgatási eljárásban lehetőséget kapott a kereskedelmi gyakorlatának, reklámüzeneteinek valós voltának bizonyítására, ennek azonban nem tett eleget.
- [29] Összegző ítélete szerint az elsőfokú bíróság a határozatnak mind a tényállás feltárására, mind a jogi értékelésére vonatkozó megállapításait a kereseti kérelem és az ellenkérelem korlátai között felülvizsgálta, döntése a perrendi követelményeknek maradéktalanul megfelelt. A felperes nem tudott megjelölni olyan iratot, amelynek tartalmát az elsőfokú bíróság iratellenesen rögzítette volna, mint ahogy olyat sem, amely a bizonyítékok kirívóan okszerűtlen értékelését jelentette volna, továbbá e bizonyítékok értékelésére okszerűbb magyarázatot sem tudott adni.

A felülvizsgálati kérelem és az ellenkérelem

- [30] A felperes felülvizsgálati kérelmében a jogerős ítélet és az elsőfokú ítélet hatályon kívül helyezését, elsődlegesen a kereseti kérelmének megfelelő határozat meghozatalát, másodlagosan az első vagy másodfokon eljáró bíróság új eljárásra és új határozat hozatalára való utasítását kérte. Állította, hogy a jogerős ítélet sérti az 1952-es Pp. 177. § (1), 206. § (1), 221. § (1), 235. § (1), 336/A. § (2) bekezdését és 339/B. §-át, továbbá az Fttv. 3. § (1), 6. § (1) bekezdés g) és i) pontjaiba, a Tptv. 76. § (1) és 78. § (1) és (3) bekezdéseibe is ütközik.
- [31] Előadta, hogy a másodfokú bíróság jogsértő módon tagadta meg az igazságügyi szakértő kirendelését, mert fel kellett volna tárni a kereskedelmi kommunikáció fogyasztói döntésekre gyakorolt hatását. Indítványával az elsőfokú ítélet jogszabálysértő voltát akarta alátámasztani. A szakértő kirendelése ugyanis elengedhetetlen olyan esetekben, amelyekben egy jogkérdés eldöntéséhez bizonyos szakértői kompetenciába tartozó ténymegállapítások szükségesek.
- [32] E mellett a jogerős ítélet a bizonyítási mérce és a bizonyítási kötelezettséggel kapcsolatban részletes indokolást nem tartalmaz, ugyanakkor kirívóan okszerűtlenül értékelte a rendelkezésre álló bizonyítékokat, különösen az általa becsatolt dokumentumokat. Az európai uniós és a magyar bírósági, illetve alkotmánybírósági gyakorlatra utalással hangsúlyozta, hogy nem került bemutatásra olyan empirikus bizonyíték, amelyek kétséget kizáróan alátámasztották volna, hogy az általa alkalmazott szlogenek jogsértők lennének. Az alperes kötelezettsége az általa megállapított jogsértés bizonyítása, kétely esetén a bizonyítékot a javára kell értékelni. Erre figyelemmel a jogerős ítélet indokolása is hiányos.
- [33] Az anyagi jogszabálysértések körében állította, hogy a jogerős ítélet kirívóan okszerűtlenül bizonyíték értékeléssel és jogszabálysértő módon határozta meg, hogy az Fttv.-be ütköző magatartást tanúsított. A határozatban kifogásolt négy állítással kapcsolatban együttesen előadta, hogy a reklámok nem készítették a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára, amelyet az adott kommunikációs állítás hiányában nem hozott volna meg. Az európai uniós és a magyar joggyakorlat szerint sem minősíthetők a szlogenek olyanoknak, mint amelyek egy gépjármű vásárlásnál olyan ügyleti döntés meghozatalára készítették a fogyasztót, amelyet egyébként – az adott szlogen megismerésének hiányában – nem hozott volna meg. A bizonyítás azért lett volna különösen fontos, mert a szlogenek általánosságban fogalmazták meg, akkor is csak néhány jellemzőt rá vonatkozóan.
- [34] Hangsúlyozta, hogy az autót vásárló fogyasztók jellemzően tudatosabbak és tájékozottabbak, a szokásos tranzakciókhoz képest magasabb fokú körültekintéssel és fokozott figyelemmel hozzák meg vásárlási döntéseiket. Érvelése szerint teljesítette a szakmai gondosság követelményét, képes volt arra, hogy pontosan empirikus módon támassza alá állításainak valóságtartalmát.
- [35] A Tptv. 78. § (1) és (3) bekezdéseinek sérelme körében az európai uniós joggyakorlatra és a Bíróságközleményre utalással állította, hogy az alperes jogszabálysértő módon ugyanazon reklámköltséget kétszeresen vette figyelembe. Kifogásolta a hosszabb időtartam és a felrőhatóság súlyosító tényezőként való figyelembevételét, az eljárás során tanúsított magatartásának enyhítő körülményként való figyelmen kívül hagyását.
- [36] Az alperes felülvizsgálati ellenkérelmében a jogerős ítélet hatályában fenntartását indítványozta, annak helyes indokaira figyelemmel.

