



1054 Budapest, Alkotmány u. 5.
Levélcím: 1391 Budapest 62. Pf. 211
Telefon: (06-1) 472-8865, **Fax:** (06-1) 472-8860
Ügyszám: Vj/18/2014.
Iktatószám: Vj/18-25/2014.

Nyilvános változat!

A Gazdasági Versenyhivatal eljáró versenytanácsa a Szóráth Tamás ügyvezető által képviselt **ALVEOLA Kft.** (1143 Budapest, Gizella u. 28/A.) eljárás alá vont vállalkozás ellen jogellenes összehasonlító reklám tilalmának feltételezett megsértése miatt indult versenyfelügyeleti eljárásban meghozta az alábbi

h a t á r o z a t o t .

- I. Az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az **ALVEOLA Kft.** a 2013. november 4. és 2013. december 20. között megjelent 2013/5 Color&Care Alveola Beauty-Services Magazinjában jogsértő összehasonlító reklámot tett közzé.
- II. Az eljáró versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat, hogy DM levél és E-DM levél útján mindazon szakmai partnereinek küldje meg jelen határozat teljes szövegét, akiknek az I. pontban leírt kiadványt megküldte, illetve a www.alveolashop.com weboldalának nyitó (fő) oldalán jelentesse meg jelen határozat rendelkező részét, valamint egy ehhez kapcsolódó link segítségével tegye lehetővé a határozat teljes szövegének elérését.
- III. Az eljáró versenytanács kötelezi az eljárás alá vontat, hogy a II. pontban leírt kötelezettség teljesítését legkésőbb a határozat kézhezvételétől számított 90 napon belül igazolja a Gazdasági Versenyhivatalnak.

A határozat felülvizsgálatát a kézhezvételtől számított 30 napon belül a Fővárosi Közigazgatási és Munkaügyi Bírósághoz címzett, de a Versenytanácsnál benyújtható, vagy ajánlott küldeményként postára adott keresettel lehet kérni. A bíróság a pert tárgyaláson kívül bírálja el, a felek bármelyikének kérelmére azonban tárgyalást tart, mely kérelmet az ügyfél a keresetlevélben terjesztheti elő.

Indokolás

I.

Az eljárás megindításának körülményei

1. A Gazdasági Versenyhivatal 2014. február 21-én, a Vj/18/2014. számú végzésével annak vizsgálatára indított eljárást az eljárás alá vonttal szemben, mert észlelte, hogy 2013. november 4. és 2013. december 20. között megjelent 2013/5 Color&Care Alveola Beauty-Services Magazinjában valószínűsíthetően jogellenes összehasonlító reklámot tett közzé és ezzel megvalósította a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (a továbbiakban: Grt.) 13. §-a (2) bekezdésének c) pontjában foglalt tilalmat.
2. A versenyfelügyeleti eljárás bejelentés kapcsán indult. A bejelentéssel összefüggő eljárás száma: B/1539/2013.

II.

Az eljárás alá vont vállalkozás

3. Az eljárás alá vont 20 éve alakult azzal a céllal, hogy „minőségi, kategóriájukban egyedülálló termékekkel segítse a kozmetikus szakemberek munkáját”. A készítmények fejlesztésénél támaszkodnak a család gyógyszerészeinek korábbi kutatásai mellett a szépségpiac legújabb fejlesztéseire is. Az eljárás alá vont 1997-től a professzionális divízió mellett elindította lakossági termékmárkáinak forgalmazását is. A professzionális és lakossági termékkínálatot évről évre bővíti Nyugat-Európa ismertebb termékmárkáival is. Jelenleg a cégen belül 4 különálló divízió működik.
4. A piacon levő vállalkozások közös jellemzője, hogy nagykereskedéssel rendelkeznek, ahol szakmai partnereiket, viszonteladóikat szolgálják ki. Továbbá viszonteladói hálózatot tartanak fenn országszerte, területi képviselőik is elérhetőek, valamint az általuk forgalmazott termékek szakmai felhasználók és fogyasztók részére webshopon keresztül megvásárolhatóak.
5. A termékek nagykereskedelmi üzletükben kizárólag vevőkártyával rendelkező kozmetikus és fodrász szakembereknek, illetve viszonteladóknak érhetőek el. Az eljárás alá vont viszonteladói hálózatot és www.alveolashop.com elérhetőséggel webshopot is üzemeltet. Utóbbi regisztrációval érhető el külön a professzionális és külön a lakossági felhasználók számára magyar, angol és román nyelven.
6. Az eljárás alá vont 2013. évi nettó árbevétele: [...] ¹ Ft.
7. A jelen eljárásban érintett műkörmös termékcsalád értékesítésével foglalkozó divízió 2013. évi árbevétele: [...] ² Ft.

¹ Üzleti titok a Vj/18-10/2014. sz. végzés alapján.

² Üzleti titok a Vj/18-10/2014. sz. végzés alapján.

III.

A vizsgált kereskedelmi gyakorlat

8. Az eljárás alá vont a legújabb NABA Nail by Alveola megnevezésű műköröm alapanyagokat tartalmazó termékcsaládját 2013. november 4-én mutatta be a szakmai közönségének, ez idő előtt e termékek nem voltak forgalomban.
9. A versenyfelügyeleti eljárásban közvetlenül érintett árösszehasonlítást tartalmazó reklám a műköröm készítéshez használt 11 féle (építő zselé, színes zselé, gel lac, porcelán por, liquid 100 ml, bőrolaj, zebra reszelők, tip utántöltő 50 db, tip box 100 db, C-ív hajlító csipesz, Carbid henger) termék árát hasonlítja össze a versenytársak által alkalmazott árakkal.
10. Magyarországon jelenleg – mások mellett - az alábbi vállalkozásoknál érhetőek el a szakmai felhasználók számára műköröm készítéséhez használt alapanyagok és eszközök:
 - ALVEOLA Kft. a NABA Nail by Alveola termékek forgalmazója.
 - Elite Cosmetix Kft. a Crystal Nails termékek forgalmazója.
 - BrillBird Europe Kft. a BrillBird termékek forgalmazója.
 - Color B. K. 2001 Kft. a Pearl nails termékek forgalmazója.
 - Perfect Nails Kft. a Perfect nails termékek forgalmazója.
 - Benevia Kft. a Moyra termékek forgalmazója.
11. Az eljárás alá vont a kereskedelmi kommunikációja során összehasonlító reklámot tett közzé szakmai vásárló közönsége számára az új műkörömös termékkörre vonatkozóan a 2013. november 4-én megjelenő, kizárólag a kozmetikus, fodrász, műkörömös szakmának szóló Color&Care Alveola Beauty-Services Magazin kiadványában, valamint a magazinban a magyarországi szakmai piacon megtalálható további műköröm alapanyag márkákkal összehasonlította az általa forgalmazott bemutatásra kerülő egyes NABA termékeinek árait.