A Kúria döntése és jogi indokai

- [37] A felülvizsgálati kérelem nem alapos.
- [38] Az 1952-es Pp. 275. § (1) és (2) bekezdéseire figyelemmel a felülvizsgálati eljárásban bizonyítás felvételének nincs helye, a Kúria a felülvizsgálati kérelem elbírálása során a rendelkezésre álló iratok alapján dönt. A jogerős ítélet csak a felülvizsgálati kérelem és a csatlakozó felülvizsgálati kérelem alapján vizsgálható felül.
- [39] A Kúria szerint az eljáró bíróságok a szükséges mértékben helytállóan tárták fel a jogvita elbírálásához szükséges tényállást, azt megfelelő alapossággal rögzítették, amelyből az alkalmazandó jogszabályi rendelkezések helytálló értelmezésével jogszerű következtetésre

jutottak. A felperes a felülvizsgálati kérelmében lényegében a keresetében és a fellebbezésében foglaltakat ismételte meg, a jogerős ítéletet az alperesi határozattal szemben már felhozott kifogások mentén támadta. Az eljáró bíróságok azonban a felperes minden jogi érvét körültekintően elemezték és elbírálták, az ítéleti indokolások az 1952-es Pp. 221. § (1) bekezdésében foglaltaknak maradéktalanul megfelelően, kellően részletes jogi levezetést tartalmaznak. A fentiekben bemutatott helyes indokokat a Kúria maradéktalanul osztja, azok megismétlése nélkül, a felülvizsgálati kérelemre figyelemmel a következőket hangsúlyozza.

- [40] Az 1952-es Pp. 330. § (2) bekezdése szerint a keresetlevelet jogszabálysértésre hivatkozással kell előterjeszteni. Az 1952-es Pp. 235. § (1) bekezdése kimondja, hogy a fellebbezésben meg kell jelölni azt a határozatot, amely ellen a fellebbezés irányul és elő kell adni, hogy a fél a határozat megváltoztatását mennyiben és milyen okból kívánja. Az 1952-es Pp. 272. § (2) bekezdése értelmében a felülvizsgálati kérelemben elő kell adni – a jogszabálysértés és a megsértett jogszabályhely megjelölése mellett –, hogy a fél a határozat megváltoztatását milyen okból kívánja.
- [41] A közigazgatási határozat bírósági felülvizsgálata nem jelent teljes körű ellenőrzést, annak irányát és terjedelmét a keresetben megjelölt jogszabálysértés(ek) jelöli(k) ki. Az elsőfokú bíróságnak azt kell megítélnie, hogy a támadott közigazgatási döntés jogszerű-e vagy sem, ez utóbbi esetben az melyik, keresetben megjelölt jogszabályi rendelkezésbe ütközik. A fellebbezési eljárás célja annak megítélése, hogy az elsőfokú bíróság határozata megfelel-e az eljárási- és anyagi jogi jogszabályoknak, az helytállóan foglalt-e állást a keresetben hivatkozott jogszabálysértésekről. A Kúria felülvizsgálati jogköre még szűkebb, az egyes, hivatalból vizsgálandó körülményeken kívül csak a felülvizsgálati kérelemben megjelölt jogszabálysértéseket vizsgálhatja. Ezekre figyelemmel sem a másodfokú bíróság, sem a Kúria nem vizsgálhatja érdemben azt a jogszabálysértést, azt a jogi érvet, amely a megelőző eljárásnak nem volt tárgya, amelyről az elsőfokú bíróság – kereset hiányában – nem dönthetett.
- [42] A felperes – általa sem vitatottan – az „indokolás nélkül, illetve kérdések nélkül 7 napos cserejogot biztosít használt autókra” kommunikációval kapcsolatos határozati megállapításokat nem vitatta, annak vizsgálata nem képezte az elsőfokú eljárás tárgyát, ahogy a bírságkiszabás körében a felróhatósággal, a hosszabb ideig folytatott kereskedelmi gyakorlattal és az enyhítő körülmények figyelmen kívül hagyásával összefüggő felperesi érvek sem. Ennél fogva a felülvizsgálati kérelem e részeit a Kúria sem vizsgálhatta érdemben.
- [43] Az Fttv. 3. § (1) bekezdése szerint tilos a tisztességtelen a kereskedelmi gyakorlat. Ugyanezen szakasz (3) bekezdése kimondja, hogy tisztességtelen különösen az a kereskedelmi gyakorlat, amely megtévesztő (6. és 7. §).
- [44] Az Fttv. 6. § (1) bekezdés g) pontja értelmében megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely valótlan információt tartalmaz, vagy valós tény – figyelemmel megjelenésének valamennyi körülményére – olyan módon jelenít meg, hogy megtéveszti vagy alkalmas arra, hogy megtéveszse a fogyasztót a vállalkozás személye, jellemzői és jogai tekintetében, és ezáltal a fogyasztót olyan ügyleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, vagy erre alkalma.
- [45] Az Fttv. 4. § (1) bekezdése szerint a kereskedelmi gyakorlat megítélése során az olyan fogyasztó magatartását kell alapul venni, aki észszerűen tájékozottan, az adott helyzetben általában elvárható figyelmességgel és körültekintéssel jár el, figyelembe véve az adott kereskedelmi gyakorlat, illetve árú, nyelvi, kulturális és szociális vonatkozásait is.
- [46] Az 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.
- [47] Az 1952-es Pp. 235. § (1) bekezdése szerint a fellebbezésben új tény állítására, illetve új bizonyíték előadására, vagy az elsőfokú bíróság által mellőzött bizonyítás lefolytatásának

Kfv.III.37.645/2018/8.

indítványozására akkor is sor kerülhet, ha az az elsőfokú határozat jogszabálysértő voltának alátámasztására irányul.

- [48] A Kúria hangsúlyozza, hogy nem csak akkor megtévesztő a kereskedelmi gyakorlat, ha a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg, hanem már akkor is, ha erre alkalmas a kereskedelmi gyakorlat. Jelen esetben az alperes ez utóbbi törvényi fordulatra alapozta döntését; állítása szerint a felperes kommunikációja alkalmas volt a fogyasztók üzleti döntésének befolyásolására. A szlogenek tartalmának értelmezése versenyjogi megítélést igényel, ezért az alkalmasság tekintetében nem volt szükség szakértői bizonyításra, így a felperes indítványát helytállóan mellőzte a másodfokú bíróság.
- [49] A felperes által hivatkozott 1952-es Pp. 235. § (1) bekezdése értelmében valóban lehetőség van új tény állítására, illetve új bizonyíték előadására, ha az az elsőfokú határozat jogszabálysértő voltának alátámasztására irányul. Bizonyítás lefolytatásának indítványozására azonban csak akkor van lehetőség a fellebbezési eljárásban, ha az elsőfokú bíróság mellőzte az indítványozott bizonyítást. A felperes az elsőfokú eljárásban szakértői bizonyítást nem indítványozott, ezért – a mellett, hogy szükségtelen is lett volna – a másodfokú eljárásban a szakértői bizonyításnak perrendi akadálya is lett volna.
- [50] Az Fttv. 14. §-a értelmében a kereskedelmi gyakorlat részét képező tényállítás valóságát a felperesnek kellett bizonyítania, mégpedig az alperes felhívására, a közigazgatási eljárásban. E kötelezettségének azonban a felperes nem tett eleget. Mind az alperes, mind az eljáró bíróságok részletesen ismertették, hogy a becsatolt dokumentumok mely oknál fogva nem fogadhatók el a felperesi állítások alátámasztására. A felperes a felülvizsgálati eljárásban sem jelölte meg sem a Piackutatás, sem a Tanulmány, sem a Beszámoló, vagy az ICDP lista, illetve a holnapon található adatbázisából összeállított kimutatás egyetlen pontját, egyetlen állítását sem, amely igazolná a piacelsőségi állításait. Ennek nyilvánvaló oka az, hogy ezek a dokumentumok nem ilyen céllal készültek, ezért erre nézve kutatást, mérést, illetve tényállítást nem is tartalmazhatnak.
- [51] A reklámállításokat az átlagos, észszerűen figyelmes, körültekintő, jól informált fogyasztó oldaláról kell megítélni. A fogyasztó akkor tud reális képet alkotni az adott üzenet tartalmáról, ha az önmagában igaz, pontos információt hordoz. Az átlagos fogyasztó nem köteles további kutakodást folytatni annak érdekében, hogy a hozzá eljuttatott üzenet tartalmát pontosítsa, kiegészítse, esetleg korrigálja a teljes körű, valós tájékozódás érdekében. Bízni kell abban, hogy a reklámállítások önmagukban teljesítik ezt a követelményt.
- [52] A felperes állította, hogy ő „a legnagyobb használatautó-kereskedő Közép-Kelet Európában”. Az üzenet tartalma már önmagában attól kétséges, hogy a Közép-Kelet Európa fogalma nem egyértelmű. Az azonban biztos, hogy Magyarországon túlmutató kört ölel fel, ugyanakkor a felperes nem tudta alátámasztani azt, hogy Európa Magyarországnál nagyobb kiterjedésű területén piacvezető lenne használatautó-kereskedésben; neki lenne a legtöbb eladásra kínált használatautója, vagy ő értékesítette, esetleg közvetítette volna a használat gépjárművek túlnyomó többségét. Ezt még Magyarország viszonylatában sem tudta igazolni.
- [53] Az „Egy helyen a legtöbb autó közül választhat” üzenet azt közvetíti az átlagfogyasztó irányába, hogy a felperesi autókereskedés az, amelyik a legnagyobb használatautó kínálatot nyújtja. Az árukészletét a felperes azonban nem mutatta be, nem tudott olyan, a reklám közreadásakor már rendelkezésre álló bizonyítékot előtárni, amely piacelsőségi állítását igazolná.
- [54] A Kúria hangsúlyozza, hogy az üzleti döntés egy folyamat, amelynek minden elemét védi a jog, az üzleti döntés fogalma nem szűkíthető le arra, hogy a fogyasztó megvásárolja-e a terméket, avagy sem. Az üzleti döntési folyamat része a figyelemfelkeltés, a felperes piacelsőségi állításai pedig alkalmasak voltak arra, hogy a fogyasztók érdeklődést mutassanak a használt autó piac iránt, megnézzék a honlapot vagy felkeressék a gépjármű-kereskedőt. Ez a figyelemfelkeltés nemcsak a vásárlók, hanem a használatautót eladni kívánók körében is releváns.