A kiadványban megjelent ár összehasonlító táblázat:

Ár összehasonlítás	NABA legkedvezőbb ajánlat	Crystal	BrillBird	Pearl	Perfect
Építő zselé (ml)	159 Ft	198 Ft	196 Ft	186 Ft	196 Ft
Színes zselé	1390 Ft	2200 Ft	2200 Ft	1490 Ft	1990 Ft
Gel lac (ml)	159 Ft	233 Ft	233 Ft	166 Ft	232 Ft
Porcelán por (ml)	66 Ft	74 Ft	83 Ft	72 Ft	81 Ft
Liquid 100 ml	3490 Ft	3980 Ft	3980 Ft	3690 Ft	3990 Ft
Bórolaj	790 Ft	990 Ft	990 Ft	790 Ft	850 Ft
Zebra reszelők	290 Ft	330 Ft	390 Ft	330 Ft	390 Ft
Tip utántöltő 50 db	790 Ft	950 Ft	1100 Ft	890 Ft	1100 Ft
Tip box 100 db	1590 Ft	1880 Ft	1850 Ft	1590 Ft	1900 Ft
C-ív hajlító csipesz	1290 Ft	1980 Ft	1980 Ft	1290 Ft	1980 Ft
Carbid henger	2390 Ft	3200 Ft	3300 Ft	3290 Ft	2990 Ft
2013. októberi árlisták alapján	Naba árlista alapján	Crystal árlista és ajánlás alapján	BrillBird árlista és ajánlás alapján	Pearl árlista és ajánlás alapján	Perfect árlista és ajánlás alapján

1. sz. táblázat A 2013. november 4-én megjelenő Color&Care Alveola Beauty-Services Magazinban megjelent összehasonlító táblázat

Az eljárás alá vont az összehasonlító táblázatot tartalmazó kiadványt DM levél és E-DM levél útján kizárólag szakmai partnereinek juttatta el, továbbá a kiadvány ugyanazon tartalommal lapozható formában a honlapon is megjelent és azt a szakmai felhasználókon túl a fogyasztók is megtekinthették.

Kommunikációs eszköz megnevezése	Megjelenés ideje	Megjelenés helye	Megjelenés száma	Tartalma
honlap	2013. november 4.-december 20.	www.alveola.hu	-	összehasonlító táblázat/reklám
DM levél	2013. november 4.	-	[...]³ db	összehasonlító táblázat/reklám
E-DM levél	2013. november 4.	-	[...]⁴ db	összehasonlító táblázat/reklám

2. sz. táblázat A 2013. november 4-én megjelenő Color&Care Alveola Beauty-Services Magazin megjelenési adatai

III.3. Az összehasonlítás alapjául szolgáló termékek

Összehasonlítás alapjául szolgáló termékek					
ár összehasonlítás	NABA legkedvezőbb ajánlat	Crystal	BrillBird	Pearl	Perfect
építő zselé (ml)	NABA Medium	Builder Clear I. erős	Sapphire Gel Zafir az erő	Builder Clear Gel 2.0 magas fényű,	Crystal Clear szintelen építő

³ Üzleti titok a Vj/18-6/2014. sz. végzés alapján

⁴ Üzleti titok a Vj/18-6/2014. sz. végzés alapján

	Builder Gel Clear közepes sűrűségű, átlátszó építő zselé NA611022 15 ml 2390 Ft	tapadású, átlátszó építő 15 ml 2980 Ft Builder Clear II. átlátszó lágy építő 15 ml 2980 Ft	és tapadás zseléje 15 ml 2980 Ft	színtelen építő zselé 15 ml 2790 Ft Builder Gel Ice Blue extra sűrű, átlátszó építő zselé 15 ml 2790 Ft	zselé 15 gr 2950 Ft
színes zselé	NABA Colour Gel NA612011 3,5 ml 1390 Ft 1 ml-re vetített ár 397 Ft	színes zselé 5 ml 2200 Ft	Brush&Go színes zselé 4,5 ml 2200 Ft	Pearl Color gels 5 ml 1790 Ft akciós árat vett figyelembe 1490 Ft 1 ml-re vetített ár 298 Ft	Perfect Color Gels 5 ml 1990 Ft
gel lac (ml)	NABA Gel Lac normal NA651102 15 ml 159 Ft/ml	Gel lac Dekor Crystalac 15 ml 233 Ft/ml	Brillbird Color Gel&Lac 15 ml 233 Ft/ml	Pearl Lac Gel lac 15 ml 166 Ft/ml	Hybrid Lac Gel 15 ml 232 Ft/ml
porcelán por (ml)	NABA Extra Clear Powder NA621013 30 ml 1990 Ft 66 Ft/ml	Porcelán por Master por 25 ml(17g) 1980 Ft 40ml(28g) 2770 Ft (1980+2770) (25+40) 74 Ft/ml	Clear powder átlátszó építő porcelánpor 30 ml 2550 Ft 85 Ft/ml 2012-es árat vett figyelembe 2500 Ft 83 Ft/ml	Porcelán por 17 g 1790 Ft 1 gr 105,3 Ft 1 ml=0,68g 1ml=105,3x0,68=72 Ft 72 Ft/ml	Perfect acryl powder 30ml/23 gr 1929+Áfa=2449 Ft 81 Ft/ml
liquid 100 ml	Liquid NA631019 100 ml 3490 Ft	Crystal liquid 100 ml 3980 Ft	Ultimate Liquid porcelán folyadék 100 ml 3980 Ft	X-Fast Liquid 100 ml 3690 Ft	Liquid 100 ml 3142+Áfa=3990 Ft
bőrolaj	Cuticle Oil NA631020 15 ml 790 Ft	Cuticle oil 15 ml 990 Ft	Cuticle oil 15 ml 990 Ft	Cuticle oil 15 ml 790 Ft	Cuticle oil 15 ml 669 Ft+Áfa=850 Ft
zebra reszelők	Hullám zebra reszelő 100/100 NA642001 Hullám zebra reszelő 150/150 NA642002 Hullám zebra reszelő 180/180 NA642003 Hullám zebra reszelő	Klasszikus profi sláger zebra reszelők, japán papíros Profeszionális 100/100 lila Profeszionális 150/150 kék Profeszionális 180/180 zöld 3 Profeszionális 100/180 piros 330 Ft	Brillbird 100/100 durva Brillbird 150/150 közepes Brillbird 180/180 finom Brillbird 100/180 kombinált	Félhold reszelő zebra 100/100 Félhold reszelő zebra 150/150 Félhold reszelő zebra 180/180 Félhold reszelő zebra 100/180 330 Ft	Prémium reszelő 80/80 Prémium reszelő 100/100 Prémium reszelő 150/150 Prémium reszelő 180/180 Prémium reszelő 100/180

	100/180 NA642004		390 Ft		390 Ft
	290 Ft				
tip utántöltő 50 db	Tip Tradition utántöltő 1-10 méret NA632101- 110 NA632201- 210 790 Ft	Natural box utántöltő 1-10 méret 950 Ft	Clear box utántöltő 1100 Ft	50 db-os méretenkénti utántöltő 890 Ft	Ultra form 50 db, Magic white 50 db 862 Ft+Áfa= 1100 Ft
tip box 100 db	Tip Box Tradition NA632100 NA632200 1590 Ft	Clear box 1-10 méret 1880 Ft (van olcsóbb 1780 Ft)	Clear box 10 méret 1850 Ft	Edge tip clear Classic tip clear 1690 Ft	Ultra form 100 db, Magic white 100 db 1496 Ft+Áfa= 1900 Ft
C-ív hajlító csipesz	C-ív hajlító csipesz NA644003 1290 Ft	C-ív hajlító csipesz 1980 Ft	C-ív hajlító csipesz 1980 Ft	C-ív hajlító csipesz 1290 Ft	C-ív hajlító csipesz 1559 Ft+Áfa=1980 Ft
carbide henger	Carbide frézer henger NA662011 2390 Ft	Karbid fej 3200 Ft	Karbid henger 3350 Ft 2012-es árat vett figyelembe 3300 Ft	KUPA karbid csiszolófej 3290 Ft	Carbide csiszolófej 2354 Ft+Áfa= 2990 Ft

3. táblázat A 2013. november 4-én megjelenő *Color&Care Alveola Beauty-Services Magazinban* megjelent termékek összes lényeges jellemzői (a vizsgálat összeállítása)

IV.

Az eljárás alá vont előadása

IV.1. A vizsgálati szakaszban tett észrevételek

12. Az eljárás alá vont vállalkozás előadta⁵, hogy a termékek összehasonlítását az ALVEOLA Kft. műkörmös anyagokért felelős szakmai vezetője készítette, aki több mint 10 éves tapasztalattal rendelkezik e termékek fejlesztésének területén. Minden összehasonlított termék a szakmai piac által ismert paraméterek (termék és minőségi jellemzők) alapján került kiválasztásra. Az összehasonlításban felvett termékek minden szakmabeli vállalkozás által következetesen használt terméknevek, fogalmak.
13. Az eljárás alá vont szerint az árakra vonatkozó adatgyűjtés módszertana egységes és következetes volt, mikor a felvett termékek ugyanazon, illetve közel azonos kiszerezések esetén 1 ml-re leosztott nagykereskedelmi árat mutatta be a

⁵ Vj/18-2/2014. számú irat

felhasználó vállalkozóknak. A mintavételi módszer ellenőrizhető és bárki számára hozzáférhető anyagokon alapult, a termék árait 2013. októberi időszakban felvett anyagok támasztják alá. Adott éven belül a forgalmazók áraikat nem változtatják, így a megjelölt 2013-as árak az adott időszakban és azóta is érvényben vannak. Az ALVEOLA Kft. szakmai vezetője még arra is ügyelt, hogy ha egy adott cég több hasonló alapanyaggal rendelkezett, abból a legkedvezőbb áron kínáltat válassza ki az összehasonlításhoz. Az ALVEOLA Kft. minden terméket alapos tesztelésnek vetett alá a piaci bevezetést megelőzően, így a tesztelést végző műkörmös szakemberek véleménye alapján állítja, hogy az összehasonlított termékek alapanyagában és minőségében is meglehetősen hasonlít a többi forgalmazó ilyen típusú termékéhez.

14. Az eljárás alá vont az összehasonlítás során figyelembe vett termékekre vonatkozó információkat – a termékek jellemzőit és árát – az adatszolgáltatás mellékleteként megküldte. Megjelölte továbbá azokat a termékeket, amelyek esetében a 2012-ben alkalmazott, vagy akciós árat vette figyelembe, nyilatkozata szerint így kedvezőbben tüntetve fel a versenytárs termékét.
15. Az eljárás alá vont álláspontja szerint az ALVEOLA Kft. a legkörültekintőbben járt el a termékek összehasonlítása esetén, maximálisan betartva a jogszabályok által előírt kritériumokat. Az alkalmazott ár összehasonlítás, valamint a reklámok szlogenjei nem valósítottak meg tisztességtelen magatartást, valamint nem tartalmaztak olyan tartalmú általánosítást, megtévesztő, téves közléseket, amelyek az üzletfeleket befolyásolták volna. Az eljárás alá vont szerint jogsértést nem valósított meg.

IV.2. Az előzetes álláspontra adott válasza

16. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjára adott válaszában az eljárás alá vont előadta, hogy a versenytársak javára szolgáló tévedéseik nem szolgálhatnak elmarasztalásukra. Előadja, hogy Versenytanács előzetes álláspontjának tárgyi alapjául szolgáló termékkatalógust az abban foglalt adatokkal együtt megfelelőnek ismeri el, továbbá jogalap tekintetében is egyetért azon megállapítással, miszerint helyettesíthetőség követelményének az általa közzétett vitás összehasonlító reklám minden további nélkül megfelelt.
17. Tárgyilagosság követelménye tekintetében azonban vitatja az előadott versenytanácsai álláspontot, amennyiben meglátása szerint ezen tárgyilagossági követelmény elsődlegesen kizárólag versenytársak hátrányára megvalósuló hiba esetében jogszerűtlen. Ezen véleményét szerinte az előzetes álláspontban megjelölt Grt. 13. § (2) bekezdés c) pontja is alátámasztja, mely szerint: c) [az összehasonlító reklám] nem vezethet más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevéből adódó tisztességtelen előnyszerzésre.
18. Vállalatuk számára természetesen lehetetlen volna versenytársak termékeinek kedvezőbb áron történő feltüntetésével tisztességtelen előnyre szert tenni, amennyiben reklámunk célja éppen saját kedvező árak kiemelése volt. Hivatkozik itt a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/ EK irányelv indokolásának (8) bekezdésére, mely egyértelműen kimondja, hogy a megfelelő

összehasonlító reklám a fogyasztók előnyére szolgál és így per se nem tekinthető jogszerűtlennek.