Kfv.III.37.645/2018/8.

- [55] Az Fttv. 14. §-ában foglaltakra figyelemmel minden jogi alapot nélkülöz az alperes bizonyítási kötelezettségére vonatkozó felperesi előadás. Semmiféle kétely nem merült fel, egyszerű tény az, hogy a felperes az állításait nem tudta igazolni, nem mutatott be olyan, a reklámok közzétételekor már meglévő bizonyítékot, amely a reklámokban megfogalmazott állításait alátámasztotta volna.
- [56] A bírságkiszabás körében a felperes csak állította, hogy bizonyos reklámköltséget az alperes kétszer vett figyelembe, ám erre nézve konkrét tényelőadást nem tett, számítást, kimutatást nem tárt elő. Általános hivatkozása nem bizonyítja, hogy az alperesi döntés e körben jogszabálysértő lenne.
- [57] A kifejtettekre figyelemmel a Kúria a jogerős ítéletet az 1952-es Pp. 275. § (3) bekezdése szerint hatályában fenntartotta, mert az nem sérti a felülvizsgálati kérelemben megjelölt jogszabályi rendelkezéseket.

A döntés elvi tartalma

- [58] *A kereskedelmi gyakorlat akkor is tisztességtelen, ha a reklámüzenet alkalmas a fogyasztók megtévesztésére.*
- [59] *A piacelsőségi állítás valóságát a reklámozó köteles igazolni, mégpedig a kereskedelmi kommunikáció közzétételekor már meglévő bizonyítékkal.*

Záró rész

- [60] A Kúria a felülvizsgálati kérelmet a veszélyhelyzet ideje alatt érvényesülő egyes eljárásjogi kérdésekről szóló 74/2020. (III.31.) Korm. rendelet 41. § (1) bekezdésének megfelelően tárgyaláson kívül bírálta el.
- [61] A pervesztes felperes az 1952-es Pp. 270. § (1) bekezdése folytán alkalmazandó 1952-es Pp. 78. § (1) bekezdésének megfelelően köteles az alperes jogi képvisellel felmerült felülvizsgálati eljárási költségét megfizetni.
- [62] Az illetékekről szóló 1990. évi XCIII. törvény 50. § (1) bekezdése szerinti mértékű felülvizsgálati eljárási illetéket a felperes a bírósági eljárásban alkalmazandó költségmentességről szóló 6/1986. (VI.26.) IM rendelet 13. § (2) bekezdésének megfelelően köteles viselni.
- [63] Az ítélet elleni felülvizsgálat lehetőségét a Kp. 116. § d) pontja zárja ki.

Budapest, 2020. május 13.

Dr. Sperka Kálmán s.k. a tanács elnöke, Dr. Vitál-Eigner Beáta s.k. előadó bíró; Dr. Sugár Tamás s.k. bíró