19. Ezen felül a (11) bekezdés rögzíti, hogy összehasonlító reklám feltételei együttesen alkalmazandóak és összességükben kell őket figyelembe venni. Meglátásuk szerint szabályozás ezen indokolása is alátámasztja abbéli álláspontját, hogy tárgyilagosság és tisztességtelen előnyszerzés követelményét együttesen kell vizsgálni és versenytársak javára szolgáló tévedéseik nem szolgálhatnak elmarasztalásunkra.
20. Az előzetes álláspont 41. – jelen határozat 52. - pontjában közölt kifogásokkal kapcsolatban elismerte, hogy az előzetes álláspont 12. pontjához csatolt – a jelen határozatban 1. számmal jelölt - táblázatban a Perfect Építő zselé értéke valójában Ft/gramm-ban került bemutatásra, míg a többi termék Ft/ml-ben volt meghatározva. Hozzátette azonban, hogy mivel ezen anyag sűrűsége a 15 grammos kiszerezés esetében kisebb mennyiségű, mint a 15 ml-es kiszerezésű, a tévedésük a versenytárs javára történt, amiből az eljárás alá vont előnyt nem szerzett.
21. A porcelán por termékek sorában felmerült kifogással kapcsolatban megjegyzi, hogy az abban közölt számítások Ft/ml-re vonatkozóan, a termékek sűrűségét is figyelembe vevő átváltást követően minden esetben pontosak. Ezzel összefüggésben előadja, hogy pusztán azon okból, hogy az egyik termék kiszerezése grammban, míg a másik ml-ben van megadva, nem lehet kizáró oka ezek tárgyilagos összevetésének, hiszen a sűrűségek ismeretében ezen mértékegységek egymásnak megfeleltethetők, átválthatók.
22. Az előzetes álláspontban kifogásolt időszakokra vonatkozó eltérésekkel kapcsolatban előadja, hogy ezen téren két értéket tesz vitássá, mégpedig Brill Bird porcelán por és carbid henger termékei esetében. Ezen esetekben bár kétségtelenül hibás adat került feltüntetésre, azonban feltüntetett adat mindkét esetben 50.- Ft értékkel kedvezőbb versenytársra nézve a valósnál, ami ismételten kizárja tisztességtelen előny szerzését részünkről.
23. A színes zselék feltüntetésével és a Crystal Clear Box-szal kapcsolatos versenytanácsi aggályokkal kapcsolatban elismeri vétkességét, amennyiben előzővel kapcsolatban figyelmetlenségük, utóbbi terén pedig egyszerű nyomdahiba okán valóban téves adatok szerepeltek. Mindazonáltal kiemeli, hogy ezen mindösszesen öt hibás adat sem reklám egészét, sem pedig adott termékkörök tekintetében nem teszi reklám üzenetét félrevezetővé. Ezen kijelentésünket azon tényre alapozzuk, hogy mulasztásunk mit sem változtat azon, hogy ezen termékek tekintetében a legkedvezőbb árajánlatot az eljárás alá vont termékei képviselik.
24. Mindezek alapján meglátásuk szerint az általuk közzétett összehasonlító reklám maga egészében megfelel mind helyettesíthetőség, mind pedig tárgyilagosság követelményének és semmiképpen sem volt alkalmas arra, hogy a vállalkozás tisztességtelen előnyre tegyen szert általa.
25. Ezekon túlmenően méltánylandó körülményként kéri figyelembe venni, hogy vállalkozás a műkörömépítés piacán frissen piacra vállalként elhanyagolható részesedéssel és árbevétellel bír és a piacon már évek óta komoly részesedéssel bíró versenytársakkal szemben szükségszerűen agresszív marketingpolitikát

kényszerül folytatni, mely azonban semmi esetre sem tisztességtelen vagy versenyt csorbító hatású, épp ellenkezőleg árversenyt teremtve a fogyasztók és a közérdek javát szolgálja.

26. Kiemeli továbbá, hogy vitás reklámtevékenységükkel minden esetben professzionális ügyfélkört, azaz ezen termékek tekintetében járatos szakembereket céloztak meg, akik feltüntetett versenytársak árszabását minden esetben maguk is megkapják és szakmájukból adódóan ezen árakat aktívan nyomon is követik, hiszen ezek profitabilitásuk alapvető elemét képezik. Így pedig összehasonlító reklámjuk semmiképp sem lehetett alkalmas ezen ügyfélkör megtévesztésére.
27. Tekintettel tehát hibás adatok kis számára (az adatok 91%-a hibátlan), hibák elhanyagolható súlyára, a vétkesség alacsony fokára, a hatóság eljárásával szemben tanúsított nyitott együttműködésükre visszamenően, alapításuktól fogva tisztességes üzleti gyakorlatunkra kéri a jogsértés hiányának megállapítását és bírság kiszabásának mellőzését.

V.

Jogi háttér

28. A Grt. 2. §-ának rendelkezései értelmében e törvénynek a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy.
29. A Grt. 3. §-ának d) pontja szerint a Grt. alkalmazásában a gazdasági reklám olyan közlés, tájékoztatás, illetve megjelenítési mód, amely valamely 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), szolgáltatás, ingatlan, vagyoni értékű jog (a továbbiakban mindezek együtt: áru) értékesítésének vagy más módon történő igénybevételenek előmozdítására, vagy e céllal összefüggésben a vállalkozás neve, megjelölése, tevékenysége népszerűsítésére vagy áru, árujelző ismertségének növelésére irányul (a továbbiakban: reklám). A h) pont rögzíti, hogy megtévesztő reklám minden olyan reklám, amely bármilyen módon - beleértve a megjelenítését is - megtéveszti vagy megtévesztheti azokat a személyeket, akik felé irányul, vagy akiknek a tudomására juthat, és megtévesztő jellege miatt befolyásolhatja e személyek gazdasági magatartását, vagy ebből eredően a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás jogait sérti vagy sértheti. Az i) pont értelmében az összehasonlító reklám olyan reklám, amely közvetve vagy közvetlenül felismerhetővé tesz más, a reklámozóéval azonos vagy ahhoz hasonló tevékenységet folytató vállalkozást vagy ilyen vállalkozás által előállított, forgalmazott vagy bemutatott, a reklámban szereplő áruval azonos vagy ahhoz hasonló rendeltetésű árut.
30. A Grt. 3. §-ának j) pontja szerint a reklám címzettje, aki felé a reklám irányul, illetve akihez a reklám eljut.
31. A Grt. 3. §-ának r) pontja szerint vállalkozás, aki önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével összefüggő célok érdekében jár el.

32. Jelen ügyben a versenytanács kialakult gyakorlatát a Vj/63/2011. sz. eljárást lezáró döntésében fogalmazta meg.
33. A Grt. 13. §-ának (1) bekezdése értelmében az összehasonlító reklám a) nem sértheti más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevét, b) nem vezethet összetévesztésre a reklámozó és az azonos vagy hasonló tevékenységet folytató más vállalkozás, illetve annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése között, c) nem vezethet más vállalkozás vagy annak cégneve, áruja, árujelzője vagy egyéb megjelölése jó hírnevéből adódó tisztességtelen előnyszerzésre, és d) nem sértheti más vállalkozás áruja, illetve annak a Tpvt. 6. §-ában rögzített jellemzői utánzásának tilalmát. A (2) bekezdés szerint az összehasonlító reklám a) kizárólag azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő árukat hasonlíthat össze, b) tárgyilagosan köteles összehasonlítani az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát, c) ha tartalmazza az áruk árainak összehasonlítását, köteles azt tárgyilagosan bemutatni, d) eredetmegjelöléssel rendelkező termékek összehasonlítása esetén kizárólag azonos eredetmegjelölésű termékekre vonatkozhat.
34. A Grt. 23. §-ának (1) bekezdése értelmében a Grt.-ben foglalt rendelkezések megsértéséért – a (2)-(7) bekezdésben foglalt kivételekkel – a reklámozó, a reklámszolgáltató és a reklám közzevője is felelős. Az e rendelkezések megszegésével okozott kárért a reklámozó, a reklámszolgáltató és a reklám közzevője egyetemlegesen felel. Ugyanezen szakasz (6) bekezdése értelmében a Grt. 12. §-ában és a 13. §-ában foglalt rendelkezések megsértéséért a reklámszolgáltató, illetve a reklám közzevője csak annyiban felel, amennyiben a jogsértés a reklám megjelenítési módjával összefüggő olyan okból ered, amely nem a reklámozó kifejezett utasítása végrehajtásának a következménye.
35. A Grt. 24. §-ának (2) bekezdése szerint a 12. §-ban és a 13. §-ban foglaltakba ütköző reklám, valamint az e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző magatartási kódex esetén a Gazdasági Versenyhivatal vagy a bíróság jár el a (3) bekezdésben meghatározottak szerint. A (3) bekezdés kimondja, hogy a 12. §-ban és a 13. § (2) bekezdésében foglaltak megsértésének, valamint a magatartási kódex e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző voltának megállapítása a Gazdasági Versenyhivatal, a 13. § (1) bekezdésében foglaltak megsértésének, valamint a magatartási kódex e rendelkezésekbe ütköző magatartásra ösztönző voltának megállapítása a bíróság hatáskörébe tartozik.
36. A Grt. 28. §-ának (1) bekezdése alapján ha a Gazdasági Versenyhivatal a 24. § (2) és (3) bekezdése, illetve a 31. § alapján jár el, eljárására a Tpvt.-nek a Tpvt. III. fejezetének rendelkezéseibe ütköző magatartásokkal szembeni eljárásra vonatkozó rendelkezéseit kell megfelelően alkalmazni a 29. § (1) bekezdésében és a 30. §-ban foglalt eltérésekkel.
37. A Grt. 29. §-ának (1) bekezdése leszögezi, hogy a reklámozó az eljáró hatóság felhívására a reklám részét képező tényállítás valóságát igazolni köteles. Ha a reklámozó nem tesz eleget ennek a kötelezettségnek, úgy kell tekinteni, hogy a tényállítás nem felelt meg a valóságnak. Erre a reklámozót a hatóság felhívásában figyelmeztetni kell.

38. A Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján az eljáró versenytanács határozatában megállapíthatja a magatartás törvénybe ütközését, illetve annak g) pontja alapján kötelezettséget írhat elő.
39. A Tpv. 89. §-a (1) alapján a vizsgáló, illetve - az eljáró versenytanács döntése tekintetében - az eljáró versenytanács hivatalból vizsgálja a 76. § (1) és (2) bekezdésében nem szabályozott végrehajtható döntésben meghatározott kötelezettség teljesítését.
40. A Tpv. 90. §-a (1) bekezdése alapján az eljáró versenytanács a döntésében előírt meghatározott cselekmény elvégzésére vagy meghatározott magatartás tanúsítására vonatkozó kötelezettség (a továbbiakban együtt: meghatározott cselekmény) végrehajtásának megindításával egyidejűleg - ha a meghatározott cselekmény teljesítése más végrehajtási módon keresztül hatékonyan nem biztosítható - végrehajtási bírságot szab ki. A végrehajtási bírság napi összege ötvenezer forintig terjedhet.

VI. A jogi értékelés

41. A korábban hatályos jogi szabályozás kapcsán kialakult joggyakorlat egyértelmű, a Grt. körében is megfelelően irányadó alapelveket szögezett le a reklámok megítélése kapcsán. A Legfelsőbb Bíróság, mint felülvizsgálati bíróság például a Vj-56/2006. számú ügyben hozott, Kfv.IV. 37.380/2008/7. számú ítéletében foglaltak alapján aláhúzható, hogy
- a reklámoknak önmagukban – minden további információ megismerése nélkül – hitelesnek, igaznak és pontosnak kell lenniük,
 - a megtévesztés bármilyen, a megtévesztésre objektíve alkalmas, a tájékoztatás részét képező magatartással (reklám) megvalósul,
 - a jogsértés már a jogsértő tájékoztatás közreadásával megvalósul.
42. Általános követelményként fogalmazódik meg tehát, hogy a vállalkozásnak a fogyasztók, üzletfelek (a továbbiakban együtt: fogyasztók) irányában tanúsított kereskedelmi gyakorlata feleljen meg a tisztesség követelményének, s így a magáról vagy az általa kínált áruk lényeges tulajdonságáról adott, fogyasztóknak szóló tájékoztatása igaz és pontos legyen.
43. A termékeket, vállalkozásokat összehasonlító reklámok kiemelkedő jelentőséggel bírnak a fogyasztók tájékozottsága szempontjából, mivel a fogyasztókat mentesíthetik a piaci tájékozódás egyes terhei alól, elősegítik, hogy a fogyasztók megfelelő piaci áttekintéssel rendelkezzenek, ezzel a vállalkozások közötti versenyt is élénkítve. Az ilyen, adott esetben objektívként jelentkező adatokat tartalmazó és ennek révén a fogyasztók számára az átlagosnál nagyobb meggyőző hatást gyakorló reklámok ugyanakkor olyan veszélyeket is magukban rejtenek, amelyek különleges jogszabályi rendelkezések meghozatalát teszik szükségessé.
44. A Grt. 3. §-ának i) pontja értelmében összehasonlító reklámról csak abban az esetben beszélhetünk, ha a reklám közvetlenül vagy közvetve, de a fogyasztó számára egyértelműen felismerhetővé tesz egy másik vállalkozást vagy egy másik árut. Ennek hiányában a reklám nem minősül összehasonlító reklámnak, legfeljebb

csak olyan összehasonlítást tartalmazó reklámnak, amely valamennyi versenytárssal, versenyző termékkel szemben fogalmazza meg állításait.

45. A jelen esetben az eljárás alá vont által alkalmazott árösszehasonlító táblázat megvalósítja a Grt. 3. §-a i) pontja szerinti összehasonlító reklám tényállási elemeit, tekintettel arra, hogy a táblázat a versenytársakat és a termékeiket is közvetlenül felismerhetővé teszi. Az összehasonlító reklámban működőm készítéshez használt alapanyagok és eszközök ára, bizonyos esetekben a termékek egységnyi mennyiségre, milliliterre (ml) meghatározott ára jelenik meg.
46. Figyelemmel a fentiekre, az eljáró versenytanács megállapította, hogy a vizsgált reklámok összehasonlító reklámnak minősülnek.
47. Az összehasonlító reklámokkal, mint a gazdasági reklámok egy típusával szemben támasztott speciális követelményeket a Grt. 13. §-a határozza meg. Ennek legfontosabb elemei, hogy az összehasonlító reklám
 - kizárólagos azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő árukat hasonlíthat össze (helyettesíthetőség követelménye);
 - tárgyilagosan köteles összehasonlítani az áruk egy vagy több lényeges, meghatározó, jellemző és ellenőrizhető tulajdonságát, amely tulajdonságok egyike az ár (tárgyilagosság követelménye).
48. A hazai joggyakorlat köréből fontos utalni a Vj/85/2011. sz. ügyben hozott határozatra, amely aláhúzta, hogy az összehasonlítás tárgyilagosságát kérdőjelezi meg, ha az összehasonlítás alá vont tulajdonságok meghatározása legalább részben önkényesen történik, miközben a szerepeltetett tulajdonságok körének meghatározása során a reklámozó az általa keltett elvárások figyelembevételét mellőzte.
49. Ezen kívül azonban figyelembe kell venni azt is, hogy az Európai Parlament és a Tanács 2006. december 12-i, a megtévesztő és összehasonlító reklámról szóló 2006/114/EK irányelv (a továbbiakban: reklám irányelv) 4. cikkének a) pontja kimondja, hogy az összehasonlító reklám akkor megengedett, ha nem megtévesztő a fenti reklám irányelv vagy a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005. május 11-i 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv (továbbiakban: UCP Irányelv) értelmében. Ezen szabállyal összhangban, a hazai szabályozásban az összehasonlító reklám megtévesztő jellegének vizsgálatára vagy a reklám irányelvnek való megfelelést szolgáló Grt. vagy – az UCP irányelvnek való megfelelést szolgáló – Fttv. szabályai alapján nyílik lehetőség. Az alkalmazandó jogszabály meghatározásához azt kell eldönteni, hogy az összehasonlító reklámnak kik a címzettjei: fogyasztók vagy vállalkozások (üzletfelek).
50. A Grt. 2. §-a szerint a Grt.-nek a megtévesztő reklámra vonatkozó rendelkezéseit csak annyiban kell alkalmazni, amennyiben a reklám címzettje kizárólag vállalkozás vagy önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok érdekében eljáró nem természetes személy. Az eljárás alá vont kizárólag nagykereskedelmi tevékenységet folytat, és kérdéses reklám is a kozmetikus, fodrász, műkörmös szakmának szóló Color&Care Alveola Beauty-Services Magazin kiadványában került direkt mail formájában szétküldésre. Ezért annak nincs jelentősége, hogy ezen alapanyag listaárakat az eljárás alá vont weboldalon

keresztül a fogyasztók is láthatták, a magatartás megtévesztő jellegét a Grt. alapján kell értékelni.

51. Az eljárás alá vont összehasonlító reklámjának címzettjei kizárólag az eljárás alá vont üzletfelei, nem természetes személy fogyasztók, ezért a Grt. 2. §-ának rendelkezéseire figyelemmel e tájékoztatás kapcsán a megtévesztő magatartást a Grt. 12. §-ának rendelkezései alapján szükséges értékelni.
52. A jelen esetben vizsgált reklámok kapcsán megállapítható volt, hogy a helyettesíthetőség követelményének eleget tesznek, figyelemmel arra, hogy a vizsgált reklám a versenytársak azonos rendeltetésű vagy azonos felhasználói igényeket kielégítő termékeit hasonlítja össze.
53. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjában az alábbiakat kifogásolta az eljárás alá vont összehasonlító táblázatával kapcsolatban:
 - a. olyan termékek árait hasonlította össze, amelyek mértékegysége nem azonos, az építő zselé és porcelán por termékek összehasonlítása esetében ml és gramm kiszerezési egység is szerepel,
 - b. a színes zselé vonatkozásában nem adott egységre vetített, ugyanakkor nem azonos kiszerezési egységű termékek árait mutatta be,
 - c. nem a reklámban megjelölt időszak – 2013. október – árait vette figyelembe a porcelán por és carbid henger esetében,
 - d. az összehasonlításban a Crystal Clear box, tip box 100 db termék esetében – nyilatkozatával ellentétben⁶ – nem a legalacsonyabb árat tüntette fel.
54. Az eljárás során beszerzett, az összehasonlítás alapjául szolgáló termékekre vonatkozó információkból,⁷ valamint az eljárás alá vont nyilatkozatából az alábbiak állapítható meg.
55. A 3. sz. táblázat szerint az 53/a. pont alatti kifogás alapját egyrészt a színes zselék sorának utolsó oszlopban feltüntetett Perfect termék képezi, amelynek itt szereplő ára 1 gramm és nem egy ml egységre vonatkozik. Az eljárás alá vont azzal védekezett, hogy ezen anyag sűrűsége a 15 grammos kiszerezés esetében kisebb, mint a 15 ml-es kiszerezésű, a tévedésük ezért a versenytárs javára történt, amiből az eljárás alá vont előnyt nem szerzett. A termék sűrűségére vonatkozó eljárás alá vonti állítást a 3. sz. táblázat adatai alapján nem lehetett ellenőrizni. A terméket bemutató honlap⁸ a terméket „sűrűként” minősíti. Az eljárás alá vont állítását egyéb bizonyítékkal nem támasztotta alá, ezért a védekezését e termék vonatkozásában az eljáró versenytanács nem fogadta el.
56. Elfogadta viszont az eljáró versenytanács az 53/a. pont szerinti, a porcelánporra vonatkozó védekezését. A 3. sz. táblázat alapján megállapítható, hogy a termékek sűrűségét is figyelembe vevő átváltást követően minden esetben pontosak az összehasonlító táblázat Ft/ml-re megadott értékei. Az eljáró versenytanács egyért azzal is, hogy pusztán azon okból, hogy forgalmazó az egyik termék kiszerezése grammban, míg a másik ml-ben adja meg, nem lehet kizáró oka ezek tárgyilagos

⁶ Vj/18-2/2014. számú irat

⁷ Jelentés 12. oldalán található 3. sz. táblázat

⁸ http://www.perfectnails.hu/webaruhaz_epito-zsele-crystal-clear-gel---szintelen-mukorom-epito-zsele_1072

összevetésének, ha a sűrűség és a ml közötti átváltási információk könnyen hozzáférhetők. Ebben az esetben az eltérő mértékegységek egymásnak megfeleltethetők, átválthatók akár grammra, akár ml-re, amely átváltás a szakmai vásárlói körnek nem jelenthet problémát.

57. Az 53/b. pont az összehasonlító táblázatnak a színes zselék árait összevető második sorára vonatkozik, amelynek első oszlopában a termék megnevezése mellett nem került feltüntetésre semmilyen mértékegység. A 3. sz. táblázatból kiderül, hogy mind az öt termék kiszerezése ml-re van megadva a forgalmazó által, de a termékek tartalma ml-ben eltérő (3,5 – 5 ml). A 1 ml-re történő átszámítás után kiderül, hogy a Pearl Color zselé akció ára olcsóbb (298 Ft/ml), mint a NABA Color terméke (397 Ft/ml), ami nem egyezik meg az összehasonlító táblázatból adódó sorrenddel, amelyből a NABA termék tűnik olcsóbbnak. Emiatt a mértékegység feltüntetésének elmaradása nem tekinthető egyszerű figyelmen kívül hagyásnak, amint azt az eljárás alá vont védekezésében állítja. Ha ugyanis feltüntetett volna bármilyen mértékegységet, kitűnt volna, hogy van a NABA termékénél olcsóbb elérhető másik termék.
58. Az 53/c. pontban megjelölt kifogás a carbid henger sorában feltüntetett BrillBird termékre, valamint a porcelán porok sorában feltüntetett, ugyancsak a Brillbird által forgalmazott Clear powder porcelán porra vonatkozott, amelyek esetében az összehasonlító táblázat a 2012-es árat tüntette fel, miközben a többi termék árai 2013-ra vonatkoztak. A 3. sz. táblázat alapján megállapítható, hogy mindkét termék 2013-as ára 50 Ft-tal magasabb volt, mint ugyanannak a terméknek a 2012-es ára. Erre tekintettel az eljáró versenytanács elfogadta az eljárás alá vont védekezését, miszerint - bár kétségtelenül hibás adat került feltüntetésre, azonban - a feltüntetett adatok 50 Ft-tal kedvezőbbnek tüntették fel a versenytárs termékeit, ami kizárja tisztességtelen előny szerzését részéről.
59. Az 53/d. pont kifogásolta, hogy a 100 dobozos tip box sorában feltüntetett Crystal Clear termék 1880 Ft-os áron szerepelt, miközben a 3. sz. táblázat szerint elérhető volt ugyanezen gyártótól ugyanezen kiszerezésű olcsóbb termék is 1780 Ft-ért. A tényt az eljárás alá vont elismeri és nyomdahibával magyarázza. Az eljáró versenytanács megjegyzi, hogy a nyomdahiba ugyan nem befolyásolja az összehasonlító táblázatban feltüntetett legkedvezőbb ajánlatú NABA termék illetően minősítését, de érinti a többi termék sorrendjét. A helyes áradat esetén a Crystal Clear boksza a harmadik, a téves adat szerint viszont csak a negyedik legkedvezőbb ajánlatnak számított volna.

A vizsgált összehasonlító reklám tárgyilagossága

60. A Grt. 13. § (2) bekezdésének c) pontja rögzíti, hogy ha az összehasonlító reklám tartalmazza az áruk árainak összehasonlítását, köteles azt tárgyilagosan bemutatni. Ebben a vonatkozásban az eljáró versenytanács szerint a tárgyilagosság két fontos szempontból vizsgálható: 1. az eljárás alá vont *objektív kritériumok* mentén kiválasztott kritériumok mentén hasonlította-e össze az árakat, és 2. a kiválasztott kritériumok alapján az árak összevetésének ugyancsak objektív módon történt-e. Az 1. ponttal kapcsolatban az eljáró versenytanács nem emelt kifogást arra tekintettel, hogy az összehasonlító táblázatban az eljárás alá vont valóban csak

azonos rendeltetésű vagy azonos szükségleteket kielégítő termékeket szerepeltetett az összehasonlító táblázat soraiban.

61. A tárgyilagosság 2. szempontrendszerén belül azt kell megvizsgálni, hogy az egyébként objektíve (tehát a fogyasztói/felhasználói igények szempontjából valóban fontos) szempontok miképpen lettek bemutatva, a reklámozó az összevetés során nem alkalmazott-e inkorrekt módszereket, kellően pontosak voltak az összevetett adatok (nem függetlenül az ellenőrizhetőség követelményétől).
62. A tárgyilagosság témakörén belül az eljáró versenytanács az alábbi körülményeket vette figyelembe és ítélte meg az eljárás alá vont összehasonlításának tárgyilagosságát:
 - Az összehasonlító táblázatnak az építő zselék sorában feltüntetett Perfect termék a forgalomban nem ml, hanem gramm mértékegységben kifejezve kerül, és a táblázatban az eljárás alá vont ezt elmulasztotta feltüntetni. A két mérőszám között a termék sűrűségétől függően lehet az átváltási arányt kiszámolni. A Perfect terméken nem került feltüntetésre a ml-re vetített egységár, és ez más forrásból sem volt kideríthető/ellenőrizhető egyértelműen. Ennek alapján megállapítható, hogy nem korrekt az az összehasonlítás, amelyben szereplő termékek egységárai nem ugyanazon mérőszámban vannak kifejezve, hacsak az ezek közötti átváltási arányszámok a fogyasztó/felhasználó számára egyértelműen meghatározhatóak. Nem volt tehát egyértelműen megállapítható, hogy a Perfect termék ténylegesen hol helyezkedne el a korrekt módon kiszámított ártáblázatban.

- Hasonló volt a helyzet a színes zselék árait összevető második sorára vonatkozóan, azzal a különbséggel, hogy az összehasonlítás alapját adó mértékegységet a reklámozó egyáltalán nem tüntette fel. Kiderült, hogy mind az öt termék mértékegységét a forgalmazók ml-ben adják meg, de az egyes termékek különböző kiszerezésűek 3,5 ml-től 5 ml-ig terjedő tartományban. Az ugyanazon mértékegységre – mondjuk 1 ml-re – kiszámított egységár tekintetében azonban már megállapítható, hogy a Pearl Color zselé akciós ára olcsóbb volt, mint a NABA Color terméke, miközben a reklámozó a saját termékét mutatta ki legolcsóbbként. Ez az összehasonlítás tehát nem csak inkorrekt, pontatlan, hanem felveti a megtévesztésre való alkalmasság kérdését is, amelyet az eljáró versenytanács a reklám befolyásolásra való alkalmasságával összefüggésben fog megvizsgálni.
 - A 100 dobozos tip bokszt sorában feltüntetett Crystal Clear termék árát a reklámozó, saját állítása szerint nyomdahiba miatt, 100 Ft-tal drágábban szerepeltetett a ténylegesnél. Ez a „hiba” ugyan nem befolyásolta azt, hogy a reklámozó terméke volt a legolcsóbb, de érintette a többi termék közötti sorrendet. Az árversenyben – mint egyébként minden versenyben – nem csak a győzelem, hanem a helyezés is fontos lehet. Jelen esetben a Crystal termék gyártója számára feltehetően nem volt mindegy, hogy az összehasonlító ártáblázat harmadik vagy negyedik helyére kerül. A pontosság, a korrektség tehát megköveteli az árösszehasonlítást közreadótól, hogy az ártáblázata ne csak az „első helyezett” legolcsóbb termék, hanem a táblázatban szereplő valamennyi termék tekintetében helyesen tükrözze az árarányokat.
63. A színes zselék vonatkozásában elkövetett pontatlanság azt eredményezte, hogy a reklámozó tévesen állította, hogy a NABA termék a legolcsóbb, mert Pearl Color zselé akciós ára olcsóbb volt ennél. A 100 dobozos tip bokszt sorában feltüntetett Crystal Clear termék árát a reklámozó, saját állítása szerint nyomdahiba miatt, 100 Ft-tal drágábban szerepeltetett a ténylegesnél. Ez a „hiba” ugyan nem befolyásolta azt, hogy a reklámozó terméke volt a legolcsóbb, de érintette a többi termék közötti sorrendet. Az árösszehasonlítás végeredményét befolyásoló pontatlanság pedig nyilvánvalóan arra vezetett, hogy az összehasonlítás alapja, az összehasonlítás tárgyilagossága sérült.
64. Fentiek alapján az árak összehasonlítása esetében az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont ugyan objektív kritériumok mentén (kiszerezés, mennyiség, időszak, legalacsonyabb ár) hasonlította össze az árakat, de az objektív kritériumok nem azonos alapra vetítve lettek összevetve, azaz nem tárgyilagosan tüntette fel a termékek árait, ezáltal az általa közzétett reklám a Grt. 13. §-a (2) bekezdése c) pontjába ütközik.
65. A jogsértő gyakorlat megvalósításának kommunikációs eszköze egyrészt a honlap volt 2013. november 4-től december 20-ig tartó időszakban, a postai úton közvetített DM levél 2013. november 4-én, illetve az e-mailen megküldött E-DM levél volt 2013. november 4-én.

Az eljáró versenytanács álláspontjának összegzése

66. Figyelemmel az előzőekben kifejtettekre az eljáró versenytanács megállapítja, hogy az eljárás alá vont által közzétett összehasonlító reklámban a tárgyilagosság sérült azáltal, hogy
- az összehasonlító táblázatnak az építő zselék sorában feltüntetett Perfect termék a forgalomban nem ml, hanem gramm mértékegységben kifejezve kerül; és
 - a színes zselék árait összevető sorában az összehasonlítás alapját adó mértékegységet nem tüntette fel; valamint
 - a 100 dobozos tip bokszt sorában feltüntetett Crystal Clear termék árát 100 Ft-tal drágábban szerepeltetett a ténylegesnél
- megsértette a Grt. 13. §-ának (2) bekezdésének c) pontjában előírt tilalmat.
67. A jogsértés Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének d) pontja alapján történő megállapítása mellett az eljáró versenytanács a Tpv. 77. §-a (1) bekezdésének g) alapján rendelkezés szerinti kötelezettséget írt elő az ügyfél számára és a bírság kiszabását mellőzte. Az eljáró versenytanács előzetes álláspontjában közölte az ügyféllel, hogy az eljárásban elfogadhatónak tartana egy, a jelen határozat rendelkező részében megfogalmazotthoz hasonló tartalmú önkéntes kötelezettségvállalást. Az ügyfél azonban nem terjesztett elő önkéntes kötelezettségvállalást.
68. A jelen határozatban előírt kötelezettség célja, hogy felhívja a figyelmet arra, hogy az eljárás alá vont által közzétett összehasonlító elemzésében voltak jogilag kifogásolható elemek, amely az eljáró versenytanács szerint az üzletfeleit a jövőben óvatosságra inti arra az esetre, ha az eljárás alá vont hasonló összehasonlítást próbál majd meg közzétenni. Ezt a kötelezettséget az eljáró versenytanács – bírság hiányában – arányosnak és megfelelő visszatartó erejű szankciónak tartotta az azonosított jogsértések vonatkozásában.
69. A magatartást további folytatásának megtiltását nem tartott szükségesnek az eljáró versenytanács, tekintettel arra, hogy a magatartás már lezárult. Amennyiben az eljárás alá vont a jövőben a jelenleg vizsgált magatartással azonos magatartást tanúsít, az újabb versenyfelügyeleti eljárás megindításának alapja lehet.

VII.

Egyéb kérdések

70. A Gazdasági Versenyhivatal hatásköre a Grt. tekintetében a Grt. 24. §-ának (2) és (3) bekezdésein alapul. E rendelkezések értelmében a Gazdasági Versenyhivatal kizárólagos hatáskörrel rendelkezik a megtévesztő reklám tilalmának megsértése miatt indított ügyekben, valamint azon jogellenes összehasonlító reklám esetén indított ügyekben, mely nem tartozik bíróság hatáskörébe.
71. A Gazdasági Versenyhivatal illetékessége a Tpv. 46. §-án alapul.
72. A határozat elleni jogorvoslati jogot a Tpv. 83. §-ának (1) bekezdése biztosítja.
73. 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 az eljáró versenytanács nem foganatosíthatja.

74. A 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.
75. Az eljárást befejező döntést a Tpv. 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 (a jelen esetben összesen 69 nap) az ügyintézési határidőbe nem számít be. A Ket. 65. §-ának (3) bekezdése alapján, ha a határidő utolsó napja olyan nap, amelyen a hatóságnál a munka szünetel, a határidő a legközelebbi munkanapon jár le. Mindezekre tekintettel az ügyintézési határidő 2014. november 29-én telik le.

Budapest, 2014. szeptember 17.

Dr. Bara Zoltán sk.
előadó versenytanács tag

dr. Szoboszlai Izabella sk.
versenytanács tag

dr. Kőhalmi Attila sk.
versenytanács tag